

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

**ANÁLISIS DE LAS BRECHAS COMPETITIVAS DE LAS PYMEs DE
LA INDUSTRIA MANUFACTURERA DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO SUBSECTOR CIU C25:
FABRICACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL,
EXCEPTO MAQUINARIA Y EQUIPO**

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

**EVELYN GABRIELA NAVARRETE CHAMORRO
FAUSTO RENÉ BAYAS ESPINOSA**

DIRECTOR: ING. GENOVEVA ZAMORA M., MBA

QUITO, 2013

DIRECTOR DE DISERTACIÓN:

Ing. Genoveva Zamora M., MBA

INFORMANTES:

Ing. Ximena Villamar E., Mgtr

Econ. Hernán Peña N., MBA

DEDICATORIA

A ti padre, por inculcar valores de responsabilidad y perseverancia, por tus largas noches de trabajo con el único objetivo de brindarme tu más valiosa herencia, mi educación; y a ti madre, por ser la guía del hogar, por esperar siempre en casa con los brazos abiertos y tus gestos de amor.

A ustedes dos, porque creyeron en mí y me sacaron adelante dándome ejemplo digno de superación y entrega, porque en gran parte gracias a ustedes hoy puedo ver alcanzada mi meta, ya que siempre estuvieron impulsándome en los momentos difíciles de la carrera, y porque el orgullo que sienten por mí fue lo que me hizo ir hasta el final.

Éste objetivo cumplido es por ustedes, mis viejitos, por lo que valen, porque admiro su fortaleza y por lo que han hecho por mí.

A mis hermanos, a Roberto y familiares. Gracias por haber fomentado en mí el deseo de superación y el anhelo de triunfo en la vida.

Mil palabras no bastarían para agradecerles su apoyo y su comprensión.

A todos, espero no defraudarlos y contar siempre con su valioso apoyo.

Evelyn Gabriela Navarrete Chamorro

DEDICATORIA

Esta tesis va dedicada a toda mi familia, que fueron parte fundamental en la culminación de este proyecto.

A mis padres, por todo su apoyo brindado, por su preocupación en la realización de la tesis, por todos sus sacrificios en poderme dar la educación.

A mis hermanos por todo su apoyo brindado, por aguantarme en momentos complicados.

A Paula Gabriela por darnos la alegría diaria a toda la familia.

Fausto Bayas Espinosa.

AGRADECIMIENTO

El agradecimiento de esta tesis es principalmente a Dios, quien me ha guiado y me ha dado la fortaleza de seguir adelante.

A los catedráticos de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador por quienes he llegado a obtener los conocimientos necesarios para poder desarrollar la tesis; en especial a mi directora de tesis e informantes.

A mis amigos, que formaron parte de esta carrera; y especialmente a Fausto, que sin su tiempo ni el trabajo en equipo, ésta tesis no hubiera sido posible su culminación.

Evelyn Gabriela Navarrete Chamorro

AGRADECIMIENTO

A mis padres y hermanos por todo su apoyo.

A mi Directora Genoveva Zamora M., MBA, e informantes, por todo su valioso tiempo y conocimientos brindados en la elaboración de este proyecto.

A todos los profesores a lo largo de mis estudios universitarios.

Gaby, mis especiales agradecimientos a ti, por ser parte fundamental en la elaboración de ésta tesis, gracias por tu paciencia, insistencia, colaboración, predisposición para trabajar en equipo en esas largas horas de trabajo, sin tu apoyo jamás se hubiera podido culminar este proyecto.

A todos aquellos amigos que de una u otra forma, ayudaron y participaron.

En general a todas las personas y empresas que hicieron posible la realización de esta tesis.

Fausto Bayas Espinosa

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN, 1

1 MARCO TEÓRICO, 3

- 1.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN, 3
 - 1.1.1 Planteamiento del Problema, 3**
 - 1.1.2 Formulación del Problema, 4**
 - 1.1.3 Objetivos de la Investigación, 4**
 - 1.1.3.1 Específicos, 4
 - 1.1.4 Justificación de la Investigación, 5**
- 1.2 VISION TEÓRICA DE LA COMPETITIVIDAD, 8
 - 1.2.1 Definición de Competitividad, 8**
 - 1.2.2 Factores que Afectan la Competitividad Empresarial, 12**
 - 1.2.3 Factores que Favorecen la Competitividad Empresarial, 17**
- 1.3 MODELOS DE COMPETITIVIDAD, 20
 - 1.3.1 Clústers, 20**
 - 1.3.2 Modelos Tradicionales, 21**
 - 1.3.3 Modelo de Competitividad Sistémica, 22**
 - 1.3.4 Modelo Nacional de Competitividad, 24**
 - 1.3.5 Modelo WASEDA, 25**
- 1.4 LA COMPETITIVIDAD GLOBAL – WEF, 27
 - 1.4.1 Pilares de Competitividad, 30**
 - 1.4.2 Diamante de Competitividad de Michael Porter, 42**
- 1.5 PERFIL DEL ECUADOR EN EL REPORTE DE COMPETITIVIDAD GLOBAL WEF 2012 – 2013, 45
 - 1.5.1 Ecuador Análisis WEF, 45**
 - 1.5.2 Factores Más Problemáticos a Nivel Empresarial, 49**

2 CARACTERÍSTICAS DEL SUBSECTOR CIU C25 FABRICACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL, EXCEPTO MAQUINARIA Y EQUIPO, 52

- 2.1 TRAYECTORIA DE LA MANUFACTURA EN EL ECUADOR EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS, 52
 - 2.1.1 Definición de Industria Manufacturera, 52**
 - 2.1.2 Comportamiento de la Industria Manufacturera, 54**
- 2.2 TRAYECTORIA DEL SUBSECTOR CIU C25 FABRICACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL, EXCEPTO MAQUINARIA Y EQUIPO, EN LOS ÚLTIMOS AÑOS, 63
 - 2.2.1 Reseña Histórica, 63**
 - 2.2.2 Indicadores Relevantes, 64**

2.3	COMPONENTES DEL SUBSECTOR CIU C25 FABRICACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL, EXCEPTO MAQUINARIA Y EQUIPO, 74
2.4	PRINCIPALES PRODUCTOS QUE ELABORA, 74
2.5	APORTES DEL SUBSECTOR CIU C25 A LA ECONOMÍA, 75
3	ASPECTOS METODOLÓGICOS, 82
3.1	METODOLOGÍA APLICADA, 82
	3.1.1 Trabajo de Campo, 84
	3.1.2 Tabulación de Datos, 85
3.2	POBLACIÓN Y MUESTRA, 86
	3.2.1 Tamaño de Muestra para Proporciones y Poblaciones Finitas, 87
3.3	MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO, 88
4	RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN, 92
4.1	SECCIÓN 1: MERCADO, 92
4.2	SECCIÓN 2: MERCADEO, 122
4.3	SECCIÓN 3: APERTURA COMERCIAL, 135
4.4	SECCIÓN 4: GOBIERNO, 149
4.5	SECCIÓN 5: DE LAS INSTITUCIONES, 157
4.6	SECCIÓN 6: INFRAESTRUCTURA FÍSICA, 166
4.7	SECCIÓN 7: MERCADO FINANCIERO, 173
4.8	SECCIÓN 8: MERCADO LABORAL, 180
4.9	SECCIÓN 9: DESARROLLO TECNOLÓGICO, 193
4.10	SECCIÓN 10: MEDIO AMBIENTE, 213
4.11	SECCION 11: GESTIÓN GERENCIAL, 219
5	APROXIMACIÓN A LA COMPETITIVIDAD DEL SUBSECTOR CIU C25, 231
5.1	MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO, 231
5.2	APROXIMACIÓN A LA COMPETITIVIDAD DEL SUBSECTOR CIU C25: FABRICACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS METAL, EXCEPTO MAQUINARIA Y EQUIPO, 232
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES, 271
6.1	CONCLUSIONES, 271
	6.1.1 Relativas a los Factores de Competitividad, 271
	6.1.2 Relativas a las Brechas Competitivas, 284
	6.1.3 Relativas a los Pilares WEF, 293
	6.1.4 Índice de Competitividad Global, 301
6.2	RECOMENDACIONES, 303
	6.2.1 Al gobierno, 303
	6.2.2 A la Cámara de la Pequeña Industria, 305
	6.2.3 A las PYMEs del Distrito Metropolitano de Quito, 306
	6.2.4 A la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, 307
	BIBLIOGRAFIA, 309

ANEXOS, 313

ANEXO 1, 314

ANEXO 2, 316

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO No. 1:	12 PILARES DE LA COMPETITIVIDAD, 32
CUADRO No. 2:	ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD GLOBAL 2012 - 2013, 48
CUADRO No. 3:	ACTIVO DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS, 55
CUADRO No. 4:	PASIVO DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS, 56
CUADRO No. 5:	ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS, 57
CUADRO No. 6:	PATRIMONIO DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS, 59
CUADRO No. 7:	UTILIDADES DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS, 60
CUADRO No. 8:	ROA DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS, 61
CUADRO No. 9:	ROE DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS, 62
CUADRO No. 10:	ACTIVOS DEL SUBSECTOR CIU C25, 64
CUADRO No. 11:	PASIVOS DEL SUBSECTOR CIU C25, 66
CUADRO No. 12:	ENDEUDAMIENTO DEL SUBSECTOR CIU C25, 67
CUADRO No. 13:	PATRIMONIO DEL SUBSECTOR CIU C25, 68
CUADRO No. 14:	UTILIDADES DEL SUBSECTOR CIU C25, 70
CUADRO No. 15:	ROA DEL SUBSECTOR CIU C25, 71
CUADRO No. 16:	ROE DEL SUBSECTOR CIU C25, 73
CUADRO No. 17:	COMPONENTES SUBSECTOR CIU C25, 74
CUADRO No. 18:	PIB COMPARATIVO DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA Y DEL SUBSECTOR CIU C25, 76
CUADRO No. 19:	VALOR AGREGADO BRUTO (VAB) DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA Y DEL SUBSECTOR CIU C25, 77
CUADRO No. 20:	EXPORTACIONES FOB DEL SUBSECTOR CIU C25, 78
CUADRO No. 21:	IMPORTACIONES FOB DEL SUBSECTOR CIU C25, 79
CUADRO No. 22:	RESUMEN DE LLAMADAS Y VISITAS, 85
CUADRO No. 23:	FICHA TÉCNICA DE LA POBLACIÓN DEL CIU C25: FABRICACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL, EXCEPTO MAQUINARIA Y EQUIPO, 87
CUADRO No. 24:	MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO, 90
CUADRO No. 25:	TABLA DE CALIFICACIÓN, 91
CUADRO No. 26:	SEGMENTOS ECONÓMICOS ATENDIDOS POR CIU C25, 93
CUADRO No. 27:	PRODUCTOS ELABORADOS POR CIU C25, 95
CUADRO No. 28:	PRODUCTOS ELABORADOS PARA SEGMENTO F, 97
CUADRO No. 29:	PRODUCTOS ELABORADOS PARA SEGMENTO G, 98
CUADRO No. 30:	PRODUCTOS ELABORADOS PARA SEGMENTO H, 99
CUADRO No. 31:	PRODUCTOS ELABORADOS PARA SEGMENTO B, 101
CUADRO No. 32:	PRODUCTOS ELABORADOS PARA SEGMENTO C, 102
CUADRO No. 33:	PRODUCTOS ELABORADOS PARA SEGMENTO O, 103
CUADRO No. 34:	PRODUCTOS ELABORADOS PARA SEGMENTO N, 104
CUADRO No. 35:	PRODUCTOS ELABORADOS PARA SEGMENTO K, 105
CUADRO No. 36:	PRODUCTOS ELABORADOS PARA SEGMENTO I, 106
CUADRO No. 37:	PRODUCTOS ELABORADOS PARA SEGMENTO A, 106
CUADRO No. 38:	PRINCIPALES COMPRADORES CIU C25, 107
CUADRO No. 39:	CARACTERÍSTICAS DE RECONOCIMIENTO EN EL MERCADO, 109

- CUADRO No. 40: VENTAJAS Y DESVENTAJAS FRENTE A COMPETENCIA NACIONAL, 111
- CUADRO No. 41: CANALES DE DISTRIBUCIÓN, 112
- CUADRO No. 42: MERCADOS GEOGRÁFICOS ATENDIDOS, 114
- CUADRO No. 43: DIFICULTADES INGRESAR MERCADO NACIONAL, 115
- CUADRO No. 44: DIFICULTADES SALIR DEL MERCADO, 116
- CUADRO No. 45: FORTALEZA DE LA COMPETENCIA NACIONAL, 117
- CUADRO No. 46: EXPECTATIVA DEL MERCADO EN RELACIÓN A EXPANSIÓN, 118
- CUADRO No. 47: EXPECTATIVA DEL MERCADO EN RELACIÓN A CONTRACCIÓN, 119
- CUADRO No. 48: EXPECTATIVA DEL MERCADO EN RELACIÓN A COMPETENCIA, 120
- CUADRO No. 49: EXPECTATIVA DEL MERCADO EN RELACIÓN A INNOVACIÓN, 121
- CUADRO No. 50: DISPONIBILIDAD DEL PLAN DE MERCADO, 122
- CUADRO No. 51: RESPONSABLE DEL PLAN DE MERCADO, 123
- CUADRO No. 52: OBJETIVOS DE MERCADEO, 124
- CUADRO No. 53: ESTRATEGIAS DE MERCADEO, 126
- CUADRO No. 54: POLÍTICA DE FIJACIÓN DE PRECIOS, 127
- CUADRO No. 55: EXISTENCIA DE PLAN DE DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD, 128
- CUADRO No. 56: EJES DEL PLAN DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD, 129
- CUADRO No. 57: PERIODICIDAD DEL PLAN DE MERCADEO, 130
- CUADRO No. 58: CONTROLES PARA EVALUAR EL PLAN DE MERCADO, 131
- CUADRO No. 59: SERVICIOS DE POSTVENTA, 132
- CUADRO No. 60: PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO CON LOS CLIENTES, 133
- CUADRO No. 61: PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO DE PROVEEDORES CON LA EMPRESA, 134
- CUADRO No. 62: REALIZA EXPORTACIONES, 135
- CUADRO No. 63: DESTINO, 136
- CUADRO No. 64: FORMA DE REALIZAR EXPORTACIONES, 137
- CUADRO No. 65: REGISTRO DE EXPORTADOR, 138
- CUADRO No. 66: ENTIDAD QUE CALIFICA EL ORIGEN PARA LOS PRODUCTOS QUE EXPORTA, 139
- CUADRO No. 67: FRECUENCIA CON LA QUE SE REALIZA LAS EXPORTACIONES, 140
- CUADRO No. 68: NUEVOS MERCADOS POR DESTINO, 141
- CUADRO No. 69: NUEVOS MERCADOS POR PRODUCTOS, 142
- CUADRO No. 70: RESTRICCIONES A LAS EXPORTACIONES, 143
- CUADRO No. 71: PORCENTAJE QUE LOS ARANCELES AFECTAN EN LA ENTRADA PRODUCTOS, 145
- CUADRO No. 72: PORCENTAJE DE VOLÚMEN DE LA PRODUCCIÓN EXPORTADA, 146
- CUADRO No. 73: POLÍTICAS DE FOMENTO DE EXPORTACIONES, 147
- CUADRO No. 74: COMPETIDORES LOCALES, 148
- CUADRO No. 75: INCENTIVOS OFRECIDOS POR EL GOBIERNO, 150
- CUADRO No. 76: MECANISMOS DE APOYO DEL GOBIERNO, 151
- CUADRO No. 77: POLÍTICAS DEL ESTADO, 152

- CUADRO No. 78: POLÍTICAS DEL GOBIERNO PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD, 153
- CUADRO No. 79: INCIDENCIA DE LA POLÍTICA TRIBUTARIA, FINANCIERA, LABORAL Y DE COMERCIO EXTERIOR EN EL DESARROLLO DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMEs, 154
- CUADRO No. 80: COSTOS DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS, 156
- CUADRO No. 81: INSTITUCIONES PÚBLICAS RELACIONADAS, 157
- CUADRO No. 82: SATISFACCIÓN CON LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS, 158
- CUADRO No. 83: COLABORACIÓN DE INSTITUCIONES PÚBLICAS PARA EXISTENCIAS DE UN MERCADO DE LIBRE COMPETENCIA, 160
- CUADRO No. 84: PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD, 161
- CUADRO No. 85: ASOCIACIONES A LAS QUE SE ENCUENTRAN AFILIADAS, 162
- CUADRO No. 86: INTERESES EMPRESARIALES, 164
- CUADRO No. 87: INSEGURIDAD Y CORRUPCIÓN, 165
- CUADRO No. 88: INFRAESTRUCTURA FÍSICA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 167
- CUADRO No. 89: INFLUENCIA DE LA INFRAESTRUCTURA, 168
- CUADRO No. 90: INFLUENCIA LA INFRAESTRUCTURA PARA LA CONSECUCCIÓN DE NUEVOS MERCADOS, 170
- CUADRO No. 91: COLABORACIÓN SECTOR PRIVADO, 172
- CUADRO No. 92: ACTIVIDADES EMPRESARIALES FINANCIADAS CON EL SISTEMA FINANCIERO, 173
- CUADRO No. 93: PORCENTAJE DE FINANCIAMIENTO, 175
- CUADRO No. 94: NECESIDADES FINANCIERAS DE LA EMPRESA, 176
- CUADRO No. 95: ACTIVIDADES CUBIERTAS CON PRÉSTAMOS DE LA BANCA PÚBLICA, 177
- CUADRO No. 96: INSTITUCIONES QUE FINANCIAN CAMBIOS TECNOLÓGICOS, REESTRUCTURACIÓN INDUSTRIAL E INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO, 179
- CUADRO No. 97: PROMEDIO DE FORMACIÓN DEL PERSONAL DE LA COMPAÑÍA, 180
- CUADRO No. 98: PRINCIPALES DESTREZAS Y HABILIDADES DEL PERSONAL DE LA EMPRESA, 182
- CUADRO No. 99: PARÁMETROS PARA MEDICIÓN DE EFICIENCIA Y PRODUCTIVIDAD, 184
- CUADRO No. 100: NIVEL PRODUCTIVIDAD FUERZA LABORAL DEL SUBSECTOR, 186
- CUADRO No. 101: CALIFICACIÓN DEL NIVEL DE PRODUCTIVIDAD EMPRESA, 187
- CUADRO No. 102: ASPECTOS QUE INSTIMULAN LA POLÍTICA SALARIAL, 188
- CUADRO No. 103: RELACIÓN ENTRE PATRONES Y TRABAJADORES, 189
- CUADRO No. 104: PROGRAMAS DE DESARROLLO PERSONAL Y PROFESIONAL, 190
- CUADRO No. 105: PROGRAMAS DE PERFECCIONAMIENTO DEL PERSONAL, 191
- CUADRO No. 106: INFLUENCIA DE LA POLÍTICA LABORAL DEL GOBIERNO, 192
- CUADRO No. 107: PROGRAMAS DE MEJORAMIENTO CONTINUO, 194

- CUADRO No. 108: ENTIDADES QUE IMPLEMENTAN PROCESOS DE MEJORAMIENTO CONTINUO, 195
- CUADRO No. 109: FORTALEZAS TECNOLÓGICAS, 197
- CUADRO No. 110: CAMBIOS EN LA EMPRESA EN BASE A COMPETIDORES LOCALES, 198
- CUADRO No. 111: INNOVACIONES EN EL ÁREA DE MARKETING, 199
- CUADRO No. 112: INNOVACIONES EN EL ÁREA ADMINISTRATIVA, 200
- CUADRO No. 113: INNOVACIONES EN EL ÁREA FINANCIERA, 201
- CUADRO No. 114: INNOVACIONES EN EL ÁREA PRODUCCIÓN, 202
- CUADRO No. 115: INNOVACIONES EN EL ÁREA RECURSOS HUMANOS, 203
- CUADRO No. 116: NIVEL DE FLEXIBILIDAD DE LOS DIRECTIVOS PARA OPTAR POR CAMBIOS, 204
- CUADRO No. 117: MEDICIÓN DE LA EFICACIA Y EFICIENCIA, 205
- CUADRO No. 118: COMPRA DE MAQUINARIA NECESARIA, 206
- CUADRO No. 119: ACTIVIDADES ORIENTADAS A PROMOVER LA CREATIVIDAD, 208
- CUADRO No. 120: PRODUCTOS Y PROCESOS PATENTADOS, 209
- CUADRO No. 121: ORGANISMOS QUE FINANCIAN PROGRAMAS DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO EN LA EMPRESA, 210
- CUADRO No. 122: PROGRAMAS OFRECIDOS POR LA UNIVERSIDAD, 211
- CUADRO No. 123: PROGRAMAS EN LOS CUALES HA PARTICIPADO CON UNIVERSIDADES, 212
- CUADRO No. 124: CLASES DE DESECHOS GENERADOS POR LA EMPRESA, 214
- CUADRO No. 125: IMPACTO AMBIENTAL DE LOS DESECHOS EN LA UBICACIÓN GEOGRÁFICA, 215
- CUADRO No. 126: MEDIOS UTILIZADOS PARA MANEJAR LOS DESECHOS Y DESPERDICIOS, 216
- CUADRO No. 127: PLANES DE REMEDIACIÓN CON LOS QUE CUENTA LA EMPRESA, 217
- CUADRO No. 128: PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN DE LA EMPRESA PARA EL MANEJO DE REMEDIACIÓN, 218
- CUADRO No. 129: PORCENTAJE EDUCACIÓN MANTIENE EL EQUIPO GERENCIAL, 220
- CUADRO No. 130: EXISTENCIA PLAN ESTRATÉGICO PARA ENFRENTAR LA COMPETENCIA, 221
- CUADRO No. 131: TIPOS DE PRESUPUESTOS ESPECÍFICOS, 222
- CUADRO No. 132: MISIÓN DEFINIDA EN LA EMPRESA, 223
- CUADRO No. 133: OBJETIVOS ESTRATÉGICOS QUE SE DESEA ALCANZAR EN EL MEDIANO PLAZO, 224
- CUADRO No. 134: DEFINICIÓN DE OBJETIVOS, 225
- CUADRO No. 135: MEDIDAS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD, 226
- CUADRO No. 136: MEDIDAS TOMADAS PARA REDUCIR COSTOS, 227
- CUADRO No. 137: ACTIVIDADES QUE CONFORMAN LA CADENA DE VALOR, 228
- CUADRO No. 138: VALOR AGREGADO DEL PRODUCTO, 230
- CUADRO No. 139: FACTOR DE ÉXITO: ÍNDICE DEL TAMAÑO DEL MERCADO NACIONAL, 233
- CUADRO No. 140: FACTOR DE ÉXITO: SOFISTICACIÓN DEL COMPRADOR, 234
- CUADRO No. 141: NATURALEZA DE LA VENTAJA COMPETITIVA NACIONAL, 235

- CUADRO No. 142: GRADO DE DOMINIO DEL MERCADO NACIONAL, 236
- CUADRO No. 143: PREVALENCIA DE LAS BARRERAS COMERCIALES-NACIONALES, 237
- CUADRO No. 144: INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA LOCAL, 238
- CUADRO No. 145: ESTADO DEL DESARROLLO DE CLÚSTER (EXPANSIÓN), 239
- CUADRO No. 146: CAPACIDAD DE INNOVACIÓN, 240
- CUADRO No. 147: GRADO DE COMERCIALIZACIÓN, 241
- CUADRO No. 148: GRADO DE ORIENTACIÓN AL CLIENTE, 242
- CUADRO No. 149: CALIDAD DE PROVEEDORES, 243
- CUADRO No. 150: ÍNDICE DEL TAMAÑO DEL MERCADO EXTRANJERO, 244
- CUADRO No. 151: ARANCELES, 245
- CUADRO No. 152: PESO DE LAS REGULACIONES GUBERNAMENTALES, 246
- CUADRO No. 153: REQUISITOS PARA INICIAR UN NEGOCIO, 247
- CUADRO No. 154: TRANSPARENCIA EN LAS POLÍTICAS DEL GOBIERNO, 248
- CUADRO No. 155: EFICACIA DE LOS MINISTERIOS PÚBLICOS, 249
- CUADRO No. 156: CONFIANZA DEL PÚBLICO EN EL GOBIERNO, 250
- CUADRO No. 157: PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL, 250
- CUADRO No. 158: COSTOS DE LA DELINCUENCIA Y LA VIOLENCIA EN LAS EMPRESAS, 251
- CUADRO No. 159: CALIDAD GENERAL DE LA INFRAESTRUCTURA DEL ESTADO, 253
- CUADRO No. 160: FACILIDAD DE ACCESO AL CRÉDITO, 254
- CUADRO No. 161: FINANCIAMIENTO A TRAVÉS DEL MERCADO LOCAL DE CAPITAL, 255
- CUADRO No. 162: DISPONIBILIDAD DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS, 256
- CUADRO No. 163: RESTRICCIÓN EN LOS FLUJOS DE CAPITAL, 257
- CUADRO No. 164: TASA DE MATRICULACIÓN EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR, 257
- CUADRO No. 165: PRODUCTIVIDAD DE FUERZA LABORAL DEL SUBSECTOR, 258
- CUADRO No. 166: PRODUCTIVIDAD DE FUERZA LABORAL PROPIA, 259
- CUADRO No. 167: COMPARATIVO PRODUCTIVIDAD, 260
- CUADRO No. 168: FLEXIBILIDAD EN LA DETERMINACIÓN DE LOS SALARIOS, 261
- CUADRO No. 169: COOPERACIÓN EN LAS RELACIONES EMPLEADOR - TRABAJADOR, 261
- CUADRO No. 170: DISPONIBILIDAD LOCAL DE FORMACIÓN Y SERVICIOS DE INVESTIGACIÓN, 262
- CUADRO No. 171: PRÁCTICAS DE CONTRATACIÓN Y DESPIDO, 263
- CUADRO No. 172: DISPONIBILIDAD DE LAS ÚLTIMAS TECNOLOGÍAS, 264
- CUADRO No. 173: NIVEL DE LA EMPRESA EN ABSORCIÓN DE TECNOLOGÍA, 265
- CUADRO No. 174: CAPACIDAD DE INNOVACIÓN, 266
- CUADRO No. 175: COLABORACIÓN UNIVERSIDAD-INDUSTRIA EN I&D, 267
- CUADRO No. 176: DERECHOS DE PROPIEDAD, 268
- CUADRO No. 177: DISPONIBILIDAD DE DELEGAR AUTORIDAD, 269
- CUADRO No. 178: AMPLITUD DE LA CADENA DE VALOR, 269
- CUADRO No. 179: APROXIMACIÓN A LA COMPETITIVIDAD DEL SUBSECTOR CIU C25: FABRICACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL, EXCEPTO MAQUINARIA Y EQUIPO, 270

- CUADRO No. 180: BRECHAS COMPETITIVAS SECCIÓN 1: MERCADO, 285
- CUADRO No. 181: BRECHAS COMPETITIVAS SECCIÓN 2: MERCADEO, 286
- CUADRO No. 182: BRECHAS COMPETITIVAS SECCIÓN 3: APERTURA COMERCIAL, 287
- CUADRO No. 183: BRECHAS COMPETITIVAS SECCIÓN 4: GOBIERNO, 288
- CUADRO No. 184: BRECHAS COMPETITIVAS SECCIÓN 5: DE LAS INSTITUCIONES, 288
- CUADRO No. 185: BRECHAS COMPETITIVAS SECCIÓN 6: INFRAESTRUCTURA FÍSICA, 289
- CUADRO No. 186: BRECHAS COMPETITIVAS SECCIÓN 7: MERCADO FINANCIERO, 290
- CUADRO No. 187: BRECHAS COMPETITIVAS SECCIÓN 8: EFICIENCIA DEL MERCADO LABORAL, 291
- CUADRO No. 188: BRECHAS COMPETITIVAS SECCIÓN 9: DESARROLLO TECNOLÓGICO, 292
- CUADRO No. 189: BRECHAS COMPETITIVAS SECCIÓN 10: GESTIÓN GERENCIAL, 292
- CUADRO No. 190: PRIMER PILAR: INSTITUCIONES, 293
- CUADRO No. 191: SEGUNDO PILAR: INFRAESTRUCTURA, 294
- CUADRO No. 192: QUINTO PILAR: FORMACIÓN Y EDUCACIÓN SUPERIOR, 295
- CUADRO No. 193: SEXTO PILAR: EFICIENCIA DE LOS BIENES DEL MERCADO, 296
- CUADRO No. 194: SÉPTIMO PILAR: EFICIENCIA DEL MERCADO LABORAL, 297
- CUADRO No. 195: OCTAVO PILAR: DESARROLLO DEL MERCADO FINANCIERO, 298
- CUADRO No. 196: NOVENO PILAR: PREPARACIÓN TECNOLÓGICA, 299
- CUADRO No. 197: DÉCIMO PILAR: TAMAÑO DEL MERCADO, 299
- CUADRO No. 198: DÉCIMO PRIMER PILAR: SOFISTICACIÓN DE LA EMPRESA, 300
- CUADRO No. 199: DÉCIMO SEGUNDO PILAR: INNOVACIÓN, 301
- CUADRO No. 200: ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD GLOBAL, 302

ÍNDICE DE GRÁFICOS

- GRÁFICO No. 1: DIAMANTE DE PORTER, 43
- GRÁFICO No. 2: FACTORES MÁS PROBLEMÁTICOS QUE INCIDEN PARA HACER NEGOCIOS EN EL ECUADOR, 46
- GRÁFICO No. 3: EVOLUCIÓN DEL PRODUCTO INTERNO BRUTO, 54
- GRÁFICO No. 4: ACTIVO DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS, 55
- GRÁFICO No. 5: PASIVO DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS, 56
- GRÁFICO No. 6: ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS, 58
- GRÁFICO No. 7: PATRIMONIO DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS, 59
- GRÁFICO No. 8: UTILIDADES DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS, 60
- GRÁFICO No. 9: ROA DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS, 61
- GRÁFICO No. 10: ROE DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS, 62
- GRÁFICO No. 11: ACTIVOS DEL SUBSECTOR CIU C25, 65
- GRÁFICO No. 12: PASIVOS DEL SUBSECTOR CIU C25, 66
- GRÁFICO No. 13: ENDEUDAMIENTO DEL SUBSECTOR CIU C25, 67
- GRÁFICO No. 14: PATRIMONIO DEL SUBSECTOR CIU C25, 69
- GRÁFICO No. 15: UTILIDADES DEL SUBSECTOR CIU C25, 70
- GRÁFICO No. 16: ROA DEL SUBSECTOR CIU C25, 72
- GRÁFICO No. 17: ROE DEL SUBSECTOR CIU C25, 73
- GRÁFICO No. 18: PIB COMPARATIVO DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA Y DEL SUBSECTOR CIU C25, 76
- GRÁFICO No. 19: VALOR AGREGADO BRUTO (VAB) DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA Y DEL SUBSECTOR CIU C25, 77
- GRÁFICO No. 20: EXPORTACIONES FOB DEL SUBSECTOR CIU C25, 78
- GRÁFICO No. 21: IMPORTACIONES FOB DEL SUBSECTOR CIU C25, 80
- GRÁFICO No. 22: PORCENTAJE DE TRABAJADORES DE METALMECÁNICA POR TAMAÑO DE EMPRESA, 81
- GRÁFICO No. 23: SEGMENTOS ECONÓMICOS ATENDIDOS POR CIU C25, 94
- GRÁFICO No. 24: PRODUCTOS ELABORADOS POR CIU 25, 96
- GRÁFICO No. 25: PRODUCTOS ELABORADOS PARA SEGMENTO F, 97
- GRÁFICO No. 26: PRODUCTOS ELABORADOS PARA SEGMENTO G, 99
- GRÁFICO No. 27: PRODUCTOS ELABORADOS PARA SEGMENTO H, 100
- GRÁFICO No. 28: PRODUCTOS ELABORADOS PARA SEGMENTO B, 101
- GRÁFICO No. 29: PRODUCTOS ELABORADOS PARA SEGMENTO C, 102
- GRÁFICO No. 30: PRODUCTOS ELABORADOS PARA SEGMENTO O, 104
- GRÁFICO No. 31: PRODUCTOS ELABORADOS PARA SEGMENTO N, 105
- GRÁFICO No. 32: PRINCIPALES COMPRADORES CIU C25, 108
- GRÁFICO No. 33: CARACTERÍSTICAS DE RECONOCIMIENTO EN EL MERCADO, 110
- GRÁFICO No. 34: VENTAJAS Y DESVENTAJAS FRENTE A COMPETENCIA NACIONAL, 111
- GRÁFICO No. 35: CANALES DE DISTRIBUCIÓN, 113
- GRÁFICO No. 36: MERCADOS GEOGRÁFICOS ATENDIDOS, 114
- GRÁFICO No. 37: DIFICULTADES INGRESAR MERCADO NACIONAL, 115
- GRÁFICO No. 38: DIFICULTADES PARA SALIR DEL MERCADO, 116
- GRÁFICO No. 39: FORTALEZA DE LA COMPETENCIA NACIONAL, 117

- GRÁFICO No. 40: EXPECTATIVA DEL MERCADO EN RELACIÓN A EXPANSIÓN, 118
- GRÁFICO No. 41: EXPECTATIVA DEL MERCADO EN RELACIÓN A CONTRACCIÓN, 119
- GRÁFICO No. 42: EXPECTATIVA DEL MERCADO EN RELACIÓN A COMPETENCIA, 120
- GRÁFICO No. 43: EXPECTATIVA DEL MERCADO EN RELACIÓN A INNOVACIÓN, 121
- GRÁFICO No. 44: DISPONIBILIDAD DEL PLAN DE MERCADO, 122
- GRÁFICO No. 45: RESPONSABLE DEL PLAN DE MERCADO, 123
- GRÁFICO No. 46: OBJETIVOS DE MERCADEO, 125
- GRÁFICO No. 47: ESTRATEGIAS DE MERCADEO, 126
- GRÁFICO No. 48: POLÍTICA DE FIJACIÓN DE PRECIOS, 127
- GRÁFICO No. 49: EXISTENCIA DE PLAN DE DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD, 128
- GRÁFICO No. 50: EJES DEL PLAN DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD, 129
- GRÁFICO No. 51: PERIODICIDAD DEL PLAN DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD, 130
- GRÁFICO No. 52: CONTROLES PARA EVALUAR EL PLAN DE MERCADO, 131
- GRÁFICO No. 53: SERVICIOS DE POSTVENTA, 132
- GRÁFICO No. 54: PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO CON LOS CLIENTES, 133
- GRÁFICO No. 55: PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO DE PROVEEDORES CON LA EMPRESA, 135
- GRÁFICO No. 56: REALIZA EXPORTACIONES, 136
- GRÁFICO No. 57: DESTINO, 137
- GRÁFICO No. 58: FORMA DE REALIZAR EXPORTACIONES, 138
- GRÁFICO No. 59: REGISTRO DE EXPORTADOR, 139
- GRÁFICO No. 60: ENTIDAD QUE CALIFICA EL ORIGEN PARA LOS PRODUCTOS QUE EXPORTA, 140
- GRÁFICO No. 61: FRECUENCIA CON LA QUE SE REALIZA LAS EXPORTACIONES, 141
- GRÁFICO No. 62: NUEVOS MERCADOS POR DESTINO, 142
- GRÁFICO No. 63: NUEVOS MERCADOS POR PRODUCTOS, 143
- GRÁFICO No. 64: RESTRICCIONES A LAS EXPORTACIONES, 144
- GRÁFICO No. 65: PORCENTAJE QUE LOS ARANCELES AFECTAN EN LA ENTRADA PRODUCTOS, 145
- GRÁFICO No. 66: PORCENTAJE DE VOLUMEN DE LA PRODUCCIÓN EXPORTADA, 146
- GRÁFICO No. 67: POLÍTICAS DE FOMENTO DE EXPORTACIONES, 148
- GRÁFICO No. 68: COMPETIDORES LOCALES, 149
- GRÁFICO No. 69: INCENTIVOS OFRECIDOS POR EL GOBIERNO, 150
- GRÁFICO No. 70: MECANISMOS DE APOYO DEL GOBIERNO, 151
- GRÁFICO No. 71: POLÍTICAS DEL ESTADO, 152
- GRÁFICO No. 72: POLÍTICAS DEL GOBIERNO PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD, 153
- GRÁFICO No. 73: INCIDENCIA DE LA POLÍTICA TRIBUTARIA, FINANCIERA, LABORAL Y DE COMERCIO EXTERIOR EN EL DESARROLLO DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES, 155
- GRÁFICO No. 74: COSTOS DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS, 156
- GRÁFICO No. 75: INSTITUCIONES PÚBLICAS RELACIONADAS, 158

- GRÁFICO No. 76: SATISFACCIÓN CON LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS, 159
- GRÁFICO No. 77: COLABORACIÓN DE INSTITUCIONES PÚBLICAS PARA EXISTENCIAS DE UN MERCADO DE LIBRE COMPETENCIA, 160
- GRÁFICO No. 78: PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD, 162
- GRÁFICO No. 79: ASOCIACIONES A LAS QUE SE ENCUENTRAN AFILIADAS, 163
- GRÁFICO No. 80: INTERESES EMPRESARIALES, 164
- GRÁFICO No. 81: INSEGURIDAD Y CORRUPCIÓN, 166
- GRÁFICO No. 82: INFRAESTRUCTURA FÍSICA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 167
- GRÁFICO No. 83: INFLUENCIA DE LA INFRAESTRUCTURA, 169
- GRÁFICO No. 84: INFLUENCIA LA INFRAESTRUCTURA PARA LA CONSECUCCIÓN DE NUEVOS MERCADOS, 171
- GRÁFICO No. 85: COLABORACIÓN SECTOR PRIVADO, 172
- GRÁFICO No. 86: ACTIVIDADES EMPRESARIALES FINANCIADAS CON EL SISTEMA FINANCIERO, 174
- GRÁFICO No. 87: PORCENTAJE DE FINANCIAMIENTO, 175
- GRÁFICO No. 88: NECESIDADES FINANCIERAS DE LA EMPRESA, 176
- GRÁFICO No. 89: ACTIVIDADES CUBIERTAS CON PRÉSTAMOS DE LA BANCA PÚBLICA, 178
- GRÁFICO No. 90: INSTITUCIONES QUE FINANCIAN CAMBIOS TECNOLÓGICOS, REESTRUCTURACIÓN INDUSTRIAL E INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO, 179
- GRÁFICO No. 91: PROMEDIO DE FORMACIÓN DEL PERSONAL DE LA COMPAÑÍA, 181
- GRÁFICO No. 92: PRINCIPALES DESTREZAS Y HABILIDADES DEL PERSONAL DE LA EMPRESA, 183
- GRÁFICO No. 93: PARÁMETROS PARA MEDICIÓN DE EFICIENCIA Y PRODUCTIVIDAD, 185
- GRÁFICO No. 94: NIVEL PRODUCTIVIDAD FUERZA LABORAL DEL SUBSECTOR, 186
- GRÁFICO No. 95: CALIFICACIÓN DEL NIVEL DE PRODUCTIVIDAD EMPRESA, 187
- GRÁFICO No. 96: ASPECTOS QUE INSTIMULAN LA POLÍTICA SALARIAL, 188
- GRÁFICO No. 97: RELACIÓN ENTRE PATRONES Y TRABAJADORES, 190
- GRÁFICO No. 98: PROGRAMAS DE DESARROLLO PERSONAL Y PROFESIONAL, 191
- GRÁFICO No. 99: PROGRAMAS DE PERFECCIONAMIENTO DEL PERSONAL, 192
- GRÁFICO No. 100: INFLUENCIA DE LA POLÍTICA LABORAL DEL GOBIERNO, 193
- GRÁFICO No. 101: PROGRAMAS DE MEJORAMIENTO CONTINUO, 194
- GRÁFICO No. 102: ENTIDADES QUE IMPLEMENTAN PROCESOS DE MEJORAMIENTO CONTINUO, 196
- GRÁFICO No. 103: FORTALEZAS TECNOLÓGICAS, 197
- GRÁFICO No. 104: CAMBIOS EN LA EMPRESA EN BASE A COMPETIDORES LOCALES, 198
- GRÁFICO No. 105: INNOVACIONES EN EL ÁREA DE MARKETING, 200
- GRÁFICO No. 106: INNOVACIONES EN EL ÁREA ADMINISTRATIVA, 201

- GRÁFICO No. 107: INNOVACIONES EN EL ÁREA FINANCIERA, 202
GRÁFICO No. 108: INNOVACIONES EN EL ÁREA PRODUCCIÓN, 203
GRÁFICO No. 109: INNOVACIONES EN EL ÁREA RECURSOS HUMANOS, 204
GRÁFICO No. 110: NIVEL DE FLEXIBILIDAD DE LOS DIRECTIVOS PARA OPTAR POR CAMBIOS, 205
GRÁFICO No. 111: MEDICIÓN DE LA EFICACIA Y EFICIENCIA, 206
GRÁFICO No. 112: COMPRA DE MAQUINARIA NECESARIA, 207
GRÁFICO No. 113: ACTIVIDADES ORIENTADAS A PROMOVER LA CREATIVIDAD, 208
GRÁFICO No. 114: PRODUCTOS Y PROCESOS PATENTADOS, 209
GRÁFICO No. 115: ORGANISMOS QUE FINANCIAN PROGRAMAS DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO EN LA EMPRESA, 211
GRÁFICO No. 116: PROGRAMAS OFRECIDOS POR LA UNIVERSIDAD, 212
GRÁFICO No. 117: PROGRAMAS EN LOS CUALES HA PARTICIPADO CON UNIVERSIDADES, 213
GRÁFICO No. 118: CLASES DE DESECHOS GENERADOS POR LA EMPRESA, 214
GRÁFICO No. 119: IMPACTO AMBIENTAL DE LOS DESECHOS EN LA UBICACIÓN GEOGRÁFICA, 215
GRÁFICO No. 120: MEDIOS UTILIZADOS PARA MANEJAR LOS DESECHOS Y DESPERDICIOS, 216
GRÁFICO No. 121: PLANES DE REMEDIACIÓN CON LOS QUE CUENTA LA EMPRESA, 217
GRÁFICO No. 122: PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN DE LA EMPRESA PARA EL MANEJO DE REMEDIACIÓN, 219
GRÁFICO No. 123: PORCENTAJE EDUCACIÓN MANTIENE EL EQUIPO GERENCIAL, 220
GRÁFICO No. 124: EXISTENCIA PLAN ESTRATÉGICO PARA ENFRENTAR LA COMPETENCIA, 221
GRÁFICO No. 125: TIPOS DE PRESUPUESTOS ESPECÍFICOS, 222
GRÁFICO No. 126: MISIÓN DEFINIDA EN LA EMPRESA, 223
GRÁFICO No. 127: OBJETIVOS ESTRATÉGICOS AL MEDIANO PLAZO, 224
GRÁFICO No. 128: DEFINICIÓN DE OBJETIVOS, 225
GRÁFICO No. 129: MEDIDAS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD, 226
GRÁFICO No. 130: MEDIDAS TOMADAS PARA REDUCIR COSTOS, 228
GRÁFICO No. 131: ACTIVIDADES QUE CONFORMAN LA CADENA DE VALOR DE LA EMPRESA, 229
GRÁFICO No. 132: VALOR AGREGADO DEL PRODUCTO, 230
GRÁFICO No. 133: APROXIMACIÓN A LA BRECHA COMPETITIVA ECUADOR - CIU C25, 303

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo de la presente investigación es determinar las brechas competitivas existentes entre el indicador nacional y las PYMEs de la Industria del Distrito Metropolitano de Quito, correspondiente al subsector CIIU C25: Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo.

1. Marco Teórico

El índice de competitividad mide la habilidad de una empresa de proveer una mayor satisfacción en el producto al consumidor, al menor costo y de buena calidad.

La competitividad se encuentra relacionada con la capacidad productiva de la empresa y con los recursos que cuenta para el proceso productivo. La eficiencia es el uso racional de los recursos que cuenta la empresa para alcanzar los objetivos planteados.

2. Características del subsector CIIU C25: Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo

Se entiende como industria manufacturera a las actividades orientadas a la transformación mecánica, física o química de bienes naturales o semiprosesados en artículos con características diferentes.

Las actividades pueden realizarse a diferentes niveles o escalas de producción, así como empleando diversas tecnologías, y distintos niveles de infraestructura tales como industrias, fábricas o talleres, lo cual no determina su carácter manufacturero.

3. Aspectos Metodológicos

La metodología usada en el presente estudio se basó en la investigación de campo exploratoria – inductiva, para lo cual se empleó técnicas de investigación como: la encuesta y la entrevista, las cuales permitirán conocer de manera directa la opinión de los propietarios y administradores de las PYMEs sobre la situación en cuanto a los factores competitivos de cada una de ellas. El diagnóstico y las posibles estrategias de mejora servirán para implantar en futuras investigaciones dentro del sector analizado.

El trabajo de campo consistió en la recopilación de datos a empresas que constan dentro de la base de datos de la Superintendencia de Compañías, las preguntas las cuales nos brindarán los datos que necesitamos para el análisis del sector se ven reflejadas en un cuestionario con varias preguntadas divididas en secciones que indagan tanto el ámbito macro y micro en el cual se desempeña la empresa.

Las entrevistas personales y telefónicas a las empresas tuvieron éxito gracias a la colaboración de los dueños de las PYMEs al mencionar que era un proyecto de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, el cual está enfocado en el análisis de la productividad del sector de la Fabricación de productos elaborados de metal, excepto material y equipo.

4. Matriz de perfil competitivo

La matriz de perfil competitivo es una herramienta de análisis gerencial que permite identificar el grado de debilidad o fortaleza de las empresas del subsector en análisis con respecto a la industria manufacturera del Distrito Metropolitano de Quito sobre factores que se consideran como claves para el éxito de la industria manufacturera del país.

Para la presente investigación se utiliza como factores claves de éxito a los componentes de los pilares de competitividad definidos por el WEF; la ponderación de cada factor está dada por las variables particulares del subsector analizado.

INTRODUCCIÓN

Hoy en día, la economía globalizada obliga al cambio drástico en productos/servicios, características del empleo, medios de financiamiento, tecnología, innovación, información, entre otros. Asistimos 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.

El índice de competitividad mide la habilidad de los países de proveer una mayor satisfacción de los consumidores al menor costo. Esta habilidad depende de cuán productivamente una nación utiliza sus recursos disponibles. En consecuencia, el índice mide un conjunto de instituciones, políticas y factores que definen los niveles de prosperidad económica sostenible hoy y a mediano plazo¹. La competitividad está determinada por elementos económicos, sociales, ambientales y políticos, que establecen la capacidad de la empresa para lograr una posición única y sostenible en el mercado.

En el Ecuador, existen varias entidades públicas, privadas y sin fines de lucro que hacen un seguimiento de este indicador, mostrando su importancia; surge entonces la necesidad la comparación entre naciones, como referente regional o mundial alcanzable.

¹ GOOGLE SCHOLAR. *Scholar articles for Global Competitiveness Report (en inglés)*. Consultado el 28-09-2010.

La presente investigación pretende identificar 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, esto es la competitividad entre los índices existentes y los consultados del distrito, objeto de este análisis, a fin de que las políticas gubernamentales puedan disponer de un documento técnico para tomar las acciones correctivas o de gestión que correspondan.

1 MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.1 Planteamiento del Problema

En la actualidad, la economía globalizada obliga al cambio obligatorio en productos y servicios, características del empleo, medios de financiamiento, tecnología e innovación.

El índice de competitividad mide la habilidad de los países de proveer una mayor satisfacción a los consumidores al menor costo. Esta habilidad depende de cuán productivamente una nación utiliza sus recursos disponibles. Es decir, el índice de prosperidad económica sostenible hoy y a mediano plazo.² La competitividad está determinada por elementos económicos, sociales, ambientales y políticos, que establecen la capacidad de la empresa para lograr una posición única y sostenida en el mercado.

Existen varias entidades públicas y privadas que realizan un seguimiento de este indicador, y es así como surge la necesidad de la comparación entre naciones.

² Boletín WEF 2012 - 2013

Esta investigación tiene como objetivo identificar los factores de competitividad del Subsector CIIU C25: Fabricación de Productos Elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo, tomando en cuenta los estudios realizados por entidades del Ecuador y exteriores.

1.1.2 Formulación del Problema

¿Cuáles son los factores de competitividad que inciden negativamente en el desarrollo de las PYMEs de la Industria Manufacturera del Subsector C25 Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo del Distrito Metropolitano de Quito?

1.1.3 Objetivos de la Investigación

Determinar las brechas competitivas existentes entre el indicador nacional y las PYMEs de la Industria Manufacturera del Distrito Metropolitano de Quito, correspondiente al subsector C25: Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo.

1.1.3.1 Específicos

- Determinar los factores de competitividad que estructuran las PYMEs en el subsector CIIU C25: Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo.

- Comparar los factores de competitividad obtenidos del Subsector CIU C25: Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo., con los de orden nacional y obtener sus conclusiones.
- Establecer los factores que generan ventaja competitiva y aquellos que no, dentro del subsector de CIU C25: Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo de la Industria Manufacturera del Distrito Metropolitano de Quito.
- Recomendar qué estrategias y políticas debe seguir el sector público y privado para mejorar la competitividad existente en las PYMEs del subsector de CIU C25: Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo de la Industria Manufacturera del Distrito Metropolitano de Quito.

1.1.4 Justificación de la Investigación

- **Teórica:** El Índice de Competitividad Global (Global Competitiveness Index), es desarrollado y publicado anualmente desde 1979 por el Foro Económico Mundial. El informe de 2012-2013 evaluó 144 economías de países desarrollados y en desarrollo, el Ecuador, dentro de este contexto, ocupa el puesto 86 en la clasificación mundial.³

³ ECUADOR. DIARIO EL 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].

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 incluidos en el informe. La encuesta es diseñada para recoger un amplio rango de factores que afectan el clima de negocios 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 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. A partir de este criterio, es posible realizar una encuesta de opinión a las empresas manufactureras del Distrito Metropolitano de Quito, y en base a sus resultados, calcular la brecha competitiva existente.

Si la competitividad es el resultado de la conjunción de la productividad operacional adicionada a la efectividad de la estrategia implementada, esta herramienta permitirá a las PYMEs, detectar sus debilidades y fortalezas, diseñando estrategias que les posibiliten competir dentro de su propio CIU, y en diferentes entornos internos y externos.

- **Práctica:** La importancia práctica del proyecto se detalla a continuación:
 - Impactos científicos: El enfoque del concepto de competitividad de las naciones muestra como los conceptos de Macroeconomía y Microeconomía se complementan para generar las condiciones de productividad que le permiten a un país participar con éxito y de manera sostenida en los mercados internacionales, propiciando con ello un mejoramiento del nivel de vida de su población.
 - Impactos tecnológicos: La reactivación del aparato productivo trae consigo la generación de bienes y servicios mejorados, la diversificación de los mismos y la creación de nuevos productos, hecho que demanda generación de fuentes de empleo, incorporación de nuevas tecnologías e incremento de la inversión que incide en el crecimiento y desarrollo económico sostenible, dando como resultado industrias productivas y competitivas.
 - Impactos educativos, culturales: El proyecto propuesto afianza el proceso investigativo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE, tanto desde el punto de vista metodológico y práctico, como en la formación académica de sus estudiantes. Adicionalmente la información se encuentra disponible y actualizada. Existe una base de datos confiable, producto de investigaciones anteriores, que permitirá el éxito del trabajo de campo.

- Impacto en la solución de problemas de la sociedad: El conocimiento de las brechas competitivas que afronta cualquier sector de la economía sirve de referente para plantear y replantear los programas gremiales, sectoriales o gubernamentales, que hagan factible alcanzar mejores índices de competitividad y su contribución al indicador nacional.

- Contribución al desarrollo de la investigación o programas de postgrado: El presente proyecto de investigación va a contribuir al fortalecimiento de la Docencia Investigativa en el marco de las Líneas de Investigación: Sistemas integrados de gestión de operaciones y Gestión de PYMEs, de las áreas de Producción-Operaciones y de Administración respectivamente.

1.2 VISIÓN TEÓRICA DE LA COMPETITIVIDAD

1.2.1 Definición de Competitividad

Los países tienen como objetivo generar condiciones óptimas para generar bienestar a sus habitantes y distribuir de una forma igualitaria la riqueza.

Para lograr esto los países tienen que tener niveles de productividad y capacidad competitiva, el concepto que contiene estos dos aspectos es la competitividad.

A continuación se cita algunos conceptos de competitividad:

La competitividad de una nación es el grado al cual se puede producir bajo condiciones de libre mercado, bienes y servicios, que satisfagan el test de los mercados internacionales y simultáneamente incrementen los ingresos reales de los ciudadanos. La competitividad a nivel nacional está basada en un comportamiento superior a la productividad.⁴

Enfocado a la empresa la competitividad es:

Capacidad de la empresa para formular e implantar estrategias que le permitan ampliar o conservar, de forma duradera, una posición en el mercado, entendida como una característica intrínseca de un producto o de una firma, la competitividad surge relacionada con el patrón de competencia vigente en cada mercado. Un patrón de competencia, a su turno, corresponde al conjunto de factores críticos para el éxito en un mercado específico.⁵

Según el Banco Central del Ecuador la competitividad es:

La capacidad para producir bienes y servicios de alta calidad de manera eficiente. Por lo tanto, la competitividad se sustenta en mejoras de la productividad (que se traducen en reducciones “reales” de costos) y en mejoras de la calidad y variedad de bienes y servicios producidos. Tanto las reducciones de costos derivados de los incrementos de productividad como los aumentos de calidad y variedad de bienes y servicios, ayudan a generar una mayor satisfacción de los consumidores y facilitan la inserción de un país a la economía mundial.

Igualmente, el desarrollo sostenible en el tiempo es sinónimo de alcanzar mayores niveles de competitividad, ya que la competitividad requiere ciertas condiciones básicas de bienestar de la población (en términos de salud y educación) y del medio ambiente para elevarse de modo sistemático en el tiempo. Es un círculo virtuoso, pues, aumentos de la competitividad efectiva (conocida como no espurrea) se traducen en mayores ingresos de la

⁴ ECUADOR. CÁMARA DE COMERCIO. *Informe de la Competitividad*.

⁵ J.C., FERAZ; D., KUPFER y L., HAGUENAUER. (1996). *Made in Brasil. Desafíos competitivos para la industria, Río de Janeiro*. Edit. Campos.

población, lo que retroalimenta a la sociedad vía constantes mejoras en las condiciones de vida de sus integrantes.⁶

Como se puede observar los aumentos de productividad que no tomen en cuenta el impacto social y medio ambiental, se convertirán en ganancias de competitividad anti éticas en el largo plazo. El desarrollo sostenible en el tiempo es importante para alcanzar mayores niveles de competitividad, ya que la competitividad requiere que se maneje un incremento estable del nivel de bienestar de la población y del medio ambiente.

La competitividad es un concepto que en los últimos años ha ido tomando mayor importancia debido a la globalización, que ha logrado eliminar las distancias entre los diferentes países y regiones del mundo. Haciendo que ahora cada país o empresa necesite crear un valor agregado que le permita mostrarse como la mejor opción en el mercado.

También se puede entender como la capacidad que tiene una empresa o país para obtener rentabilidad en sus negocios en comparación con sus competidores y que le permiten desarrollar y mantener ventajas comparativas para sostenerse en una posición de liderazgo en el sector en el que se desenvuelve.

La ventaja comparativa es aquella habilidad, recurso, conocimiento, atributos, que dispone una empresa o país y que no poseen sus competidores lo que hace que la empresa tenga mejores y más claros lineamientos que le permitan tener

⁶ BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (2002). [<http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=./documentos/PublicacionesNotas/Competitividad/Diagnostico/prodycomp.PDF>].

mejor ganancia en comparación a sus competidores y ser líderes en los negocios que están inmersos.

Esta ventaja debe ser sostenible en el tiempo, de lo contrario no se puede sobrevivir en el mercado ya que si una estrategia no es sostenible en cualquier momento la competencia conocerá que es lo que se está haciendo y puede copiarla o superarla, haciendo que se pierda parte del mercado conseguido. Por esto es importante el valor agregado que se pueda entregar a los consumidores, esto permitirá que a pesar de las circunstancias o de la nueva competencia que llegue, sigan prefiriendo los bienes o servicios.

Enfocado a la eficiencia o productividad, la competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo y la productividad de los otros oferentes del mercado.

Por ejemplo, una empresa o país será muy competitivo si es capaz de obtener elevada debido a que utiliza técnicas de producción más eficientes que las de sus competidores, que le permiten obtener ya sea más cantidad y/o calidad de productos, servicios o tener costos de producción menores por unidad de producto.

Si se habla de calidad se debe tomar en cuenta que muchas veces se tiene el concepto equivocado de que la gente prefiere precio bajo sin importar la calidad. Pero en los últimos tiempos se puede ver que existen muchos segmentos en los que prima la calidad y no el precio, es decir hay consumidores dispuestos a pagar un precio mayor si la calidad del producto o servicio supera sus expectativas.

Es por este motivo que existe en todo el mundo, muchos productos fijados al valor, es decir que el precio es mucho más alto de lo que en realidad cuesta la producción de estos. Y sin embargo la venta de estos es muy buena, ya que la percepción del cliente no solo es de un producto o servicio de calidad, sino que también se adquiere un estilo de vida con este.

1.2.2 Factores que Afectan la Competitividad Empresarial

Las empresas dependen totalmente de su entorno y su éxito está ligado en gran medida de cómo interactúe con él, ya que de él toman los recursos que necesita (recursos energéticos, financieros, tecnológicos, humanos, comunicaciones) y entrega aquellos que generan (bienes y servicios, dividendos, tecnología). Al tomar decisiones la empresa deberá tener en cuenta tanto el comportamiento de los agentes que operan en su entorno como el efecto que sus decisiones internas tendrán en su relación con el exterior.

Se puede definir el entorno como el conjunto de hechos y factores externos a la empresa relevantes para ella, con los que interacciona y sobre los que puede influir pero no controlar, que se concretan en un conjunto de normas y relaciones establecidas que condicionan su actividad.

El papel del entorno en la vida de la empresa es tal, que incluso algunos autores le dan la categoría de ser uno más de sus elementos, junto con el elemento humano, el capital y la organización.

Dado el grado de interrelación que existe entre la empresa y el entorno, éste deberá tener una actitud de análisis permanente para identificar a tiempo las repercusiones que tiene en ella lo que le permitirá:

- a) Detectar a tiempo las oportunidades y amenazas que el entorno presenta para su supervivencia.
- b) Identificar los cambios internos que debe poner en marcha para mejorar su relación con el entorno y facilitar su adaptación a él.

El primer aspecto a abordar en el análisis del entorno es reconocer y clasificar los factores que en él se manifiestan. Distinguir entre los factores que afectan de forma general o global a todas las empresas y los que afectan de forma específica a cada una. Estos dos grupos de factores conforman el entorno general y el entorno específico.

- Entorno general o macroeconómico

Engloba los factores que reflejan las grandes tendencias de la realidad exterior de la empresa. Son los factores más alejados de la empresa sobre los que su capacidad de influir es mínima. Estos factores afectan a todas las empresas.

Suelen diferenciarse determinados componentes del entorno general, que constituyen lo que se denomina análisis PEST (empleando sus iniciales) y son los siguientes:

- Entorno Político Legal

La acción de los diferentes gobiernos y administraciones públicas afecta a las condiciones competitivas de la empresa por medio de la regulación de los sectores, regulación procedente de instituciones supranacionales, medidas de fomento de determinadas condiciones relacionadas con la innovación, internacionalización, la regulación del mercado laboral, la legislación mercantil, administrativa, política fiscal y tributaria.

- Entorno Económico

Las condiciones del entorno económico condicionan sus rendimientos actuales y futuros de las empresas y viceversa.

Influencia de factores del entorno económico son:

- El crecimiento económico: Consiste en el ritmo al que aumenta la producción de bienes y servicios de un determinado país. Esta variable económica se refleja en el gasto o consumo de las familias. Cuanto mayor crecimiento económico, mayor será el consumo y más fácil será incrementar las ventas. Este crecimiento alivia la presión competitiva, ya que las empresas no tienen que luchar necesariamente entre sí para mantener e incrementar su actividad.

- Los tipos de interés: Cuanto mayor sean, más costoso le resultará a las empresas financiar sus proyectos de inversión, y por lo tanto, más costosa le será a los consumidores la adquisición de bienes mediante pagos aplazados. En consecuencia, tanto la inversión como el consumo tenderán a decrecer.
 - Los tipos de cambio de las monedas: Afectan a la capacidad de las empresas para competir en los mercados internacionales. Una moneda fuerte favorece las importaciones y perjudica a las exportaciones.
 - La inflación: Es la tasa en que se incrementan los precios de los productos y servicios. Cuanto mayor, es más se devalúa el dinero y reduce el consumo de las familias. Las empresas por el lado de los costes tienen una subida de las materias primas y tiende a reducir sus beneficios.
 - Otros aspectos como las tasas de desempleo, el déficit público, o la política fiscal y tributaria, afectan sobre las posibilidades competitivas de las empresas, como las crisis en los países latinoamericanos.
- Entorno Socio Cultural

Las empresas se desenvuelven en el interior de la sociedad, con todas sus características y sus procesos de cambio.

Son especialmente importantes los siguientes aspectos:

- Condiciones demográficas: Condicionan enormemente el potencial de desarrollo de numerosos sectores y condenan a su desaparición o a la marginalidad a otros. Por ejemplo, el crecimiento de la esperanza de vida de la población, está propiciando nuevos sectores orientados a la tercera edad.
 - Aspectos culturales: La cultura de la sociedad individualista, grupal, societaria o comunicativa, afectan a las posibilidades de actuación empresarial y a la aceptación de los productos/servicios.
 - Aspectos sociológicos: El papel que desempeña la mujer, los cambios de valores sociales, diferentes estilos de vida, ecologismo constituyen fuentes de oportunidades para las empresas.
- Entorno Tecnológico

Una de las dimensiones que más están evolucionando a lo largo de las últimas décadas es la tecnológica. El desarrollo y su aceleración modifican constantemente las condiciones en las que compete la empresa. Suponen, la apertura de nuevas posibilidades para la empresa, o peligro para aquellas que no sepan adaptarse. Puede modificar las relaciones de intercambio entre la empresa y sus competidores.

- Entorno Específico

Son los factores del sector en el que opera cada empresa y por lo tanto inciden directa e inmediatamente en ellas. Al tratarse de factores más cercanos, la empresa puede ejercer alguna influencia sobre ellos. La empresa debe observar atentamente la evolución de su sector para así conocer los cambios que se están produciendo en las fuerzas competitivas del mismo y en la presión competitiva existente, puesto que de la competencia en el sector van a depender los beneficios de la empresa y su rentabilidad.

1.2.3 Factores que Favorecen la Competitividad Empresarial

Como se menciona anteriormente la competitividad de una empresa depende de la calidad y de los precios que tengan el producto o servicio ofrecido en comparación de sus competidores directos, por dicho motivo existen factores que favorecen a que los productos ofrecidos sean competitivos en el mercado, los mismos que se detallan a continuación:

- Grado de Apertura Comercial.- Su objetivo es medir con que profundidad los países se integran con otro en aspectos como exportaciones e importaciones, y con el acceso a insumos y bienes de capital elevar la producción de la industria interna de cada país.

- Desempeño del gobierno.- El Gobierno cumple un papel importante en el desarrollo de la competitividad, ya que mediante sus políticas puede apoyar u obstaculizar de diferentes maneras ciertas decisiones que son importantes para la competitividad, por ejemplo facilitar recursos para incentivar la inversión pública y privada que permitan desarrollar a la PYMEs.
- Desarrollo del mercado financiero.- Se necesita en el ámbito financiero crear políticas y conciencia de ahorro que nos permitan en el tiempo enfocarnos a la inversión productiva. También es importante tener la capacidad de negociar por parte de los gerentes para proveerse de los recursos financieros necesarios para la inversión productiva en las diferentes PYMEs de cada país.
- Estado de la infraestructura.- Para que una productividad de la inversión privada pueda afectarse de forma positiva o negativa en ámbito de infraestructura hay que tomar en cuenta lo siguiente:

Calidad y grado de eficiencia de: sistema de transporte aéreo, marítimo y terrestre conjuntamente con sus aeropuertos, puertos y terminales, generación y distribución de la energía eléctrica, red de telecomunicaciones.

- Desarrollo Tecnológico.- Mide la calidad en ámbito de tecnología con que los inversionistas cuentan a su disposición.

Para clarificar más este tema es necesario citar lo siguiente:

La relación entre tecnología, transformación productiva y competitividad internacional se ha hecho evidente. La tecnología tiene un papel principal en la creación de ventajas competitivas dinámicas y rápidamente posibilita una competitividad internacional.⁷

- **Gestión Gerencial.**- La capacidad con que la gerencia dirige a las empresas mide la calidad de su gestión en aspectos de estrategias competitivas, planificación, desarrollo de nuevos productos, control de la calidad y cumplimiento de objetivos en todos los niveles.
- **Eficiencia del Mercado Laboral.**- Este factor está englobado en la eficiencia del Recurso Humano, a su potencial, competitividad, destrezas, habilidades, nivel de educación, mano de obra calificada o no calificada en relación a su salario, si está o no dentro de la seguridad social, estabilidad laboral. En resumen este aspecto busca la creación de leyes que permitan contratar en condiciones favorables para las personas y que contrasten con las leyes que afectan actualmente a las personas.
- **Desarrollo institucional.**- Este factor toma en cuenta un correcto actuar y estabilidad de las instituciones tanto legales, sociales, políticas, económicas, que permitan la protección de los derechos de las organizaciones públicas o privadas, personas o grupo de personas como agremiaciones. Controlando y castigando en casos de corrupción, favorecimiento o enriquecimiento ilícito.

⁷ REFLEXIONES DE CARACAS. (1990). *Síntesis del taller*.

1.3 MODELOS DE COMPETITIVIDAD

La competitividad está estrechamente ligada a la productividad, pues cuando una empresa llega a ser capaz de utilizar eficaz y eficientemente los recursos con los que cuenta, convirtiéndose en una empresa competitiva dentro del mercado en el que se encuentra. La competitividad de las naciones está dada por la productividad de sus empresas, quienes son las responsables directas de generar una ventaja competitiva en el mercado internacional.

En la actualidad existe una competencia entre naciones cada vez más agudizada, generada por la globalización que obliga a los países a entrar en una competencia constante, para ello es necesario contar con empresas preparadas que puedan afrontar los desafíos del entorno cambiante y de los mercados exigentes.

Existen algunos modelos de competitividad que se han intentado implementar en varios países y que se detallan a continuación.

1.3.1 Clústers

Un clúster industrial (o simplemente clúster) es un concepto nacido a principios de la década de los 90 como herramienta para el análisis de aquellos factores que permiten a una industria específica incorporar nuevos eslabones en su cadena productiva, los factores que determinan el uso de nuevas tecnologías en sus procesos, y los factores determinantes de la generación de actividades de aglomeración. Estas ideas provienen del trabajo pionero de Michael Porter y colaboradores, quienes analizan la adquisición por parte de concentraciones

territoriales de empresas de ventajas comparativas en ciertos sectores del comercio manufacturero mundial.⁸

Porter define *clúster* como concentraciones de empresas e instituciones interconectadas en un campo particular para la competencia, pudiéndose observar en el mundo gran variedad de clústeres en industrias como la automotriz, tecnologías de la información, turismo, servicios de negocios, minería, petróleo y gas, productos agrícolas, transporte, productos manufactureros y logística, entre otros.

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 y qué actividad no lo hace.

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

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

⁸ M., PORTER. (1990). *The Competitive Advantage of Nations. Ventaja Competitiva de las Naciones.*

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 Modelo de Competitividad Sistémica

En México actualmente se está manejando un modelo de Competitividad Sistémica que se basa en los seis círculos de competitividad, pues se pretende llegar a ser una nación en la cual toda su economía se encuentre bien estructurada y les permita ser competitivos en el mercado internacional.

El primer círculo y el más básico es la microeconomía, que se refiere a un modelo empresarial donde las empresas de México lleguen a ser competitivas y mantengan un desarrollo sostenible además una alta productividad y flexibilidad dentro del capital laboral, el poder estructurar y trabajar en las debilidades de las empresas que constituyen la base de la economía de un país es fundamental en el modelo de competitividad sistémico.

El segundo círculo es la meso economía, que se base en el modelo industrial, preocupándose del capital organizacional, es decir conglomerados y cadenas empresariales, que constituyen un factor muy importante en el momento de competir, pues al unir fuerzas de empresas de un mismo país es más fácil llegar a ser competitivos internacionalmente, también toma en cuenta el capital logístico y lo referente a la tecnología utilizada, misma que debe aportar a la innovación y a la introducción de nuevas prácticas modernas de hacer las cosas

y que permita aumentar la productividad y el último punto importante en este círculo es el capital intelectual mediante un sistema nacional de educación que capacite al recurso humano.

El tercer círculo está basado en un modelo macro donde se pretende el equilibrio macroeconómico interno como externo del aspecto financiero, fiscal y de competitividad. A nivel nacional es importante que las estructuras de base de la nación funcionen bien para que el modelo sistémico también lo haga.

El cuarto círculo es el modelo de apertura, que se basa en la internalización y en el capital comercial, tiene como objetivo el fomentar las exportaciones e implementar programas que erradiquen el contrabando y las prácticas de competencia desleal.

El quinto círculo es el institucional, basado en el modelo gubernamental y de estado de derecho, pretende tener un gobierno de calidad e inteligente que garantice el atraer inversión extranjera mediante estabilidad política dentro del país y que fomente la creación y el funcionamiento de empresas nacionales.

El sexto y último círculo es el político-social, basado en un modelo de desarrollo social integral y estabilidad política gracias a un programa de seguridad pública que es la base de la sustentabilidad del desarrollo.⁹

⁹ René, VILLARREAL MONTERREY, N. L. (Martes 4 de junio 2002). *México Competitivo 2020 “El modelo de competitividad sistémica para el desarrollo”*. Centro de Capital Intelectual y Competitividad México.

Los pilares fundamentales para este modelo de Competitividad Sistémica son diez, mismos que sustentan el crecimiento del PIB per cápita en una economía abierta a la competencia de mercados internacionales, son los siguientes: Crecimiento sostenido, pleno y sustentable empresarial, laboral, organizacional, logístico, intelectual, macroeconómico, comercial, industrial, gubernamental y social.

1.3.4 Modelo Nacional de Competitividad

El modelo nacional de competitividad pretende ser una guía para todas las empresas e instituciones sin importar su tamaño ni a qué están dedicadas, ha sido diseñado y puesto en práctica para poder concientizar principalmente a los directivos sobre redefinir retos y oportunidades dentro del entorno en el que desenvuelven sus organizaciones y que promuevan el desarrollo de las mismas, este modelo fue desarrollado por el Instituto de Desarrollo de la Calidad Total.

El modelo analiza a toda la organización dentro de un enfoque global y que integre a todas sus áreas, para ello se vale de algunas herramientas como resultados de competitividad y sustentabilidad, la mejora continua, innovación, flexibilidad y agilidad además de la creación de valor para sus clientes, este análisis integral es lo que lo diferencia de algunos otros modelos.

Este modelo pretende darles a los directivos algunas herramientas para que ellos puedan definir exactamente a dónde pretenden llegar y qué es lo que quieren de su empresa, además que todos sus colaboradores se encuentren informados y ayuden a la consecución de metas, después de saber a dónde

pretenden llegar es importante que identifiquen las estrategias para hacerlo y con las que se van a crear las ventajas competitivas que les permitirán diferenciarse.

Es importante como paso consecutivo, identificar las capacidades clave de la organización y en qué forma estas capacidades podrán ser desarrolladas o incentivadas y por último la implementación.

1.3.5 Modelo WASEDA

Este modelo que está dado por la universidad WASEDA de Japón, toma en cuenta los siguientes puntos:

- Conceptualización de la competitividad

La competitividad industrial es el producto de la interacción compleja y dinámica entre cuatro niveles económicos y sociales de un sistema nacional, que son los siguientes: El nivel micro, de las empresas, las que buscan simultáneamente eficiencia, calidad, flexibilidad y rapidez de reacción, estando muchas de ellas articuladas en redes de colaboración mutua; el nivel meso correspondiente al Estado y los actores sociales, que desarrollan políticas de apoyo específico, fomentan la formación de estructuras y articulan los procesos de aprendizaje a nivel de la sociedad; el nivel macro, que ejerce presiones sobre las empresas mediante exigencias de desempeño; y, por último, el que se llama nivel meta, que se estructura con sólidos patrones básicos de organización jurídica, política y económica, suficiente capacidad social de organización e integración y capacidad de los actores para la integración estratégica. Al respecto, la competitividad de una empresa se basa en el patrón organizativo de la sociedad en su conjunto y por tanto es sistémica.¹⁰

¹⁰ K., ESSER; W., HILLEBRAND; D., MESSNER y J., MEYER-STAMER. (Agosto 1996). *Competitividad Sistémica: Nuevos Desafíos para las Empresas y la Política*. Santiago de Chile: Revista de la Cepal, No. 59.

- Macroeconomía estable

En este punto se refiere al clima estable y propicio, variables de desempeño y competitividad de la economía para que empresas, inversionistas y personas puedan tomar la decisión de invertir en el corto o largo plazo, sin ningún temor para ellos de que pueda variar la economía de un país.

- Clima adecuado de negocios, apertura que garantice la inversión nacional y extranjera, inversión en factores de infraestructura.

El clima de negocios se refiere a un conjunto de factores que son necesarios para que se pueda invertir. Estos factores dan oportunidades e incentivos para que las empresas inviertan productivamente, generen empleos y crezcan de forma sustentable. El clima también puede verse afectado por la incertidumbre, bien sea macroeconómica, institucional o político-institucional, lo cual ocasiona caídas importantes en la inversión.

Según el Doin Business, un informe auspiciado por el Banco Mundial:

“El entorno ecológico de Negocios se determina a partir de una serie de variables cuantitativas y cualitativas, a través de las cuales se puede facilitar la apertura de nuevas empresas.”¹¹

¹¹ DOIN BUSINESS. *Informe Banco Mundial*.

Estas variables tienen que estar ligadas con la facilidad para invertir en factores de infraestructura como son permisos de construcción, movilidad en todo sus aspectos, facilidad en lo que se refiere a propiedades (compra – venta), y por último en la capacidad del sistema financiero en colocar préstamos que garantice la inversión.

- Tecnología blanda

La tecnología blanda está relacionada con Know - How de la gente, la capacidad de aprendizaje de una organización, con el tipo de talento que tenga un trabajador. En una economía basada en el conocimiento, la clave es el aprendizaje.

- Redistribución del ingreso

Para el mejoramiento de la competitividad en cierta parte se tiene que tomar en cuenta la redistribución del ingreso, con el fin de dar a las empresas condiciones iniciales con las cuales puedan compensar ciertas carencias en el ámbito de la productividad, y de esta forma sea atractiva la inversión para poder competir internacionalmente.

1.4 LA COMPETITIVIDAD GLOBAL – WEF

Si bien es cierto, resulta un tanto complicado poder medir la competitividad de una nación, existen muchos factores internos como externos que influyen en la misma, más aún de una región determinada, para ello se han creado algunas propuestas, unas

de las más fundamentadas es la de WEF (World Economic Forum), este modelo de medición ha variado con el tiempo pues pretende llegar a ser una herramienta que sirva a los países para establecer mejores políticas de desarrollo económico, además el poder comparar más objetivamente a las naciones de una misma región.

El Foro Económico Mundial (World Economic Forum, WEF) es una fundación sin fines de lucro con sede en Ginebra, conocida por su asamblea anual en Davos, Suiza. Allí se reúnen los principales líderes empresariales, los líderes políticos internacionales y periodistas e intelectuales selectos para analizar los problemas más apremiantes que enfrenta el mundo; entre ellos, la salud y el medioambiente¹². El Foro Económico Mundial fue fundado en 1971 por Klaus M. Schwab, un profesor de economía de Suiza.

WEF su significado en español (Foro Económico Mundial de Competitividad Global) realiza anualmente una serie de informes, los cuales tiene como objetivo reflejar el entorno operativo y la competitividad empresarial de más de 140 economías de todo el mundo, estos informes pretenden identificar las ventajas, así también como los obstáculos del crecimiento nacional ofreciendo así un instrumento de referencia único para los sectores públicos y privados, así como instituciones académicas y el sector social.

El WEF trabaja con una red de institutos asociados, así como destacadas instituciones académicas de todo el mundo para garantizar los resultados más actualizados y así reflejar resultados de la competitividad global anual.

¹² WEFORUM. [www.weforum.org].

Después de varios años de rápido crecimiento y casi sin obstáculos, el panorama económico mundial está cambiando. El aumento de los precios de la energía y los alimentos, una importante crisis financiera internacional, y la correspondiente disminución en las principales economías mundiales se enfrentan con las nuevas políticas de gestión económica. La actual volatilidad de relieve la importancia de un entorno económico competitivo que puede ayudar a las economías nacionales a tiempo este tipo de crisis, con el fin de garantizar el sólido desempeño económico en el futuro. Una nación del nivel de competitividad refleja la medida en que es capaz de proporcionar mayor prosperidad a sus ciudadanos.

Desde 1979, el Foro Económico Mundial anual de Competitividad Global ha examinado los múltiples factores que permiten las economías nacionales para lograr un crecimiento económico sostenido y la prosperidad a largo plazo. El objetivo a través de los años ha sido proporcionar herramientas para la evaluación comparativa de los líderes empresariales y políticos para identificar los obstáculos a la mejora de la competitividad, estimular el debate sobre las estrategias para superarlos. En los últimos años, el Foro Económico Mundial ha basado su análisis de competitividad en el Índice de Competitividad Global (ICG), un índice muy amplio para la medición de la competitividad nacional, que capta las bases macroeconómicas y micro económicas de la competitividad nacional.

Se define la competitividad¹³ como el conjunto de las instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país. El nivel de productividad, a su vez, establece el nivel sostenible de prosperidad que puede ser

¹³ *Ibidem.*

percibido por la economía. En otras palabras, economías más competitivas tienden a ser capaces de producir mayores niveles de ingresos para su nivel de productividad. También determina las tasas de rentabilidad obtenida por las inversiones en una economía. Debido a que los índices de rentabilidad son los factores impulsores de las tasas de crecimiento de la economía, una economía más competitiva es aquella que es probable que crezca más rápido en el mediano a largo plazo. El concepto de competitividad implica, por tanto los componentes estáticos y dinámicos: aunque la productividad claramente de un país determina su capacidad para mantener un elevado nivel de ingresos, también es uno de los factores determinantes de los rendimientos de la inversión, que es uno de los principales factores que explican un potencial de crecimiento de la economía.

1.4.1 Pilares de Competitividad

Los 12 pilares de la competitividad factores determinantes de la competitividad son múltiples y complejos. Durante cientos de años, los economistas han tratado de entender lo que determina la riqueza de las naciones. Este intento ha variado desde Adam Smith el cual se centra en la especialización y la división del trabajo para los economistas neoclásicos enfatizando en la inversión en capital físico e infraestructura, y, más recientemente, a los intereses de otros mecanismos tales como la educación y la formación, el progreso tecnológico (ya sea creado en el país o adoptados en el extranjero), la estabilidad macroeconómica, el buen gobierno, el imperio de la ley, la transparencia y el buen funcionamiento de las instituciones, la sofisticación empresa, las condiciones de la demanda, el tamaño del mercado, y muchos otros. Cada una

de estas conjeturas se basa en sólidos fundamentos teóricos. El punto central, sin embargo, es que no son mutuamente excluyentes, de modo que dos o más de ellos podría ser verdad al mismo tiempo. Cientos de estudios econométricos muestran que muchas de estas conjeturas son, de hecho, simultáneamente verdaderas. Esto también puede explicar en parte que, a pesar de la actual crisis financiera mundial, no necesariamente las grandes oscilaciones de los índices de competitividad, por ejemplo en los Estados Unidos. Los mercados financieros son sólo uno de varios componentes importantes de la competitividad nacional. El ICG capta esta dimensión abierta proporcionando una media ponderada de los diferentes componentes, cada uno de los cuales refleja un aspecto de la compleja realidad que llamamos competitividad.

El método utilizado para calcular el Índice Global de la Competitividad por el Foro Económico Mundial utiliza 114 variables, agrupadas en 12 pilares de los cuales dos terceras partes provienen de la Encuesta de Opinión Ejecutiva, que es una encuesta llevada a cabo por el Foro Económico Mundial y que constituye una de las dos fuentes para el Reporte Global de Competitividad y la tercera parte restante proviene de fuentes públicas, que constituyen la segunda fuente de información. El Índice Global de Competitividad clasifica las naciones en tres etapas de desarrollo.

El grupo de todos estos componentes se resumen en 12 pilares de la competitividad económica:

CUADRO No. 1
12 PILARES DE LA COMPETITIVIDAD¹⁴

REQUERIMIENTOS BÁSICOS → Países y empresas que están centrados en los factores básicos de producción.

1. Instituciones, tanto públicas como privadas.
2. Infraestructura: transporte, telecomunicaciones, electricidad.
3. Estabilidad macroeconómica, control de desempeño, inflación, ciclo económico.
4. Salud y educación primaria básica.

PROMOTORES DE EFICIENCIA → Países y empresas que están centradas en la eficiencia.

5. Educación superior y entrenamiento de los empresarios.
6. Eficiencia de los mercados de bienes.
7. Eficiencia del mercado laboral.
8. Sofisticación del mercado financiero.
9. Disponibilidad tecnológica, creada o limitada.
10. Tamaño del mercado para las empresas del país.

FACTORES DE INNOVACIÓN Y SOFISTICACIÓN → Países y empresas que están centradas en la Innovación.

11. Sofisticación de la gestión de negocios (Profesionalización de la administración de empresas).
12. Innovación: de productos, procesos, relaciones con los clientes y de mercados.

Fuente: Informe sobre el Reporte Global de Competitividad del Foro Económico Mundial
Elaborado por: Centro Latinoamericano para la Competitividad Desarrollo Sostenible

De acuerdo al Foro Económico Mundial los pilares se encuentran explicados así:¹⁵

Primer pilar: El entorno institucional

Constituye el marco dentro del cual las personas, empresas y gobiernos interactúan para generar ingresos y riqueza en la economía. El marco institucional tiene una fuerte incidencia en la competitividad ya que desempeña

¹⁴ CHILE. ABOGADOS ARICA S.A. (2012). [<http://www.abogadosarica.cl/index>].

¹⁵ FORO ECONÓMICO MUNDIAL. Suiza: Davos.

un papel central en la forma en que las sociedades de distribución de los beneficios asumirán los costos de estrategias y políticas de desarrollo, y que influye en las decisiones de inversión y la organización de la producción. Propietarios de tierras, acciones corporativas, e incluso la propiedad intelectual no están dispuestos a invertir en la mejora y el mantenimiento de sus bienes si sus derechos como propietarios están en riesgo.¹⁶ De igual manera, si la propiedad no puede ser comprada y vendida con la confianza de que las autoridades aprueben la transacción, el propio mercado no será capaz de generar un crecimiento dinámico. La importancia de las instituciones no se limita al marco jurídico. La actitud hacia los mercados y la eficiencia de sus operaciones son también muy importantes: el exceso de burocracia, la corrupción, la deshonestidad en el tratamiento de los contratos públicos, la falta de transparencia y confiabilidad, o la dependencia política de imponer el sistema judicial importantes costos económicos para las empresas.

Aunque la literatura económica se ha centrado principalmente en las instituciones públicas, las instituciones privadas también son un elemento importante en el proceso de creación de bienestar. Los más importantes escándalos empresariales que se han producido en los últimos años, y la presente crisis financiera mundial, han puesto de relieve la pertinencia de contabilidad y normas de información y transparencia para evitar el fraude y la mala gestión, garantizando el buen gobierno, y el mantenimiento de los inversores y los consumidores confidenciales. Esta economía está bien servida por las empresas que se ejecutan con honestidad, que los directivos cumplan

¹⁶ *Ibíd.*

fuerte prácticas éticas en sus relaciones con el gobierno, otras empresas, y el sector privado y público. La transparencia es indispensable para las empresas, y puede lograrse mediante el uso de normas, así como las prácticas de contabilidad y auditoría que garanticen el acceso a la información en el momento necesario.

Segundo pilar: La infraestructura amplia y eficiente

La infraestructura es un factor fundamental de competitividad, ya que garantiza el funcionamiento eficaz de la economía, este es un factor importante para determinar la ubicación de la actividad económica y los tipos de actividades o sectores que pueden desarrollar en una economía con una infraestructura desarrollada. Esto reduce el efecto de la distancia entre las regiones, con el resultado de una verdadera integración en el mercado nacional y de la conexión a los mercados de otros países y regiones.¹⁷ Además, la calidad y extensión de las redes de infraestructuras inciden significativamente en el crecimiento económico y reducir las desigualdades de ingresos y la pobreza en una gran variedad de caminos. En este sentido, una infraestructura desarrollada de transportes y comunicaciones de red es un requisito previo para la capacidad de producción. Implementar modos de transporte eficaz y eficiente de mercancías, personas, servicios y calidad, como carreteras, puertos y transporte aéreo con el objetivo de incentivar a los empresarios a distribuir sus productos al mercado de una manera segura y oportuna, y facilitar la circulación de los trabajadores a los más adecuados puestos de trabajo. Las economías también

¹⁷ *Ibíd.*

dependen de los suministros de electricidad que están libres de interrupciones y la escasez, de modo que las empresas y las fábricas pueden funcionar sin trabas. Por último, 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

La estabilidad del entorno macroeconómico es importante para las empresas y, por lo tanto, es importante para la competitividad global de una nación. Si bien es cierto que la estabilidad macroeconómica por sí sola no puede aumentar la productividad de una nación, también se reconoce que el caos macroeconómico perjudica la economía.¹⁸ Las empresas no pueden tomar decisiones oportunas cuando la inflación de un país es inestable. El gobierno no puede prestar servicios de manera eficiente si tiene altos pagos de intereses sobre las deudas de su pasado. En resumen, la economía no puede crecer a menos que el entorno macroeconómico sea estable.

Cuarto pilar: La salud y la educación primaria

Una mano de obra saludable es vital para la competitividad de un país¹⁹. Trabajadores que estén enfermos no pueden laborar a su máximo potencial, y

¹⁸ *Ibidem.*

¹⁹ *Ibidem.*

serán menos productivos. La mala salud conduce a importantes costes para las empresas, los trabajadores enfermos a menudo representan altos niveles de ausentismo o funcionan a niveles más bajos de eficiencia.

La inversión en la prestación de los servicios de salud es por lo tanto, fundamental para economías claras, así como morales. Además de la salud, este pilar tiene en cuenta la cantidad y la calidad de la educación básica recibida por la población, que es cada vez más importante en la economía actual. La educación básica aumenta la eficiencia de cada trabajador. Por otra parte, una mano de obra que ha recibido muy poca educación formal puede realizar sólo el trabajo manual de base y considera que es mucho más difícil para adaptarse a los más avanzados procesos de producción y técnicas. La falta de educación básica, por lo tanto, puede convertirse en un obstáculo en el desarrollo empresarial, con la búsqueda de empresas que deben ascender en la cadena de valor mediante la producción y el manejo de maquinaria sofisticada.

Quinto pilar: La educación superior y la formación de calidad de educación secundaria.

La formación es crucial para las economías que quieren ascender en la cadena de valor más allá de simples procesos de producción. La actual globalización de la economía requiere de economías estables para nutrir educadamente a trabajadores que sean capaces de adaptarse rápidamente a los cambios en sus medidas desarrolladoras.

La formación profesional debe ser oportuna y continua para garantizar una constante mejora de las capacidades de los trabajadores a las necesidades cambiantes de la evolución de la economía.

Sexto pilar: La eficiencia del mercado de bienes.

Los mercados de bienes están en condiciones de producir una combinación adecuada de productos y servicios a la oferta y la demanda, así como para garantizar que estos productos pueden ser comercializados de manera más eficaz en la economía. Es importante que haya mercados saludables dentro de la competencia, tanto nacionales como extranjeros, en el impulso de la eficiencia del mercado y, por tanto, la productividad de la empresa, garantizando que la forma más eficiente de las empresas sea la producción de bienes demandados por el mercado. El mejor entorno posible para el intercambio de bienes requiere un mínimo de los impedimentos para la actividad empresarial a través de la intervención del gobierno a estar en su lugar. Por ejemplo, la competitividad se ve obstaculizada altos impuestos, y por las normas restrictivas y discriminatorias a la propiedad extranjera o la inversión extranjera directa (IED). La eficiencia del mercado depende también de las condiciones de la demanda, tales como la orientación al cliente y el comprador sofisticado. 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 y, por lo tanto, impone la disciplina necesaria para la eficiencia en el mercado.

Séptimo pilar: La eficiencia del mercado laboral

La eficacia y la flexibilidad del mercado laboral son fundamentales para garantizar que los trabajadores son asignados a su uso más eficiente de la economía, y siempre con los incentivos a dar su mejor esfuerzo en sus puestos de trabajo. Mercados laborales deben tener la flexibilidad de los trabajadores por turnos a partir de una actividad económica a otra rápidamente y a bajo costo, y permitir que las fluctuaciones de los salarios sin mucha desorganización social. Los mercados de trabajo eficientes deben también asegurar una clara relación entre el trabajador y sus esfuerzos de incentivos, así como la mejor utilización de los talentos disponibles, que incluye la equidad en el entorno empresarial entre las mujeres y los hombres.

Octavo pilar: La sofisticación del mercado financiero

La actual crisis financiera mundial ha puesto de relieve la importancia crítica de los mercados financieros para el funcionamiento de la economía nacional. Un sector financiero eficiente es necesario asignar los recursos ahorrados por los ciudadanos de una nación, así como los que entran en la economía desde el extranjero a sus usos más productivos. Que canaliza los recursos a los proyectos de inversión empresarial o con los más altos índices de rentabilidad esperada, en lugar de las conexiones políticas. Una minuciosa evaluación del riesgo es, por tanto, un ingrediente clave. La inversión empresarial es crucial para la productividad. Por lo tanto requieren las economías de los mercados financieros sofisticados que pueden hacer que el capital disponible para inversiones del sector privado de fuentes tales como préstamos de un sector

bancario sólido bien regulado, bolsas de valores, capital de riesgo, y otros productos financieros. Un sector financiero eficiente también asegura que los innovadores con buenas ideas pueden convertir los recursos financieros en productos y servicios comercialmente viables. Con el fin de cumplir todas aquellas funciones, el sector bancario debe ser digno de confianza y transparencia.

Noveno pilar: Disposición tecnológica

Esta disposición tecnológica mide la agilidad con la que una economía adopta las tecnologías existentes para mejorar la productividad de sus industrias. En el mundo globalizado de hoy, la tecnología se ha ido convirtiendo en un elemento importante para las empresas para competir y prosperar. En particular, la información y la comunicación (TIC) han evolucionado hasta convertirse en la tecnología de propósito general de nuestro tiempo, efectos secundarios, dada la crítica a los demás sectores económicos y su papel de una infraestructura eficiente para el acceso a las transacciones de las TIC. Por ello la comercialidad y el uso están incluidos en el pilar como componentes esenciales de las economías globales de nivel de madurez tecnológica. Si la tecnología tiene o no se ha desarrollado dentro de las fronteras nacionales es irrelevante para su efecto sobre la competitividad. El punto central es que las empresas que operan en el país tienen acceso a productos avanzados y planos y la capacidad para utilizarlos. Es decir, no importa si el personal ordenador o de Internet fue inventado en un país. Es muy importante que estos inventos estén a disposición de la empresa comunitaria. Esto no significa que el proceso de innovación es irrelevante. Sin embargo, el nivel de la tecnología a disposición

de las empresas en un país debe distinguirse de la capacidad del país para innovar y ampliar las fronteras del conocimiento. Esta es la razón por la que la disposición, separada de la innovación tecnológica, es analizada en el pilar 12.

Décimo pilar: El tamaño del mercado

El tamaño del mercado afecta a la productividad, ya que los grandes mercados permiten a las empresas a aprovechar las economías de escala. Tradicionalmente, los mercados a disposición de las empresas se han visto limitados por las fronteras nacionales. En la era de la globalización, los mercados internacionales se han convertido en un sustituto de los mercados nacionales, especialmente para los pequeños productores. Ésta gran evidencia empírica que muestra que la apertura comercial se asocia positivamente con el crecimiento. Incluso, algunas investigaciones recientes, plantean dudas sobre la solidez de esta relación, el enfoque general es que el comercio tiene un efecto positivo sobre el crecimiento, especialmente para los países con pequeños mercados nacionales. Por lo tanto, las exportaciones se pueden considerar como un sustituto de la demanda interna en determinar el tamaño del mercado de las empresas de un país. Al incluir tanto los mercados nacionales y extranjeros en nuestra medida de tamaño de mercado, le damos crédito a las exportaciones impulsadas por las economías y las zonas geográficas (como la Unión Europea) que se separa en muchos países, pero tienen un mercado común.

Décimo primer pilar: Sofisticación de los negocios

La sofisticación de negocios es favorable a una mayor eficiencia en la producción de bienes y servicios. Esto conduce, a su vez, al aumento de la productividad, mejorando así la competitividad de un país. Sofisticación de negocios se refiere a la calidad en general del país a las redes de empresas, así como la calidad de las empresas individuales las operaciones y estrategias. Es especialmente importante para los países en una fase avanzada de desarrollo, cuando el más básico de las fuentes de mejoras de la productividad se ha agotado en gran medida. La calidad de un país a las redes de empresas y el apoyo a las industrias, que captura mediante el uso de variables sobre la cantidad y la calidad de los proveedores locales y el grado de su interacción, es importante para una variedad de empresas. Cuando los proveedores de un sector están interconectados en grupos geográficamente próximas, la eficiencia es mayor, mayores oportunidades para la innovación se crean, y las barreras a la entrada de nuevas empresas se reducen. Las empresas individuales, las operaciones y estrategias (la marca, la comercialización, la presencia de una cadena de valor, y la producción de productos sofisticados y únicos) a todos los modernos y sofisticados procesos de negocio.

Décimo segundo pilar: Innovación

El último pilar de la competitividad es la innovación tecnológica. A pesar de importantes mejoras se pueden obtener mediante la mejora de las instituciones, la construcción de infraestructuras, la reducción de la inestabilidad macroeconómica, o mejorar el capital humano de la población, todos estos

factores, el tiempo parece correr en la disminución de los retornos. Lo mismo cabe decir de la eficiencia de la mano de obra, financieros y mercados de bienes. A largo plazo, los niveles de vida sólo se pueden ampliar con la innovación tecnológica. La innovación es especialmente importante para las economías de enfoque, ya que las fronteras del conocimiento y la posibilidad de integrar y adaptar tecnologías. Los países menos avanzados todavía pueden mejorar su productividad mediante la adopción de las tecnologías existentes o la realización de mejoras en otras áreas, por países que han alcanzado la etapa de desarrollo de innovación, ya no es suficiente para aumentar la productividad. Las empresas de estos países deben diseñar y desarrollar productos de vanguardia y procesos para mantener la competitividad. Esto requiere un entorno propicio para la actividad innovadora, con el apoyo de los sectores público y privado. En particular, esto significa suficiente inversión en investigación y desarrollo (I + D), especialmente por el sector privado, la presencia de alta calidad, las instituciones de investigación científica, una amplia colaboración en investigación entre las universidades y la industria, y la protección de la propiedad intelectual.

1.4.2 Diamante de Competitividad de Michael Porter

M. Porter establece las siguientes cinco fuerzas competitivas que determinan el grado de rivalidad entre las empresas de un sector.

1. Poder de negociación de los Compradores o Clientes
2. Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores
3. Amenaza de nuevos entrantes

4. Amenaza de productos sustitutos
5. Rivalidad entre los competidores

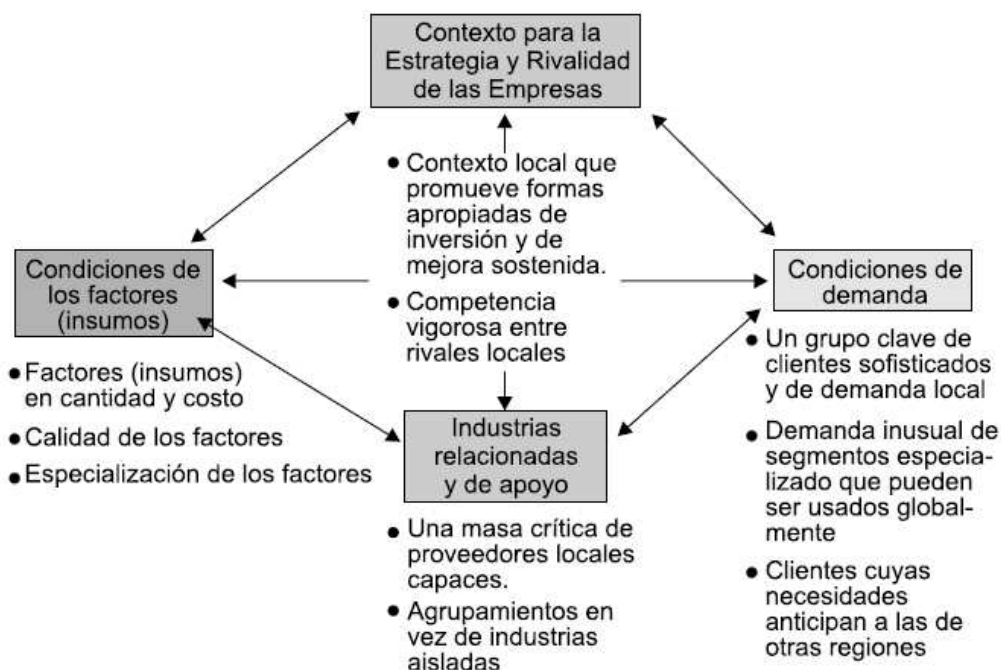
Porter identificó seis barreras de entradas que podrían usarse para crearle a la organización una ventaja competitiva:

1. Economías de escala.
2. Diferenciación del producto.
3. Inversiones de capital.
4. Desventaja en costos independientemente de la escala.
5. Acceso a los canales de distribución.
6. Política gubernamental.

GRÁFICO No. 1

DIAMANTE DE PORTER

contexto de competitividad a nivel nacional, regional



Fuente: Informe sobre el Reporte Global de Competitividad del Foro Económico Mundial
Elaborado por: Centro Latinoamericano para la Competitividad Desarrollo Sostenible

Según Michael Porter en su libro: “The Competitive Advantage of Nations”, la ventaja competitiva de la nación es el resultado de 4 factores de competitividad ligados entre sí, estos son:

- La dotación del país, en términos de cantidad y calidad de los factores productivos básicos (fuerza de trabajo, recursos naturales, capital e infraestructura), así como las habilidades, conocimientos y tecnologías especializados que determinan la capacidad para generar y asimilar innovaciones.
- La naturaleza de la demanda interna en relación a la oferta del aparato productivo nacional; en particular, es relevante la presencia de demandantes exigentes que presionan a los oferentes con sus demandas de artículos innovadores y que se anticipen a sus necesidades.
- La exigencia de una estructura productiva conformada por empresas de distintos tamaños, pero eficientes en escala internacional, relacionadas horizontal y verticalmente, que aliente la competitividad mediante una oferta interna especializada de insumos, tecnologías y habilidades para sustenta un proceso de innovación generalizable a lo largo de cadenas productivas.
- Las condiciones prevalecientes en el país en materia de creación, organización y manejo de las empresas, así como de competencia, principalmente si está alimentada o inhibida por las regulaciones y las actitudes culturales frente a la innovación, la ganancia y el riesgo.

1.5 PERFIL DEL ECUADOR EN EL REPORTE DE COMPETITIVIDAD GLOBAL WEF 2012 – 2013

1.5.1 Ecuador Análisis WEF²⁰

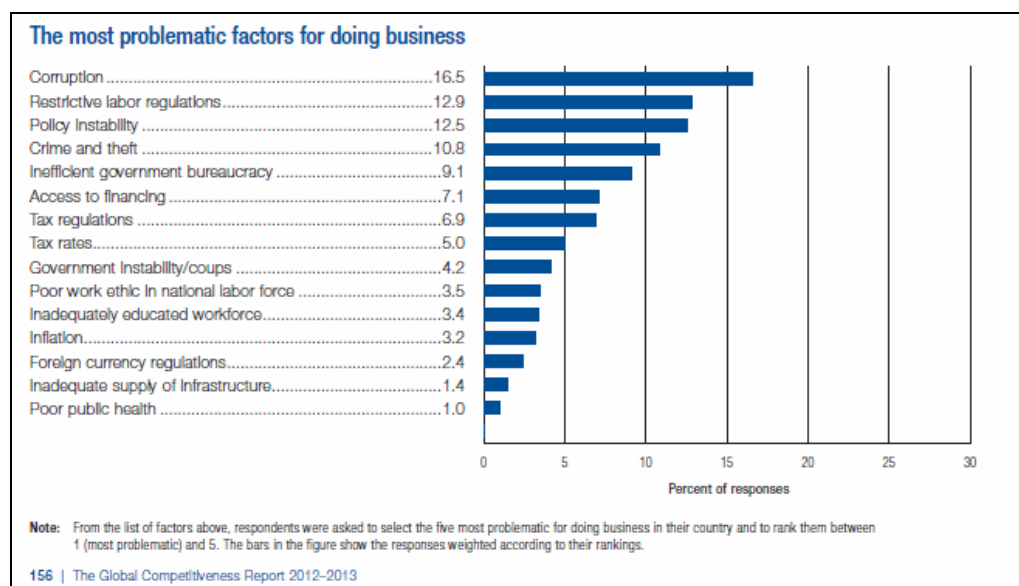
Desde que el Índice de Competitividad Global (ICG) es publicado en su forma actual de cálculo (con 12 pilares), Ecuador asciende posiciones en el ranking de competitividad global, actualmente Ecuador está ubicado en el puesto 86 entre 144 economías, con un puntajes de 3.94 según datos del Reporte de Competitividad Global (RCG) recientemente publicado por el Foro Económico Mundial 2012 - 2013, mejora su puntaje en todos los pilares que componen el ICG, mientras que, en publicaciones anteriores se puede observar la posición de Ecuador dentro de las economías mundiales según el ICG del 2010 – 2011 de 139 países, Ecuador se ubicaba en el puesto 105 con una puntuación de 3,7, y en el ICG 2011 – 2012 de 142 países, Ecuador se ubicó en el puesto 101 con una puntuación de 3,8.²¹

Según el WEF los 5 factores más problemáticos que inciden para hacer negocios en el Ecuador son: la corrupción, regulaciones laborales, inestabilidad política, crimen y robo, burocracia gubernamental ineficiente. Se puede verificar a continuación el siguiente recuadro:

²⁰ [WEF_GCR_Report_2012-13.pdf].

²¹ The Global Competitiveness Report 2012–2013. p. 156.

GRÁFICO No. 2
FACTORES MÁS PROBLEMÁTICOS QUE INCIDEN PARA HACER
NEGOCIOS EN EL ECUADOR



Fuente: The Global Competitiveness Report 2012–2013. p. 156.

La economía ecuatoriana presenta un comportamiento promedio en aspectos como el tema macroeconómico, educación básica y salud, así como en el tamaño del mercado al compararse con países con un nivel de desarrollo similar. Dentro de los restantes pilares que comprenden el índice, Ecuador presenta un desempeño inferior al promedio. Contribuyen al desempeño negativo del país en el índice: el deterioro del marco institucional, el abandono de los esfuerzos por integrarse a la economía internacional, la dependencia de la explotación de recursos naturales y un ambiente poco propicio para la innovación.

En el caso de las instituciones dentro de los aspectos negativos que más se destacan es la baja independencia del poder judicial, el favoritismo en las decisiones de gobierno, la eficiencia del marco legal para resolver las disputas y el desperdicio en el gasto público. El país muestra desempeños similares a

los de países de la región en materia de infraestructura, aunque se reconocen los esfuerzos por modernizar la infraestructura aeroportuaria. El ambiente macroeconómico por su parte es el pilar de mejor calificación. El bajo nivel de endeudamiento del gobierno, el bajo margen de intermediación y la relativamente alta tasa de ahorro interno son las principales ventajas competitivas del país.

El país continúa cerrándose al comercio internacional y a la atracción de inversiones. Las barreras no arancelarias aparecen como la variable de peor desempeño del país en el cual se encuentra en el último lugar del ranking, mientras que la legislación para atracción de inversiones es cada vez menos atractiva para las empresas, cuando se suma las restricciones a los flujos de capital. Igualmente, el país muestra deficiencias relacionadas con la burocracia y el tiempo necesario para abrir una empresa.

En el mercado laboral existen dos problemas estructurales, las prácticas de contratación y despido y el pago de salarios en relación con la productividad. En estos dos indicadores, Ecuador se encuentra muy abajo en el índice ocupando las posiciones 125 y 114 respectivamente²². En el pilar de sofisticación del mercado financiero, las restricciones a los flujos de capital son uno de los elementos de mayor preocupación.

Algunos otros aspectos que se deben mejorarse en la economía ecuatoriana con base en los resultados del ICG son la transferencia de tecnología por parte de las empresas extranjeras, así como la capacidad de las empresas locales de

²² INCAE. [<http://www.incae.edu/images/descargables/CLACDS/Ecuador.pdf>].

absorber la tecnología. Se resalta también la necesidad de que el país desarrolle una mayor cantidad de proveedores locales, se fortalezcan las instituciones de investigación científica y se aumente la disponibilidad de ingenieros y científicos.

Los factores más problemáticos para hacer negocios en Ecuador son: la inestabilidad de las políticas, corrupción, la legislación laboral restrictiva, la burocracia, y la legislación tributaria.

En el Cuadro No. 2 se observa el Índice de Competitividad Global (ICG), 2012 – 2013 de Ecuador, detallando los 12 Pilares fundamentales para el análisis.

CUADRO No. 2
ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD GLOBAL 2012 - 2013

INDICADOR	Ranking (Entre 144 países)	Índice (1 - 7)
Total	86	3,9
I. Requerimientos Básicos	75	4,4
1. Instituciones	131	3,2
2. Infraestructura	90	3,5
3. Estabilidad Macroeconómica	37	5,3
4. Salud y Educación Primaria	67	5,7
II. Factores de Eficiencia	100	3,7
5. Educación Superior y entrenamiento	91	3,8
6. Eficiencia en los Mercados de Bienes	129	3,7
7. Eficiencia en los Mercados Laborales	135	3,5
8. Sofisticación del Mercado Financiero	110	3,6
9. Preparación Tecnológica	82	3,6
10. Tamaño de Mercado	60	3,9
III. Factores de Innovación	93	3,3
11. Sofisticación de Negocios	94	3,7
12. Innovación	96	3,0

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

1.5.2 Factores Más Problemáticos a Nivel Empresarial

De acuerdo a las Asambleas de Gobernadores, Banco Interamericano de Desarrollo de Corporación Interamericana de Inversiones que se realiza anualmente, se describe a los factores problemáticos a nivel empresarial como los siguientes:

Falta de financiamiento: El obstáculo más importante de acuerdo con la frecuencia de las opiniones de los empresarios latinoamericanos es la falta de financiamiento. Más de la mitad de los empresarios lo consideran un obstáculo grave para el desarrollo de sus empresas en Haití, Ecuador y México, y solamente en Panamá, Belice y Chile es considerado como un problema grave por menos del 25% de los empresarios. Para el promedio de toda América Latina, el problema afecta en forma grave a 38% de los empresarios, solo superado por el conjunto de los países de Europa Oriental, donde aproximadamente 42% de los empresarios lo consideran grave. La severidad del problema del financiamiento según las opiniones de los empresarios está fuertemente relacionada con el indicador más directo de disponibilidad de financiamiento: la relación entre el acervo de crédito otorgado por todo el sistema financiero al sector privado y el PIB total de la economía (la correlación entre ambas variables es 0.52).

Impuestos y regulaciones: El segundo problema mencionado como el mayor obstáculo para el desarrollo de las empresas de América Latina es el exceso de impuestos y regulaciones. Los impuestos y regulaciones afectan en forma diferente a las empresas según otras características. En América Latina,

padecen más el problema las empresas localizadas en ciudades medianas, que presumiblemente tienen menos acceso a los centros de decisión, mientras que se quejan menos las sociedades abiertas (no listadas en bolsa), las controladas por el gobierno, las establecidas como resultado de fusiones entre firmas privadas y extranjeras, las empresas con propiedad extranjera o que son exportadoras, y las de más reciente creación.

Inestabilidad de las políticas: Los países más afectados por la incertidumbre e inestabilidad de las políticas comprenden Venezuela, Ecuador, Brasil, Colombia, y México. En todos estos casos, al menos la mitad de los empresarios consideran que la inestabilidad es un problema mayor.

No existe una medida objetiva de inestabilidad de las políticas que pueda compararse con las opiniones subjetivas de los empresarios. Sin embargo, hay un indicador de inestabilidad política, que presumiblemente está correlacionado con la inestabilidad de las políticas (y quizás es una de sus causas principales).

Se trata de un índice que sintetiza diversas fuentes de información objetiva y de expertos sobre la estabilidad del ambiente político.

La inflación: En Ecuador el problema de la inflación es mencionado como grave por ocho de cada diez empresarios, en Venezuela lo mencionan seis de cada diez y en México, Nicaragua, Guatemala y Honduras entre 50 y 60% de los empresarios. Los países donde los empresarios se consideran menos

afectados por la inflación son Argentina, Panamá, Belice, Uruguay y Chile. En estos países menos del 15% de los empresarios lo consideran un problema mayor.²³

²³ INTER-AMERICAN DEVELOPMENT BANK. [<http://www.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2010/07002.pdf>].

2 CARACTERÍSTICAS DEL SUBSECTOR CIU C25 FABRICACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL, EXCEPTO MAQUINARIA Y EQUIPO

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

2.1.1 Definición de Industria Manufacturera

Se entiende como industria manufacturera a las actividades orientadas a la transformación mecánica, física, química y electrónica de bienes naturales o semiprocesados en artículos cualitativamente diferentes

La Manufactura puede realizarse a diferentes escalas de producción, empleando diversas tecnologías, y niveles de complejidad o de integración económica al interior de la unidad de producción (sean plantas industriales, fábricas, talleres o incluso casa-habitación).

La producción manufacturera puede presentarse bajo diferentes modalidades: desde la producción por cuenta propia, en la cual el productor selecciona y adquiere las materias primas para su actividad y decide las características, volúmenes y destino de los productos que fabrica; la producción sobre pedido bajo la modalidad de maquila, en la cual se reciben las materias primas para su

transformación bajo las especificaciones y requerimientos del cliente, hasta la producción a gran escala.

No toda transformación es manufactura, pues existen actividades en las que igualmente se presenta una determinada transformación, como: en el beneficio de productos mineros, la construcción y en las actividades que acondicionan los bienes para poder ser utilizados o consumidos tales como: las actividades de los cerrajeros, la preparación de alimentos, entre otras.²⁴

El Ecuador está catalogado como un país en vías de desarrollo y una de las razones es el poco impulso que se le ha dado a las ramas manufactureras por parte de la política del Estado, por tal motivo son pocas las industrias que presentan grandes avances y su desempeño es realmente significativo para la economía, la mayoría aún carece de nueva tecnología.

El primer lugar ocupa Fabricación de textiles con una participación del 16.5 %, la Producción de madera tiene un 10 % de contribución, la Producción de productos cárnicos, camarón y pescado con una contribución de aproximadamente el 8 %, 13 % y 8 % respectivamente en el periodo 2000-2008.²⁵

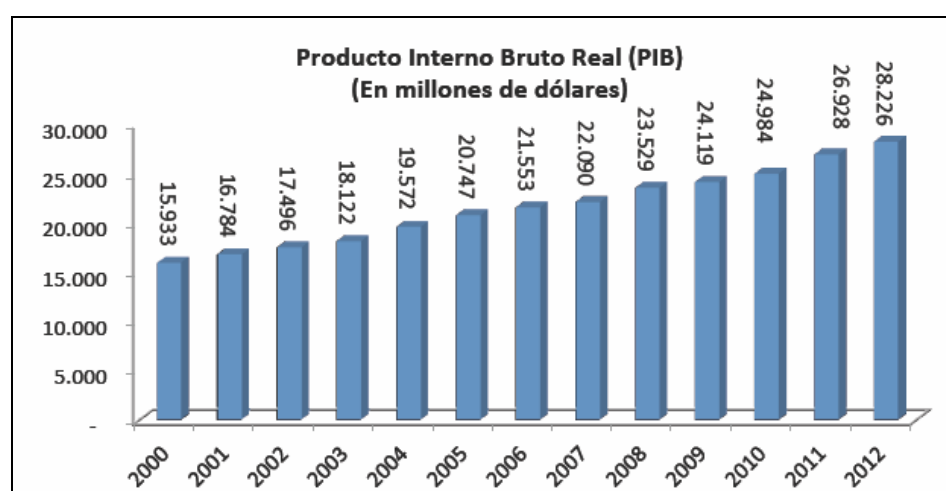
²⁴ [<http://espanol.answers.yahoo.com/question/index?qid=20100115150842AAfqDEQ>].

²⁵ GOOGLE.COM. [https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:xJ1r1xI-XaYJ:www.epn.edu.ec/index.php?option%3Dcom_docman%26task%3Ddoc_download%26gid%3D1253%26Itemid%3D604+industrias+manufactureras&hl=es-419&gl=ec&pid=bl&srcid=ADGEESjD9U0Wk_jQ872z62ugvGBIfcQSF_T8tPqAOtGiD7V1ZIt8S7FR1mAiD9nRW0sVZWP54prwtN6m6APIEr0VAMNTYKitErJK0eMw-OKQgy2MkFikiE78Z-wPHSUQD-B6-280GSD&sig=AHIEtbTEt8c0-NGwTQYo5lwhKdPY2G6fsQ].

2.1.2 Comportamiento de la Industria Manufacturera

- **PIB Nacional.-** En los últimos 12 años, periodo comprendido desde el año 2000-2012, el PIB se incrementó en 12.293 millones de dólares, pasando de 15.933 millones de dólares, en el año 2000 a 28.226 en el 2012, tal como se puede observar en el gráfico siguiente.

GRÁFICO No. 3
EVOLUCIÓN DEL PRODUCTO INTERNO BRUTO



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Activos.-** Durante los años 2006 al 2010 los Activos de las Empresas Manufactureras del país se incrementaron en alrededor de 12.202 millones de dólares, al pasar de 41.112 millones en el año 2006 a 53.324 millones en el año 2010, el mayor crecimiento se da entre los años 2007 y 2008 y un decrecimiento entre los años 2008-2009 y 2009-2010.

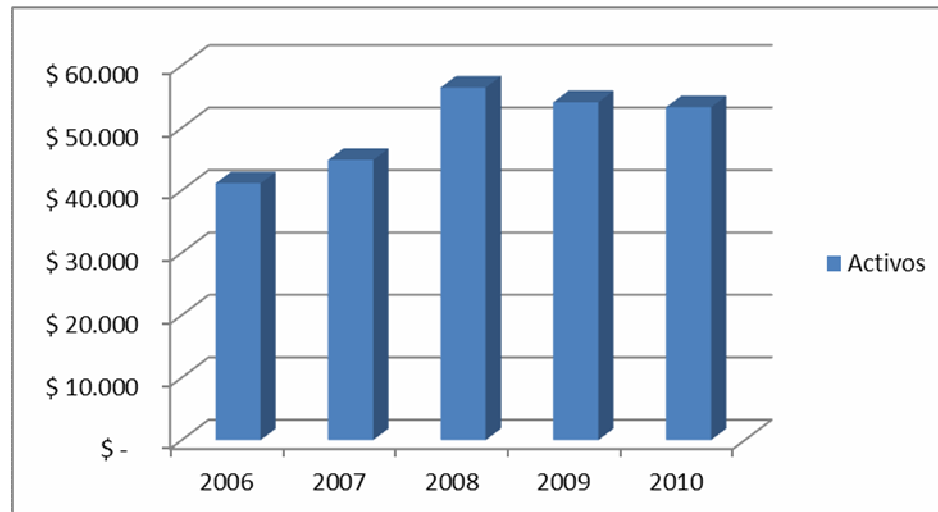
CUADRO No. 3
ACTIVO DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS
AÑOS 2006-2010
(En millones de dólares)

Año	Total Activos	Variación	% Variación
2006	\$ 41.122	\$ -	
2007	\$ 44.870	\$ 3.748	9,11%
2008	\$ 56.473	\$ 11.603	25,86%
2009	\$ 54.131	\$ (2.341)	-4,15%
2010	\$ 53.324	\$ (807)	-1,49%
Promedio	\$ 49.984	\$2.440	7%

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 4
ACTIVO DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS
AÑOS 2006-2010
(En millones de dólares)



Fuente: Cuadro No. 3

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Pasivos.-** En el año 2006 los Pasivos de las Empresas Manufactureras del país llegaron a 25.659 millones de dólares y para el 2010 a 34.121 millones, en el periodo este rubro se incrementó en 8.462 millones de

dólares. El mayor crecimiento se da entre los años 2007 y 2008, y decrecimiento entre los años 2008-2009 y 2009-2010.

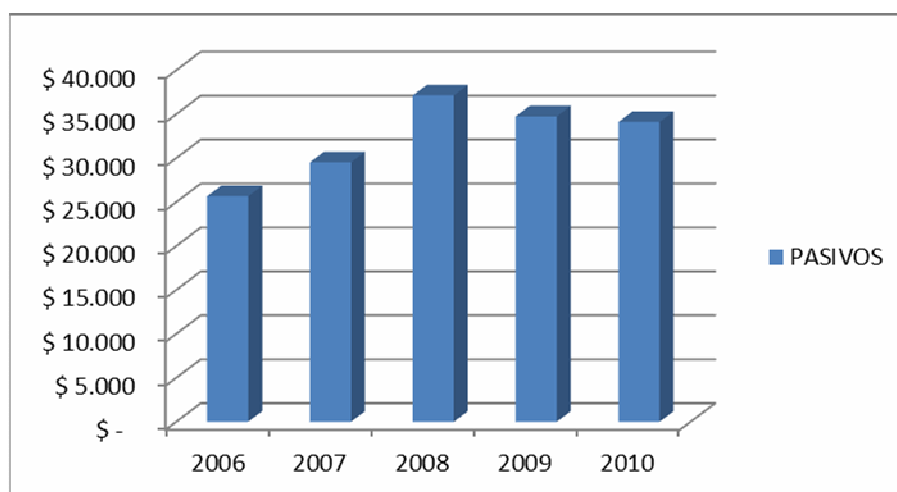
CUADRO No. 4
PASIVO DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS
AÑOS 2006-2010
(En millones de dólares)

Año	Total Pasivos	Variación	% Variación
2006	\$ 25.659	\$ -	
2007	\$ 29.519	\$ 3.860	15,04%
2008	\$ 37.144	\$ 7.625	25,83%
2009	\$ 34.753	\$ (2.391)	-6,44%
2010	\$ 34.121	\$ (632)	-1,82%
Promedio	\$ 32.239	\$ 1.692	8%

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 5
PASIVO DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS
2006-2010



Fuente: Cuadro No. 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Endeudamiento.-** El índice de endeudamiento en el período 2006-2010, como se puede observar en el Cuadro No. 5, se ha mantenido relativamente estable, con leves aumentos y disminuciones durante el transcurso que se analiza.

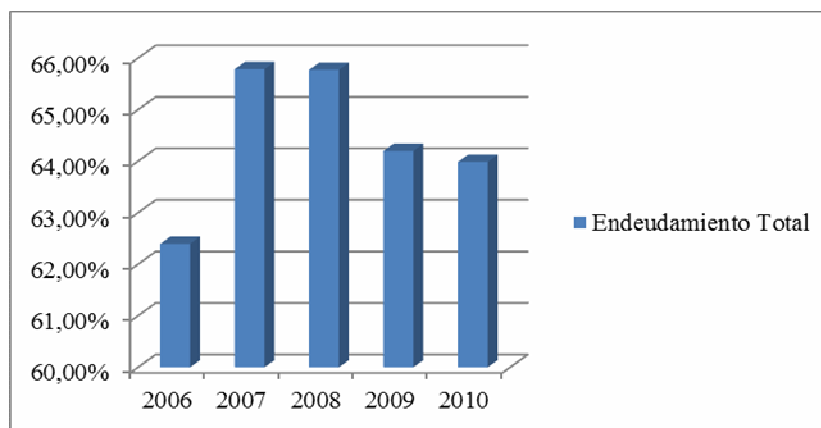
CUADRO No. 5
ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO DE LAS EMPRESAS
MANUFACTURERAS
AÑOS 2006-2010
(En millones de dólares)

Año	Total Pasivos	Total Activos	Endeudamiento Total	% Variación
2006	\$ 25.659	\$ 41.122	62,40%	
2007	\$ 29.519	\$ 44.870	65,79%	3,39%
2008	\$ 37.144	\$ 56.473	65,77%	-0,01%
2009	\$ 34.753	\$ 54.131	64,20%	-1,57%
2010	\$ 34.121	\$ 53.324	63,99%	-0,21%
Promedio	\$ 32.239	\$ 49.984	64%	0,40%

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 6
ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO DE LAS EMPRESAS
MANUFACTURERAS
AÑOS 2006-2010
(En millones de dólares)



Fuente: Cuadro No. 5

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Patrimonio.-** Durante el periodo 2006 – 2010 el patrimonio de la Industria Manufacturera del país paso de 15.463 millones de dólares a en el año 2006 a 19.203 millones en el 2010 y como consecuencia se incrementó en \$ 3.740 millones de dólares. El mayor incremento se dio entre los años 2007-2008, como se indica en el cuadro siguiente.

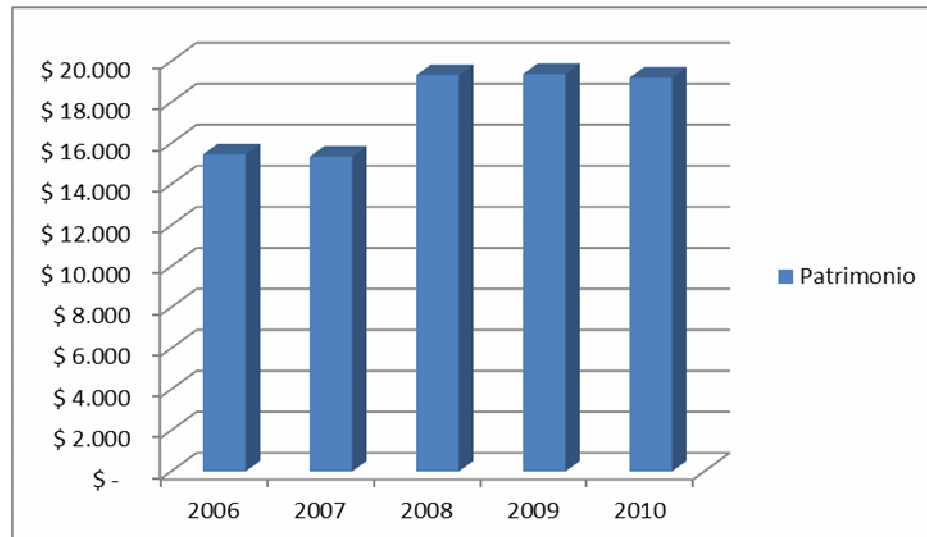
CUADRO No. 6
PATRIMONIO DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS
AÑOS 2006-2010
(En millones de dólares)

Año	Patrimonio	Variación	% Variación
2006	\$ 15.463	\$ -	
2007	\$ 15.351	\$ (112)	-0,72%
2008	\$ 19.329	\$ 3.978	25,91%
2009	\$ 19.378	\$ 49	0,25%
2010	\$ 19.203	\$ (175)	-0,90%
Promedio	\$ 17.745	\$ 748	6%

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 7
PATRIMONIO DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS
AÑOS 2006-2010
(En millones de dólares)



Fuente: Cuadro No. 6

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Utilidades.-** En el período 2006-2010 las utilidades de las industrias manufactureras del país pasaron de \$ 2.613 millones de dólares en el año 2006 a \$ 3.787 millones en el 2010, registrándose con esto un aumento

de \$ 1.174 millones en el transcurso de estos años, teniendo su mayor incremento entre los años 2007 – 2008, como se indica en el cuadro que sigue.

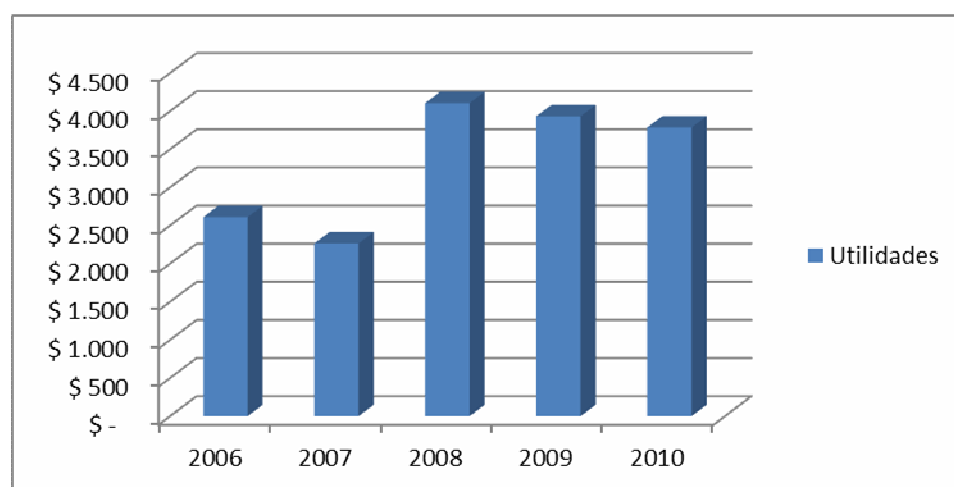
CUADRO No. 7
UTILIDADES DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS
AÑOS 2006-2010
(En millones de dólares)

Año	Utilidades	Variación	% Variación
2006	\$ 2,613	\$ -	
2007	\$ 2,267	\$ (346)	-13.24%
2008	\$ 4,107	\$ 1,840	81.16%
2009	\$ 3,934	\$ (173)	-4.21%
2010	\$ 3,787	\$ (147)	-3.74%
Promedio	\$ 3.342	\$ 235	15%

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 8
UTILIDADES DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS
AÑOS 2006-2010
(En millones de dólares)



Fuente: Cuadro No. 7

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **ROA.-** Desde el año 2006 al 2010 el rendimiento sobre activos se ha ido incrementando, llegando a su punto máximo en el 2008 con 0,07274 lo que demuestra que por cada dólar invertido en activos rinden 0,07274 de utilidad.

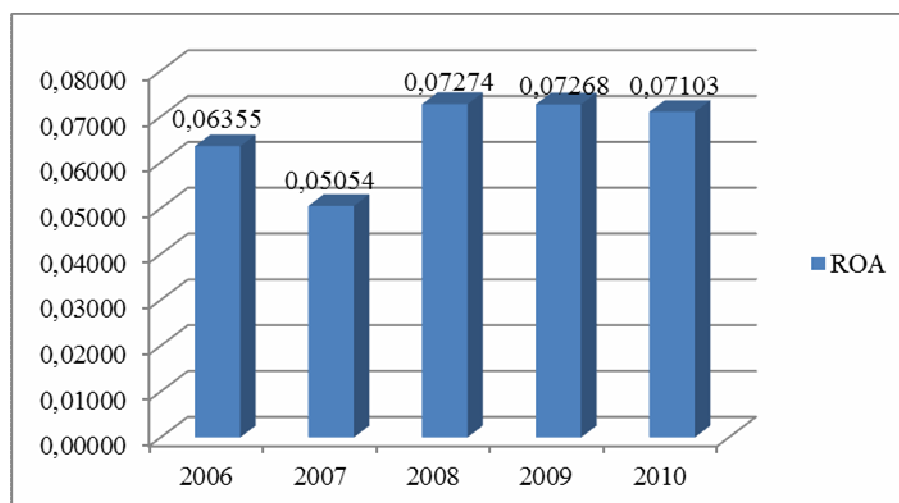
CUADRO No. 8
ROA DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS
AÑOS 2006-2010

Año	Activos	Utilidad	ROA	Variación
2006	\$ 41.122	\$ 2.613	0,06354	
2007	\$ 44.870	\$ 2.267	0,05052	-20,49%
2008	\$ 56.473	\$ 4.107	0,07273	43,94%
2009	\$ 54.131	\$ 3.934	0,07268	-0,07%
2010	\$ 53.324	\$ 3.787	0,07102	-2,28%
Promedio	\$ 49.984	\$ 3.342	0,06610	5,28%

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 9
ROA DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS
AÑOS 2006-2010



Fuente: Cuadro No. 8

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **ROE.-** Desde el año 2006 al 2009 el ROE de la industria manufacturera del país tuvo un crecimiento pasando de 0.16 901 en el 2006 a 0.19723 en el 2010, en los años 2006-2007, 2008-2009, 2009-2010 hubo decrecimientos como se muestra en el cuadro que sigue.

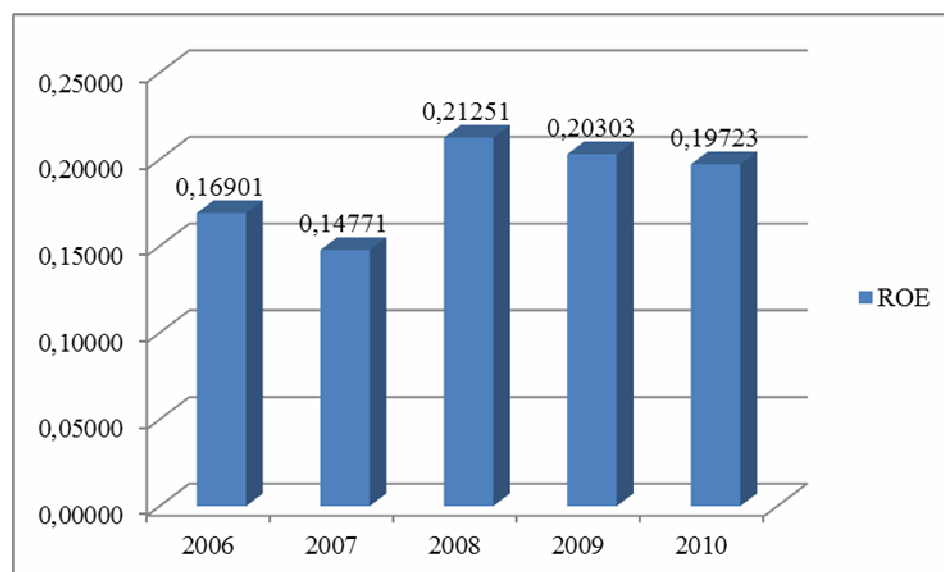
CUADRO No. 9
ROE DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS
AÑOS 2006-2010

Año	Patrimonio	Utilidad	ROE	Variación
2006	\$ 15.463	\$ 2.613	0,16898	
2007	\$ 15.351	\$ 2.267	0,14768	-12,61%
2008	\$ 19.329	\$ 4.107	0,21248	43,88%
2009	\$ 19.378	\$ 3.934	0,20301	-4,45%
2010	\$ 19.203	\$ 3.787	0,19721	-2,86%
Promedio	\$ 17.745	\$ 3.341	0,18587	6%

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 10
ROE DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS
AÑOS 2006 - 2010



Fuente: Cuadro No. 9

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

2.2 TRAYECTORIA DEL SUBSECTOR CIU C25 FABRICACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL, EXCEPTO MAQUINARIA Y EQUIPO, EN LOS ÚLTIMOS AÑOS

2.2.1 Reseña Histórica

En nuestro país el subsector Fabricación de Productos Elaborados de Metal Excepto Maquinaria y Equipo es de gran importancia, ya que la mayoría de sus productos están destinados a proyectos grandes del Gobierno, como: Petroleros, telecomunicaciones, mineros y eléctricos. También va dirigido a sectores privados que requieren en gran medida de partes y piezas producidas por este subsector como la construcción, minería, gas, materiales y equipos eléctricos, el textil y confecciones, maderero, imprentas, e incluso en el alimenticio.

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), para el año 2012 pronosticó un crecimiento de la industria metalmecánica en la región del 3.7%; mientras que en el año 2011 se alcanzó el 4.3%. Esta reducción se debe básicamente, a la incertidumbre y volatilidad de los mercados financiero internacionales..²⁶

²⁶ ECUADOR. PROECUADOR. [<http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/PROEC-AS2012-METALMECANICA.pdf>].

2.2.2 Indicadores Relevantes

- **Activos.-** Durante el período 2006-2010 el total de Activos del CIU C25 se incrementó en alrededor de 22 millones de dólares, el año 2006 empezó con 365 millones y el 2010 alcanzó 387 millones, en algunos años hubo crecimiento y en otro hubo decrecimiento, en general la participación en el total de activos de la industria manufacturera es menor al 1 por ciento, teniendo un promedio de 0.86%.

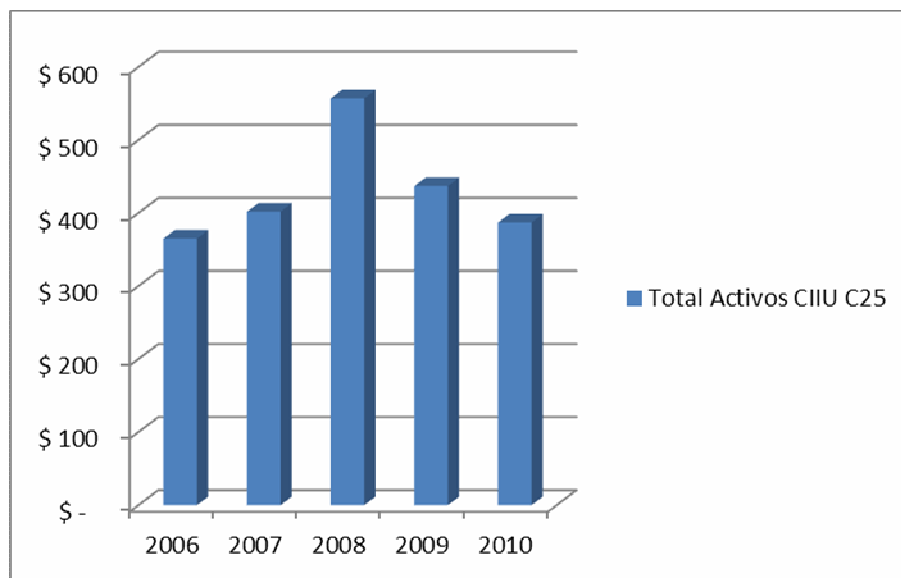
CUADRO No. 10
ACTIVOS DEL SUBSECTOR CIU C25
AÑOS 2006-2010
(En millones de dólares)

Año	Total Activos CIU C25	Total Activos Industrias Manufactureras	Participación
2006	\$ 365	\$ 41,122	0.89%
2007	\$ 402	\$ 44,870	0.90%
2008	\$ 557	\$ 56,473	0.99%
2009	\$ 437	\$ 54,131	0.81%
2010	\$ 387	\$ 53,324	0.73%
Promedio	\$ 430	\$ 49984	0.86%

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 11
ACTIVOS DEL SUBSECTOR CIU C25
AÑOS 2006-2010
(En millones de dólares)



Fuente: Cuadro No. 10

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Pasivos.-** Durante el período 2006-2010 el total de Pasivos del CIU C25 se redujo en alrededor de 26 millones de dólares, en el año 2006 estos valores alcanzaron los 234 millones de dólares y en el 2010 los 208 millones. En algunos años hubo crecimiento y en otro hubo decrecimiento, en general la participación en el total de pasivos de la industria manufacturera es menor al 1 por ciento, teniendo un promedio de 0.83%.

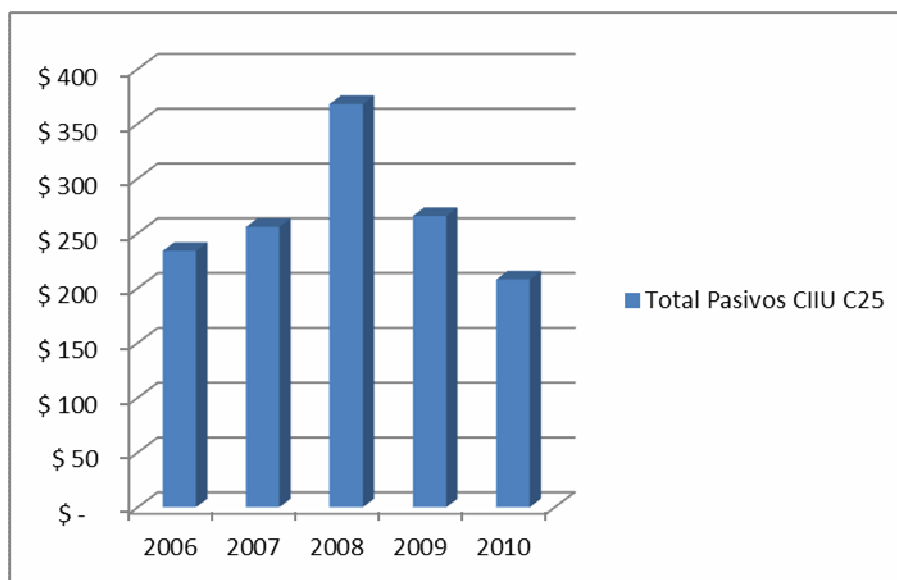
CUADRO No. 11
PASIVOS DEL SUBSECTOR CIU C25
AÑOS 2006-2010
(En millones de dólares)

Año	Total Pasivos CIU C25	Total Pasivos Industrias Manufactureras	Participación
2006	\$ 234	\$ 25,659	0.91%
2007	\$ 256	\$ 29,519	0.87%
2008	\$ 368	\$ 37,144	0.99%
2009	\$ 266	\$ 34,753	0.77%
2010	\$ 208	\$ 34,121	0.61%
Promedio	\$ 266	\$ 32.239	0.83%

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 12
PASIVOS DEL SUBSECTOR CIU C25
AÑOS 2006-2010
(En millones de dólares)



Fuente: Cuadro No. 11

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Endeudamiento.-** Durante el período 2006-2010 el endeudamiento del Subsector C25 tuvo un promedio del 61.70%, iniciando en el 2006 con un 64.11% y terminando en el 2010 con el 53.75%.

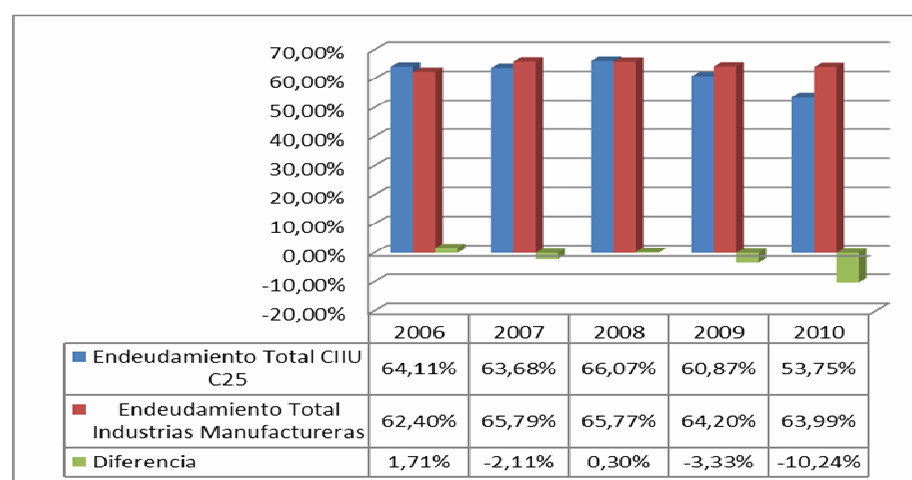
CUADRO No. 12
ENDEUDAMIENTO DEL SUBSECTOR CIU C25
AÑOS 2006-2010
(En millones de dólares)

Año	Total Pasivos CIU C25	Total Activos CIU C25	Endeudamiento Total CIU C25	Endeudamiento Total Industrias Manufactureras	Diferencia
2006	d	\$ 365	64.11%	62.40%	1.71%
2007	\$ 256	\$ 402	63.68%	65.79%	-2.11%
2008	\$ 368	\$ 557	66.07%	65.77%	0.30%
2009	\$ 266	\$ 437	60.87%	64.20%	-3.33%
2010	\$ 208	\$ 387	53.75%	63.99%	-10.24%
Promedio	\$ 266	\$ 430	61.70%	64.43%	-2.73%

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 13
ENDEUDAMIENTO DEL SUBSECTOR CIU C25
AÑOS 2006-2010



Fuente: Cuadro No. 12

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Patrimonio.-** En el año 2006 el Patrimonio del Subsector C25 alcanzó los 132 millones de dólares y en el año 2010 llegó a 178 millones. Durante el período el total de Patrimonio del CIU C25 se incrementó en alrededor de 47 millones de dólares, en el único período donde hubo decrecimiento fue el 2008-2009. En general la participación en el total de patrimonio de la industria manufacturera es menor al 1 por ciento, teniendo un promedio de 0.92%.

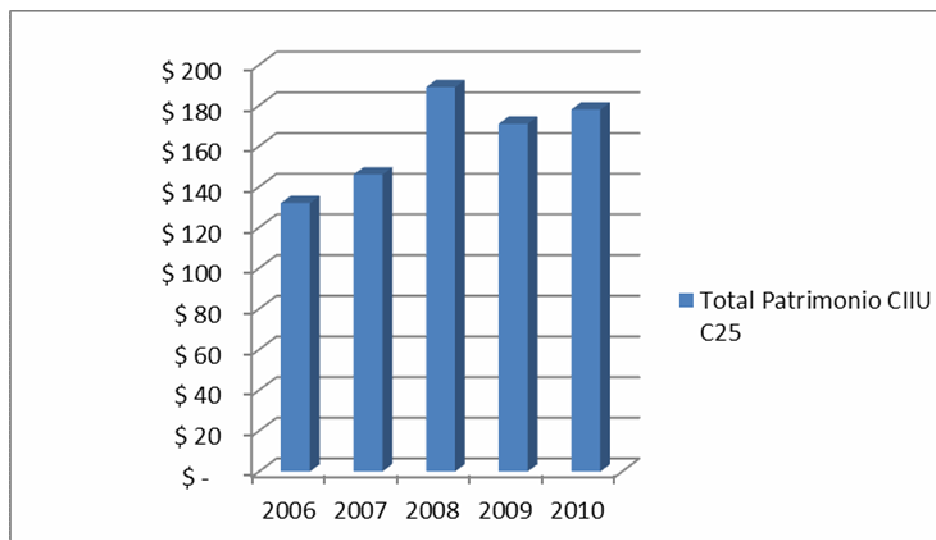
CUADRO No. 13
PATRIMONIO DEL SUBSECTOR CIU C25
AÑOS 2006-2010
(En millones de dólares)

Año	Total Patrimonio CIU C25	Patrimonio Industria Manufacturera	Participación
2006	\$ 132	\$ 15,463	0.85%
2007	\$ 146	\$ 15,351	0.95%
2008	\$ 189	\$ 19,329	0.98%
2009	\$ 171	\$ 19,378	0.89%
2010	\$ 178	\$ 19,203	0.93%
Promedio	\$ 163	\$ 17,745	0.92%

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 14
PATRIMONIO DEL SUBSECTOR CIU C25
AÑOS 2006-2010
(En millones de dólares)



Fuente: Cuadro No. 13

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Utilidades.-** En el año 2006 las Utilidades del Subsector C25 empezaron siendo 26 millones de dólares y en el año 2010 alcanzaron los 71 millones. Durante el período las utilidades del CIU C25 se incrementaron en 45 millones de dólares, en el único período donde hubo decrecimiento fue el 2008-2009. En general la participación en el total de la utilidad de la industria manufacturera es menor al 2 por ciento, teniendo un promedio de 1.49%.

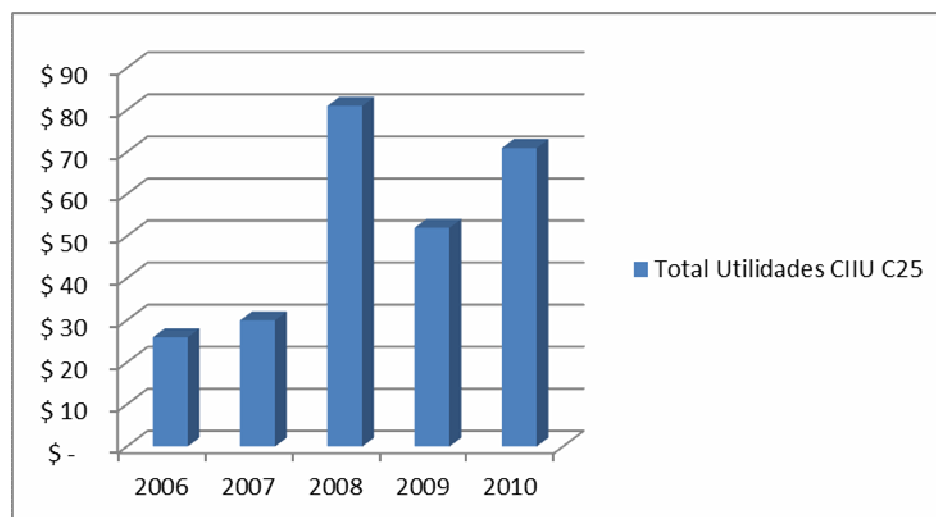
CUADRO No. 14
UTILIDADES DEL SUBSECTOR CIU C25
AÑOS 2006-2010

Año	Total Utilidades CIU C25	Utilidades Industria Manufacturera	Participación
2006	\$ 26	\$ 2,613	1%
2007	\$30	\$ 2,267	1.32%
2008	\$ 81	\$ 4,107	1.97%
2009	\$ 52	\$ 3,934	1.32%
2010	\$ 71	\$ 3,787	1.87%
Promedio	\$ 52	\$ 3342	1.50%

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 15
UTILIDADES DEL SUBSECTOR CIU C25
AÑOS 2006-2010
(En millones de dólares)



Fuente: Cuadro No. 14

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **ROA.-** Desde el año 2006 al 2010 el rendimiento sobre activos se ha ido incrementando, llegando a su punto máximo en el 2010 con 0.18252, que demuestra que por cada dólar invertido en activos se tiene un

rendimiento de \$ 0,18252 de utilidad, que es mayor en comparación al del ROA de las industrias manufactureras.

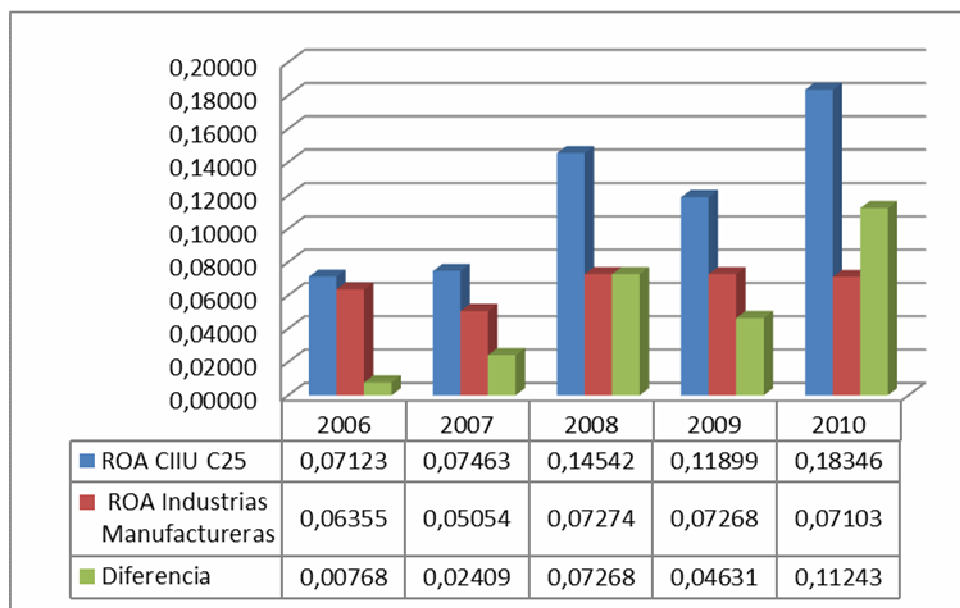
CUADRO No. 15
ROA DEL SUBSECTOR CIU C25
DURANTE EL PERIODO
AÑOS 2006-2010

Año	Total Activos CIU C25	Total Utilidades CIU C25	ROA CIU C25	ROA Industrias Manufactureras	Diferencia
2006	\$ 365	\$ 26	0.07123	0.06355	0.00768
2007	\$ 402	\$ 30	0.07463	0.05054	0.02409
2008	\$ 557	\$ 81	0.14542	0.07274	0.07268
2009	\$ 437	\$ 52	0.11899	0.07268	0.04631
2010	\$ 387	\$ 71	0.18346	0.07103	0.11243
Promedio	\$ 430	\$ 52	0.11875	0.06611	0.05264

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 16
ROA DEL SUBSECTOR CIU C25
AÑOS 2006-2010



Fuente: Cuadro No. 15

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **ROE.-** Entre el año 2006 al 2010, el rendimiento sobre patrimonio se ha ido incrementando, de 0.19697 a su punto máximo con 0.39888. En el período 2008-2009 hubo un decrecimiento en el ROE, para luego recuperarse en el 2010. Este ROE se encuentra sobre el de la industria manufacturera.

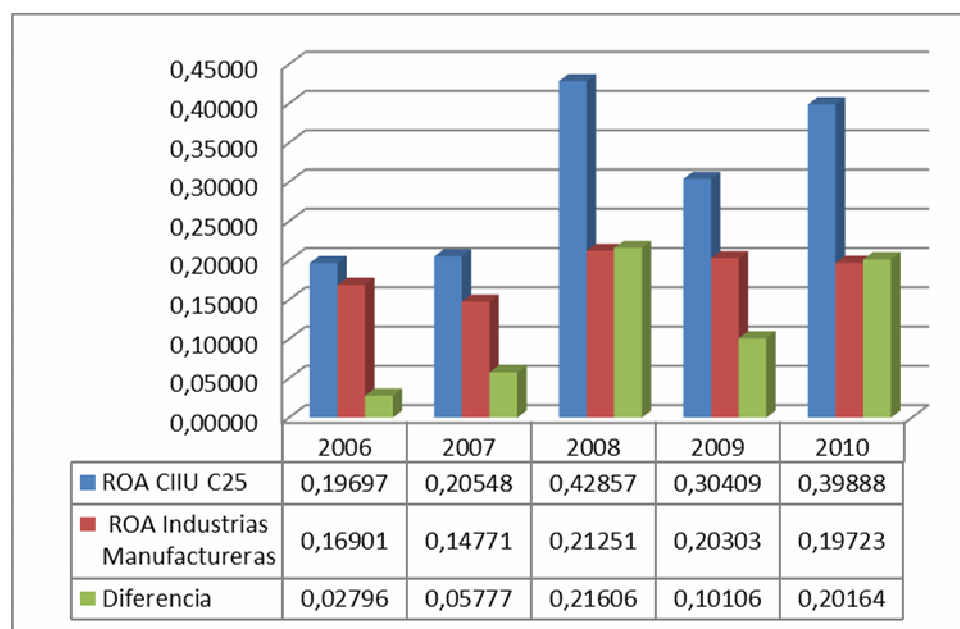
CUADRO No. 16
ROE DEL SUBSECTOR CIU C25
AÑOS 2006-2010

Año	Total Patrimonio CIU C25	Total Utilidades CIU C25	ROE CIU C25	ROE Industrias Manufactureras	Diferencia
2006	\$ 132	\$ 26	0.19697	0.16901	0.02796
2007	\$ 146	\$ 30	0.20548	0.14771	0.05777
2008	\$ 189	\$ 81	0.42857	0.21251	0.21606
2009	\$ 171	\$ 52	0.30409	0.20303	0.10106
2010	\$ 178	\$ 71	0.39888	0.19723	0.20164
Promedio	\$ 163	\$ 52	0.30680	0.18590	0.12090

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 17
ROE DEL SUBSECTOR CIU C25
AÑOS 2006-2010



Fuente: Cuadro No. 16

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

2.3 COMPONENTES DEL SUBSECTOR CIIU C25 FABRICACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL, EXCEPTO MAQUINARIA Y EQUIPO

Según la clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas, revisión 4, de las Naciones Unidas, que se encuentra vigente al momento, el Subsector C25 Fabricación de productos elaborados de metal excepto maquinaria y equipo se compone de:

CUADRO No. 17
COMPONENTES SUBSECTOR CIIU C25

25 Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo
251 Fabricación de productos metálicos para uso estructural, tanques, depósitos y recipientes de metal
2511 Fabricación de productos metálicos para uso estructural
2512 Fabricación de tanques, depósitos y recipientes de metal
2513 Fabricación de generadores de vapor, excepto calderas de agua caliente para calefacción central
252 Fabricación de armas y municiones
2520 Fabricación de armas y municiones
259 Fabricación de otros productos elaborados de metal; actividades de servicios de trabajo de metales
2591 Forja, prensado, estampado y laminado de metales; pulvimetalurgia
2592 Tratamiento y revestimiento de metales; maquinado
2593 Fabricación de artículos de cuchillería, herramientas de mano y artículos de ferretería
2599 Fabricación de otros productos elaborados de metal n.c.p

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

2.4 PRINCIPALES PRODUCTOS QUE ELABORA

Dentro de los componentes indicados, se destacan los siguientes productos que se elaboran en el subsector CIIU C25.

- Cubiertas Metálicas
- Tuberías

- Perfiles Estructurales
- Perfiles Laminados
- Invernaderos viales
- Sistemas Metálicos
- Varilla de Construcción
- Alcantarillas
- Productos viales
- Señalización
- Línea blanca

Adicionalmente, los productos del sub sector también se utilizan para insumos de elaboración de maquinarias y equipo para el sector petrolero, eléctrico y agroindustria en general.

2.5 APORTES DEL SUBSECTOR CIU C25 A LA ECONOMÍA

Formación PIB.- El PIB del Subsector CIU C25 durante el periodo 2010-2012 tuvo un crecimiento al pasar de \$ 404.684 en el 2010 a \$ 444.259 en el 2012.

La participación del subsector en el PIB de las Industrias Manufactureras tiene un promedio del 55.6 por ciento.

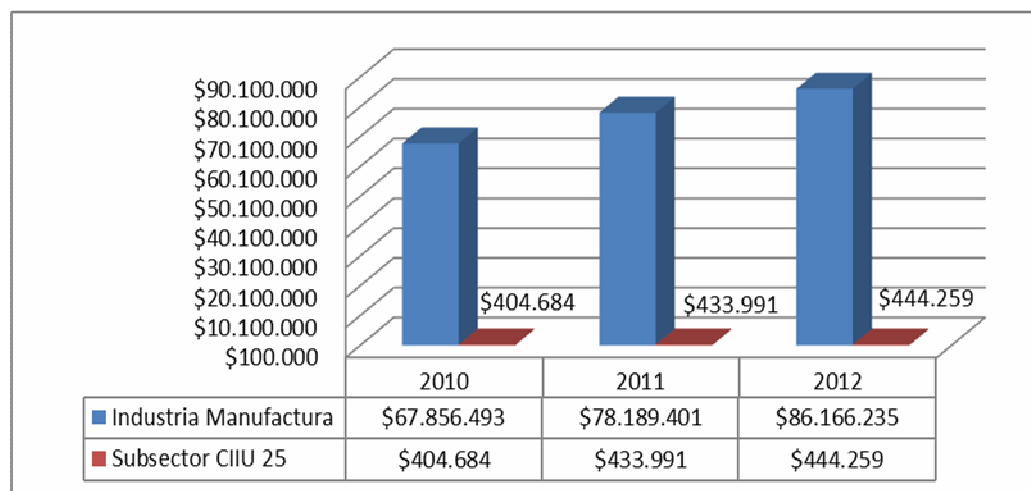
CUADRO No. 18
PIB COMPARATIVO DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA Y DEL
SUBSECTOR CIU C25
AÑOS 2010-2012

Año	Industria Manufactura	Subsector CIU 25	Participación
2010	\$ 67,856,493	\$ 404,684	0.596%
2011	\$ 78,189,401	\$ 433,991	0.555%
2012	\$ 86,166,235	\$ 444,259	0.516%
Promedio	\$ 77,404,043	\$ 427,645	0.556%

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 18
PIB COMPARATIVO DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA Y
DEL SUBSECTOR CIU C25
AÑOS 2010-2012



Fuente: Cuadro No. 18

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- Generación de Valor Agregado.-** En el periodo 2000-2007 el Valor agregado bruto del Subsector CIU C25 fue: \$ 25.729 dólares en el año 2000 llegando a \$43.829 dólares en el año 2007, teniendo una participación en el VAB de las industrias manufactureras en un 0.89% en promedio.

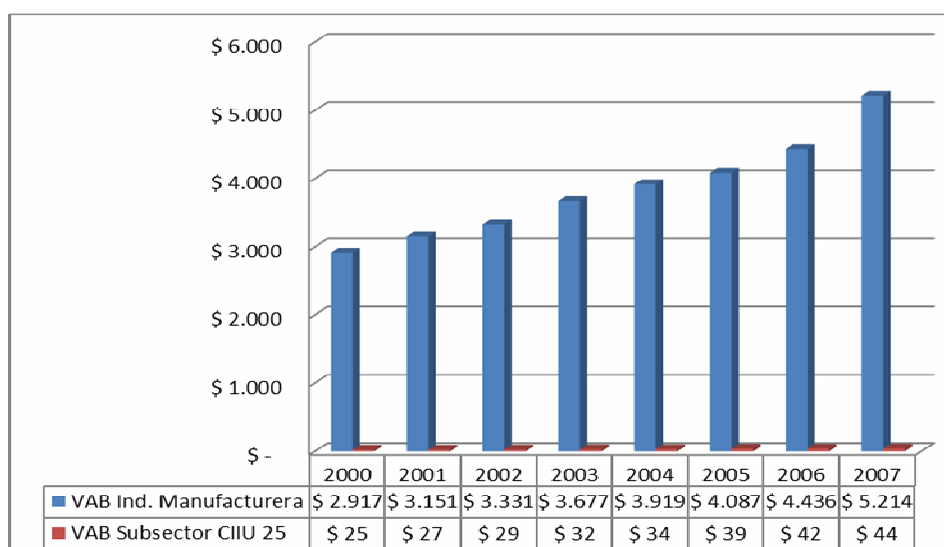
CUADRO No. 19
VALOR AGREGADO BRUTO (VAB) DE LA INDUSTRIA
MANUFACTURERA Y DEL SUBSECTOR CIU C25
AÑOS 2000-2007
(En miles de dólares)

Año	VAB Ind. Manufacturera	VAB Subsector CIU 25	Participación
2000	\$ 2,917	\$ 25	0.857%
2001	\$ 3,151	\$ 27	0.857%
2002	\$ 3,331	\$ 29	0.871%
2003	\$ 3,677	\$ 32	0.870%
2004	\$ 3,919	\$ 34	0.868%
2005	\$ 4,087	\$ 39	0.954%
2006	\$ 4,436	\$ 42	0.947%
2007	\$ 5,214	\$ 44	0.844%
Promedio	\$ 3,842	\$ 34	0.88%

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 19
VALOR AGREGADO BRUTO (VAB) DE LA INDUSTRIA
MANUFACTURERA Y DEL SUBSECTOR CIU C25
AÑOS 2000-2007
(En miles de dólares)



Fuente: Cuadro No. 19

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Exportaciones.-** Durante el período 2005-2010 las Exportaciones del Subsector CIU C25 se han incrementado considerablemente casi llegando a duplicarse hasta el año 2010, con excepción del 2009.

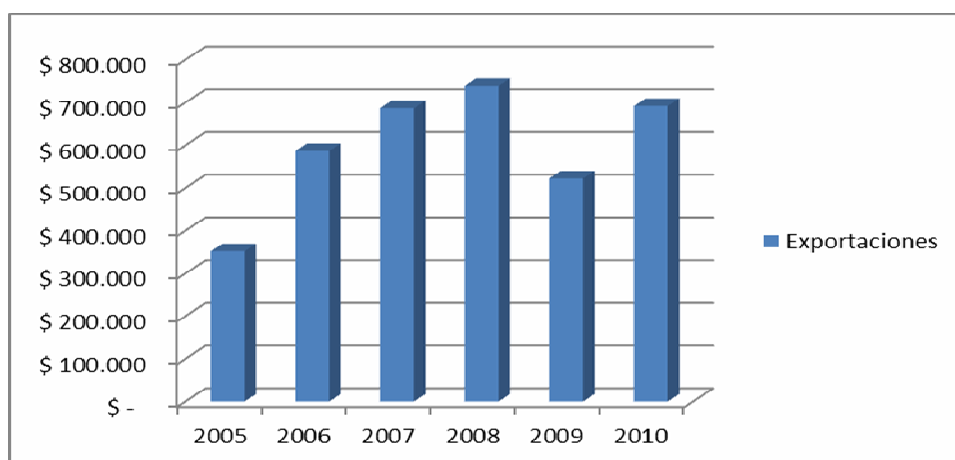
CUADRO No. 20
EXPORTACIONES FOB DEL SUBSECTOR CIU C25
AÑOS 2005-2010
(En miles de dólares)

Año	Exportaciones (FOB)	Variación	% Variación
2005	\$ 351,671	\$ -	
2006	\$ 586,758	\$ 235,087.00	66.85%
2007	\$ 686,410	\$ 99,652.00	16.98%
2008	\$ 738,360	\$ 51,950.00	7.57%
2009	\$ 522,341	\$ (216,019.00)	-29.26%
2010	\$ 691,582	\$ 169,241.00	32.40%
Promedio	\$ 596,187	\$ 56,652	18.91%

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 20
EXPORTACIONES FOB DEL SUBSECTOR CIU C25
AÑOS 2005-2010
(En miles de dólares)



Fuente: Cuadro No. 20

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Importaciones.-** Las Importaciones del Subsector CIU C25 también se han incrementado como las exportaciones, únicamente los años 2008-2009 hubo un decrecimiento.

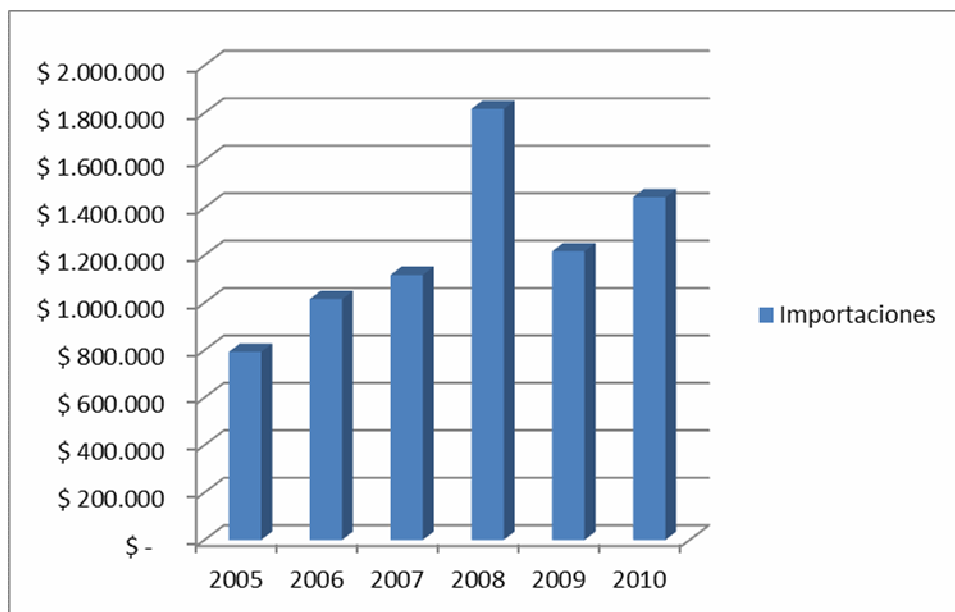
CUADRO No. 21
IMPORTACIONES FOB DEL SUBSECTOR CIU C25
AÑOS 2005 – 2010
(En miles de dólares)

Año	Importaciones (FOB)	Variación	% Variación
2005	\$ 792,486	\$ -	
2006	\$ 1,014,867	\$ 222,381	28.06%
2007	\$ 1,116,803	\$ 101,936	10.04%
2008	\$ 1,816,700	\$ 699,897	62.67%
2009	\$ 1,216,576	\$ (600,124)	-33.03%
2010	\$ 1,444,129	\$ 227,553	18.70%
Promedio	\$ 1,233,594	\$ 108,607	17.29%

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 21
IMPORTACIONES FOB DEL SUBSECTOR CIU C25
AÑOS 2005-2010
(En miles de dólares)



Fuente: Cuadro No. 21

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

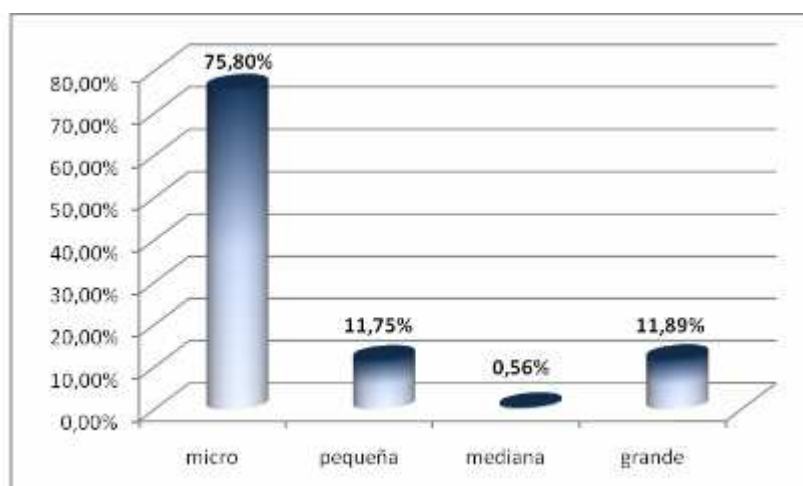
- **Empleo.-** Para Sebastián Burgos Dávila, profesor de la FLACSO, la metalmecánica es uno de los motores del crecimiento económico de un país.

Ciertamente, dentro del proceso de desarrollo, es importante el fomento del sector industrial por varios motivos, como la generación niveles salariales más altos, mayor empleo de personas con mejores niveles educativos y la producción de bienes con incrementos del valor agregado.

El sector de la metalmecánica del Ecuador, lastimosamente, no posee un gran desarrollo, por el contrario, dicho sector tiene un carácter todavía más artesanal que industrial.

En efecto, en el aspecto laboral, de acuerdo a la Encuesta de Empleo y Desempleo de junio del año 2010, publicada por el Instituto de Estadística y Censos (INEC), el total de trabajadores del sector de la metalmecánica suma 94.465 obreros, de los cuales el 87,55% labora en micro y pequeñas empresas (ver Gráfico No. 22), lo que significa que el sector se compone mayoritariamente de Mipymes (Micro y pequeñas empresas).²⁷

GRÁFICO No. 22
PORCENTAJE DE TRABAJADORES DE METALMECÁNICA POR
TAMAÑO DE EMPRESA



Fuente: INEC ENEMDHU J

²⁷ FLACSOANDES. [<http://www.flacsoandes.org/ciepyemes/media/boletines/05.pdf>].

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

3.1 METODOLOGÍA APLICADA

La metodología para concretar la presente investigación se basó en la investigación de campo exploratoria inductiva para la cual se empleó técnicas de investigación como: la encuesta y la entrevista, las que permitieron conocer de manera directa la opinión de los propietarios y administradores de las PYMEs sobre la situación en cuanto a los factores competitivos de cada una de ellas. El diagnóstico investigativo y las posibles estrategias de mejora son la aportación científica original y novedosa que servirá de modelo para futuras investigaciones dentro de los CIUs.

El Análisis Exploratorio corresponde a un estado estadístico al que son sometidas muestras que han sido recogidas durante un proceso de investigación en un campo específico.

Por otro lado el método de análisis inductivo es un método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. Después de una primera etapa de observación, análisis y clasificación de los hechos, se deriva una hipótesis que aplicaría de manera global al problema que se planteó en conjunto. En el análisis planteado se partirá de los resultados obtenidos en las muestras de PYMEs para generar conclusiones que se apliquen en conjunto al subsector CIU C25: Fabricación de productos elaborados de metal excepto material y equipo.

- **Técnicas de recolección de información**

Datos primarios: Son aquellos datos que el investigador obtiene directamente de la realidad, recolectándolos con propios instrumentos, estos datos pueden ser cualitativos y cuantitativos.

Los datos cualitativos descriptivos se recopilaban utilizando un cuestionario, y los datos cuantitativos se obtuvieron utilizando diferentes herramientas como el gráfico diamante de competitividad, y matriz de perfil competitivo.

El cuestionario que se aplicó a los empresarios cuyo detalle consta en el Anexo No. 2, el cual está conformado por 99 preguntas distribuidas en 12 secciones, que son las siguientes:

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

- Sección 8. Eficiencia del Mercado Laboral
- Sección 9. Desarrollo Tecnológico
- Sección 10. Medio Ambiente
- Sección 11. Gestión Gerencial
- Sección 12. Comentarios

Datos Secundarios.-

Son datos que ya fueron recopilados para fines distintos de otros problemas planteados, pueden ser 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 Internet²⁸, estadísticas del INEC, información proporcionada por la Superintendencia de Compañías, así como de entidades públicas como el SRI y privadas que ayuden al propósito de la investigación.

3.1.1 Trabajo de Campo

El método de investigación que se aplicó para el trabajo de campo fue realizado mediante encuestas en forma presencial, vía telefónica y vía mail a los representantes, dueños o administradores de las diferentes empresas del subsector CIU C25 Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo; ubicadas en el Distrito Metropolitano de Quito, información cualitativa y cuantitativa en base al cuestionario establecido.

²⁸ Máximo 20% de todas las citas.

Las encuestas concretadas fueron posibles gracias a que se fue en representación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE lo que brindo un alto grado de confianza en los encuestados para que brinden información confiable y veraz lo que permitió que se aplique de forma eficaz el mencionado cuestionario.

La cantidad de empresas que nos permitieron realizar la investigación, fueron 61; en el Cuadro No. 22 se puede observar el detalle:

CUADRO No. 22
RESUMEN DE LLAMADAS Y VISITAS

Citas obtenidas y concretadas	61
No desea colaborar	5
No corresponde el número de teléfono	4
No existen / es otro tipo de empresa	7
No estuvo presente el responsable para la encuesta	7
No colabora con la mayoría de preguntas	7
En proceso de liquidación	5
TOTAL LLAMADAS	96

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

3.1.2 Tabulación de Datos

Los datos recopilados de la encuesta se tabuló y ordenó estadísticamente, se utilizó el programa Microsoft Excel como procesador de datos que permitió compilar adecuadamente los datos en cuadros comparativos con sus respectivas representaciones gráficas, para así interpretarlos y analizarlos adecuadamente, de modo que se llegó a un diagnóstico de la realidad en el subsector CIIU C25:

Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo, en cuanto a los diferentes modelos empleados para la toma de decisiones.

Gracias a la variedad de las respuestas recopiladas en las encuestas, se procedió en el capítulo 4 a realizar agrupaciones de acuerdo a conceptos similares.

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población la cual se designó para la investigación de campo del subsector CIIU C25 Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo, fue extraída de diferentes bases de datos que contienen información de empresas como: Superintendencia de Compañías y SRI, siendo 96 empresas.

Las empresas que se estudiaron forman parte de una población de 61 empresas que se encuentran ubicadas dentro del Distrito Metropolitano de Quito, estas empresas fueron designadas en base a las actividades las cuales realizan.

Las empresas de la población tienen en común el uso de metal y la fabricación de productos tales como: estructuras metálicas, envases metálicos, perfiles metálicos, puertas metálicas, pernos y tornillos, cerraduras y cajas fuertes entre otras.

CUADRO No. 23**FICHA TÉCNICA DE LA POBLACIÓN DEL CIU C25: FABRICACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL, EXCEPTO MAQUINARIA Y EQUIPO**

INFORMACIÓN	DATOS
POBLACIÓN	96
RAMA DE ACTIVIDAD	Industria Manufacturera (C)
RAMA DE SUBACTIVIDAD	C 25 Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo.
COBERTURA GEOGRÁFICA	Distrito Metropolitano de Quito (DMQ)
AÑO	2011

Fuente: Capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

3.2.1 Tamaño de Muestra para Proporciones y Poblaciones Finitas

La muestra que sirvió para el análisis y resultados de la investigación se obtuvo mediante la fórmula para una población finita, es decir se conoce el total de la población verificada y se desea conocer cuántas empresas deben ser encuestadas.

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Total de empresas por CIU

Z² = Desviación estándar

p = Probabilidad de éxito

e^2 = Límite de aceptación de error muestral

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

$$n = \frac{96 * 1.96^2 * 0.5 * (1 - 0.5)}{(96 - 1) * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * (1 - 0.5)} \quad n = 61$$

Aplicando la fórmula correspondiente a poblaciones finitas con un margen de error del 5% se obtuvo una muestra de 61 empresas investigadas.

Además se empleó la técnica de muestreo probabilístico aleatorio simple, la cual permitió ahorrar recursos y a la vez obtener resultados parecidos a los que se alcanzaría si se hubiese realizado la investigación a toda la población.

3.3 MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO

Tiene por objeto, sobre los valores de éxito individuales, tanto de la empresa que se va a comparar, como de los competidores, identificar que variables son decisivas en la determinación de la competencia y que empresa goza de esas fortalezas.

El siguiente es el procedimiento que se sigue para obtener los resultados esperados:

1. Identificación de las cinco empresas competidoras más relevantes.
2. Determinación, mediante consenso, de los factores claves de éxito a analizar, dentro de los grandes temas que se mencionan en el Cuadro No. 24.

3. Asignación de una participación porcentual a cada factor clave, con el propósito de poder identificar la importancia de que tiene cada uno dentro del análisis empresarial. La suma de este puntaje deberá ser igual al ciento por ciento.
4. Establecimiento de un valor matemático a la importancia que tiene cada uno de los factores claves que se comparan, los mismos que pueden ir de uno a cuatro.

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

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

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

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

CUADRO No. 24
MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO

FACTORES CLAVES DE ÉXITO	Ponderación	EMPRESA		COMPETIDOR 1		COMPETIDOR 2	
		Puntaje	Resultado ponderado	Puntaje	Resultado ponderado	Puntaje	Resultado ponderado
MERCADEO	0.2	3	0.6	2	0.4	2	0.4
I&D	0.2	1	0.2	4	0.8	3	0.6
RECURSOS FINANCIEROS	0.2	2	0.4	2	0.4	4	0.8
SIST. DE INFORMACIÓN	0.1	4	0.4	3	0.3	3	0.3
ADMINISTRACIÓN	0.1	3	0.3	3	0.3	3	0.3
PROCESOS	0.1	2	0.2	2	0.2	3	0.3
RECURSOS HUMANOS	0.1	3	0.2	2	0.2	3	0.3
TOTAL	1.0		2.3		2.6		3.0

Fuente: Peña Novoa Hernán, Prácticas presupuestarias para ejecutivos, Volumen I

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

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

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

CUADRO No. 25
TABLA DE CALIFICACIÓN

NIVELES DE ACEPTACIÓN ENCUESTA	EQUIVALENCIA	CALIFICACIÓN
76-100%	Muy bueno	4
51-75%	Bueno	3
26-50%	Regular	2
1-25%	Deficiente	1
0%	NS / NC	0

Fuente: Capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

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

4 RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 SECCIÓN 1: MERCADO

a) Segmentos de mercado atendidos por la PYMEs del Subsector CIU C25

Como se puede observar en el Cuadro No. XX, las PYMEs encuestadas se manejan en diez segmentos económicos, estos corresponden a: F Construcción con 41,05 por ciento, G Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas 23,16; B Explotación de minas y canteras 10,53; O Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria 6,32; C Industrias manufactureras y H Transporte y almacenamiento con 5,26 respectivamente, N Actividades de servicios administrativos y de apoyo 3,16; K Actividades financieras y de seguros 2,11; I Actividades de alojamiento y de servicio de comidas 2,11 y A Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca 1,05 por ciento. Como se puede observar los segmentos que atiende el CIU C25 y forman el 80/20 son: F, G, B, O, C, H, N, K, I y A.

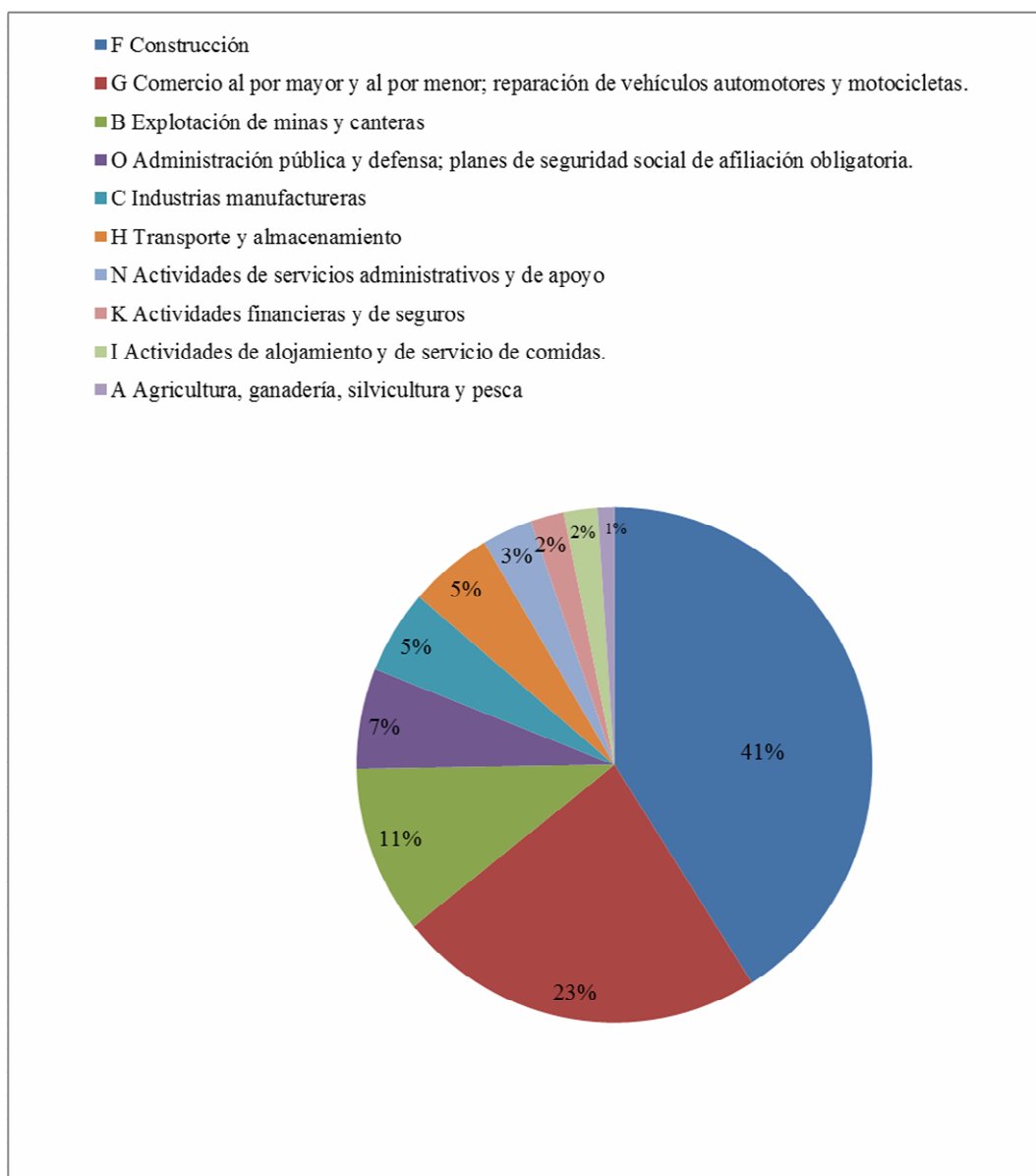
CUADRO No. 26
SEGMENTOS ECONÓMICOS ATENDIDOS POR CIU C25

Código CIU 4	Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
F	Construcción	39	41,05%
G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.	22	23,16%
B	Explotación de minas y canteras	10	10,53%
O	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.	6	6,32%
C	Industrias manufactureras	5	5,26%
H	Transporte y almacenamiento	5	5,26%
N	Actividades de servicios administrativos y de apoyo	3	3,16%
K	Actividades financieras y de seguros	2	2,11%
I	Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.	2	2,11%
A	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	1	1,05%
	TOTAL	95	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 23
SEGMENTOS ECONÓMICOS ATENDIDOS POR CIU C25



Fuente: Cuadro No. 26

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

b) Productos que ofrece a los segmentos de mercado referidos.

Se efectúa el análisis de los productos ofrecidos de acuerdo a los segmentos económicos abarcados por el CIU C25, como se detalla a continuación:

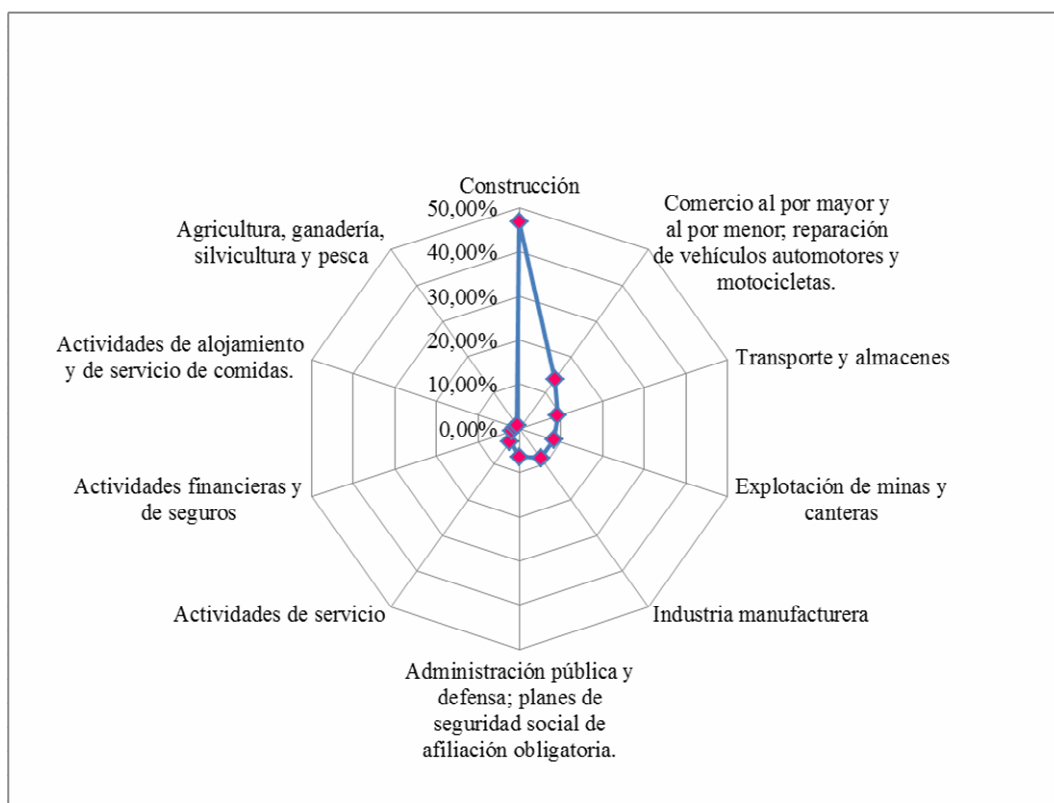
CUADRO No. 27
PRODUCTOS ELABORADOS POR CIU C25

Código CIU 4	Segmentos Económicos	No. Respuestas	Porcentaje
F	Construcción	51	46,79%
G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.	15	13,76%
H	Transporte y almacenes	10	9,17%
B	Explotación de minas y canteras	9	8,26%
C	Industria manufacturera	9	8,26%
O	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	7	6,42%
N	Actividades de servicio administrativo y de apoyo	4	3,67%
K	Actividades financieras y de seguros	2	1,83%
I	Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.	1	0,92%
A	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	1	0,92%
	TOTAL	109	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 24
PRODUCTOS ELABORADOS POR CIU 25



Fuente: Cuadro No. 27

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

A continuación se detalla cada segmento atendido con sus respectivos productos:

F Construcción

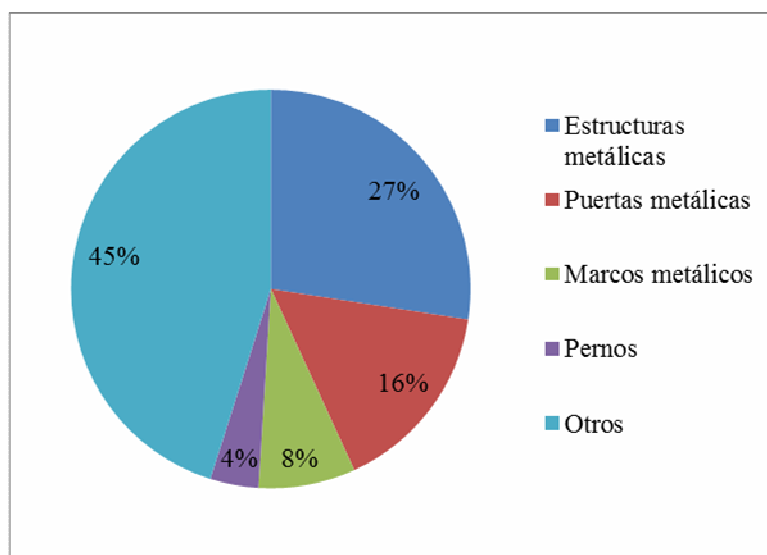
El principal producto ofrecido por el segmento corresponde a estructuras metálicas con 27,45 por ciento, puertas metálicas 15,69; marcos metálicos 7,84; pernos 3,92 y “otros” con el 45,10 por ciento. Dentro de “otros” están agrupados productos como: puertas enrollables, tuercas, mamparas, puentes, cables de acero, cubiertas metálicas, ductos de metal, herrajería eléctrica, casas prefabricadas, lana de acero, esponjas de bronce, pisos metálicos y varillas.

CUADRO No. 28**PRODUCTOS ELABORADOS PARA SEGMENTO F**

Productos	No. respuestas	Porcentaje
Estructuras metálicas	14	27,45%
Puertas metálicas	8	15,69%
Marcos metálicos	4	7,84%
Pernos	2	3,92%
Otros	23	45,10%
TOTAL	51	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 25**PRODUCTOS ELABORADOS PARA SEGMENTO F**

Fuente: Cuadro No. 28

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

G Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.

El producto principal ofrecido en el segmento G son los filtros con un 13,33 por ciento, mientras que tornillos, componentes metálicos, pernos, matrices,

rodelas, boquillas, calderas, coches de supermercado, rótulos, muebles metálicos, piezas metálicas, grapas y grilletes; y cerraduras de plomo cada producto representado con el 6,67 por ciento respectivamente.

CUADRO No. 29
PRODUCTOS ELABORADOS PARA SEGMENTO G

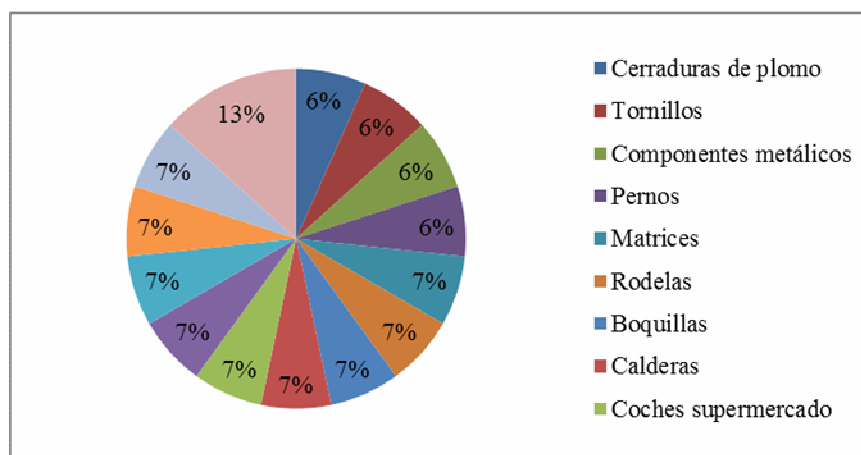
Productos	No. respuestas	Porcentaje
Filtros	2	13,33%
Tornillos	1	6,67%
Componentes metálicos	1	6,67%
Pernos	1	6,67%
Matrices	1	6,67%
Rodelas	1	6,67%
Boquillas	1	6,67%
Calderas	1	6,67%
Coches supermercado	1	6,67%
Rótulos	1	6,67%
Muebles metálicos	1	6,67%
Piezas metálica	1	6,67%
Grapas y grilletes	1	6,67%
Cerraduras de plomo	1	6,67%
TOTAL	15	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 26

PRODUCTOS ELABORADOS PARA SEGMENTO G



Fuente: Cuadro No. 29

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

H Transporte y almacenes

Los productos que se elaboran dentro de este segmento son: furgones de metal, remolques y plataformas representados cada uno de estos productos con el 20,00 por ciento; mientras que auto cargables, casetas, contenedores y cajones de volteo representado cada uno con el 10,00 por ciento.

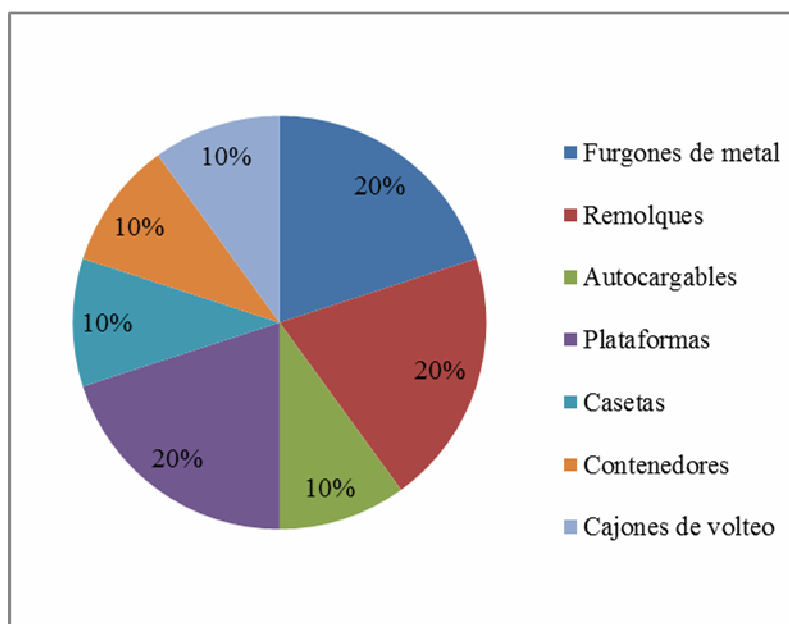
CUADRO No. 30

PRODUCTOS ELABORADOS PARA SEGMENTO H

Productos	No. Respuestas	Porcentaje
Furgones de metal	2	20,00%
Remolques	2	20,00%
Plataformas	2	20,00%
Auto cargables	1	10,00%
Casetas	1	10,00%
Contenedores	1	10,00%
Cajones de volteo	1	10,00%
TOTAL	10	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMES

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 27**PRODUCTOS ELABORADOS PARA SEGMENTO H**

Fuente: Cuadro No. 30

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

B Explotación de minas y canteras

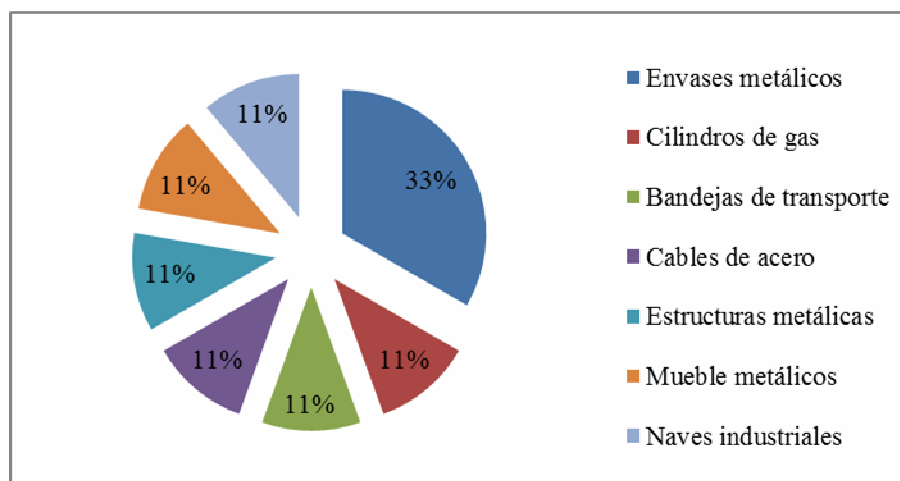
Los productos que se ofrecen a este segmento son: envases metálicos 33,33 por ciento, mientras que cilindros de gas, bandejas de transporte, cables de acero, estructuras metálicas, muebles metálicos y naves industriales representados cada uno por el 11,11 por ciento respectivamente.

CUADRO No. 31**PRODUCTOS ELABORADOS PARA SEGMENTO B**

Productos	No. Respuestas	Porcentaje
Envases metálicos	3	33,33%
Cilindros de gas	1	11,11%
Bandejas de transporte	1	11,11%
Cables de acero	1	11,11%
Estructuras metálicas	1	11,11%
Mueble metálicos	1	11,11%
Naves industriales	1	11,11%
TOTAL	9	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 28**PRODUCTOS ELABORADOS PARA SEGMENTO B**

Fuente: Cuadro No. 31

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

C Industria Manufacturera

Dentro de los productos que el CIU C25 entrega son: piezas industriales, plataformas, partes de metal para elaborar balanzas, matrices, cerraduras, partes para autos y latas; cada uno de estos productos representados con el 11,11 por ciento respectivamente.

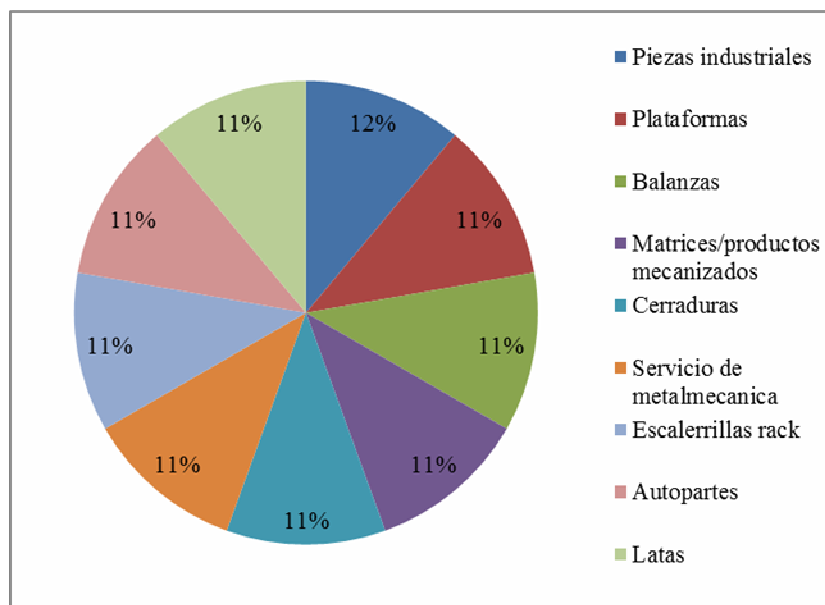
CUADRO No. 32
PRODUCTOS ELABORADOS PARA SEGMENTO C

Productos	No. Respuestas	Porcentaje
Piezas industriales	1	11,11%
Plataformas	1	11,11%
Balanzas	1	11,11%
Matrices/productos mecanizados	1	11,11%
Cerraduras	1	11,11%
Servicio de metalmecánica	1	11,11%
Escalerrillas rack	1	11,11%
Autopartes	1	11,11%
Latas	1	11,11%
TOTAL	9	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 29
PRODUCTOS ELABORADOS PARA SEGMENTO C



Fuente: Cuadro No. 32

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

O Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria

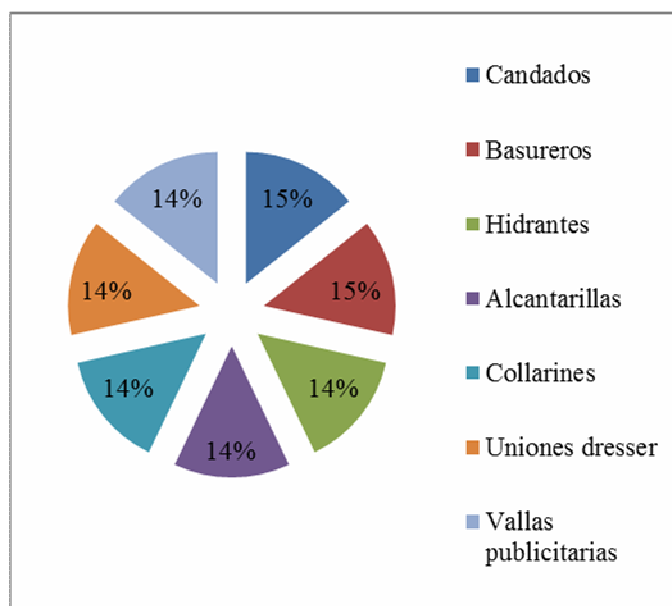
Los productos que se ofrecen en este segmento están representados cada uno respectivamente con el 14,29 por ciento como se indica en el siguiente cuadro:

CUADRO No. 33
PRODUCTOS ELABORADOS PARA SEGMENTO O

Productos	No. Respuestas	Porcentaje
Candados	1	14,29%
Basureros	1	14,29%
Hidrantes	1	14,29%
Alcantarillas	1	14,29%
Collarines	1	14,29%
Uniones dresser	1	14,29%
Vallas publicitarias	1	14,29%
TOTAL	7	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 30**PRODUCTOS ELABORADOS PARA SEGMENTO O**

Fuente: Cuadro No. 33

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

N Actividades de servicio administrativo y de apoyo

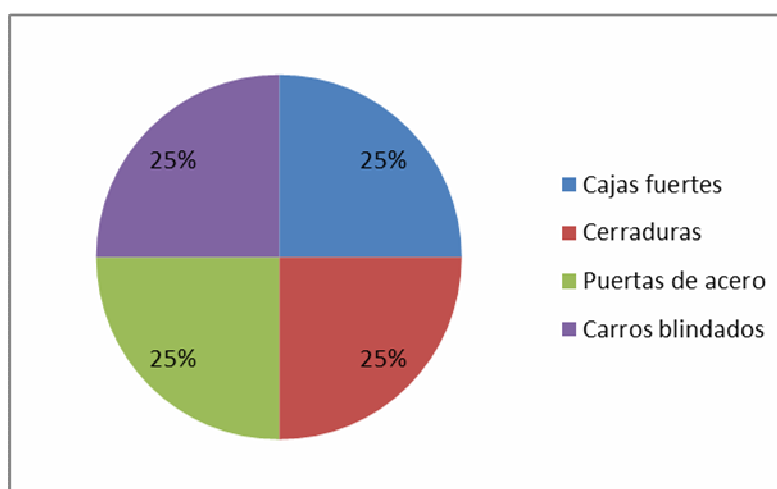
Dentro de este segmento se entregan productos tales como: cajas fuertes, cerraduras, puertas de acero, partes para los carros blindados, cada uno de los productos representa el 25,00 por ciento respectivamente.

CUADRO No. 34**PRODUCTOS ELABORADOS PARA SEGMENTO N**

Productos	No. Respuestas	Porcentaje
Cajas fuertes	1	25,00%
Cerraduras	1	25,00%
Puertas de acero	1	25,00%
Carros blindados	1	25,00%
TOTAL	4	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 31**PRODUCTOS ELABORADOS PARA SEGMENTO N**

Fuente: Cuadro No. 34

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

K Actividades financieras y de seguros.

Dentro de este segmento se encuentran las entidades financieras que requieren cajas fuertes.

CUADRO No. 35**PRODUCTOS ELABORADOS PARA SEGMENTO K**

Productos	No. Respuestas	Porcentaje
Cajas fuertes	2	100,00%
TOTAL	2	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

I Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.

Dentro de este segmento se ubican consumidores que requieren latas.

CUADRO No. 36**PRODUCTOS ELABORADOS PARA SEGMENTO I**

Productos	No. Respuestas	Porcentaje
Latas	1	100,00%
TOTAL	1	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

A Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca

Éste segmento indicó que el producto que requiere son machetes.

CUADRO No. 37**PRODUCTOS ELABORADOS PARA SEGMENTO A**

Productos	No. Respuestas	Porcentaje
Machetes	1	100,00%
TOTAL	1	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

c) Principales compradores

El siguiente cuadro refleja los segmentos atendidos por el CIU C25 Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo.

El segmento F Construcción tiene la mayoría de compradores con un 43,88 por ciento, en segundo lugar el segmento G Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas con el 22,45; el tercer puesto representa el segmento B Explotación de minas y canteras con 11,22; el cuarto

lugar indica el segmento H Transporte y almacenes con 7,14 y en quinto lugar se encuentra el segmento C Industria Manufacturera con 5,10 por ciento.

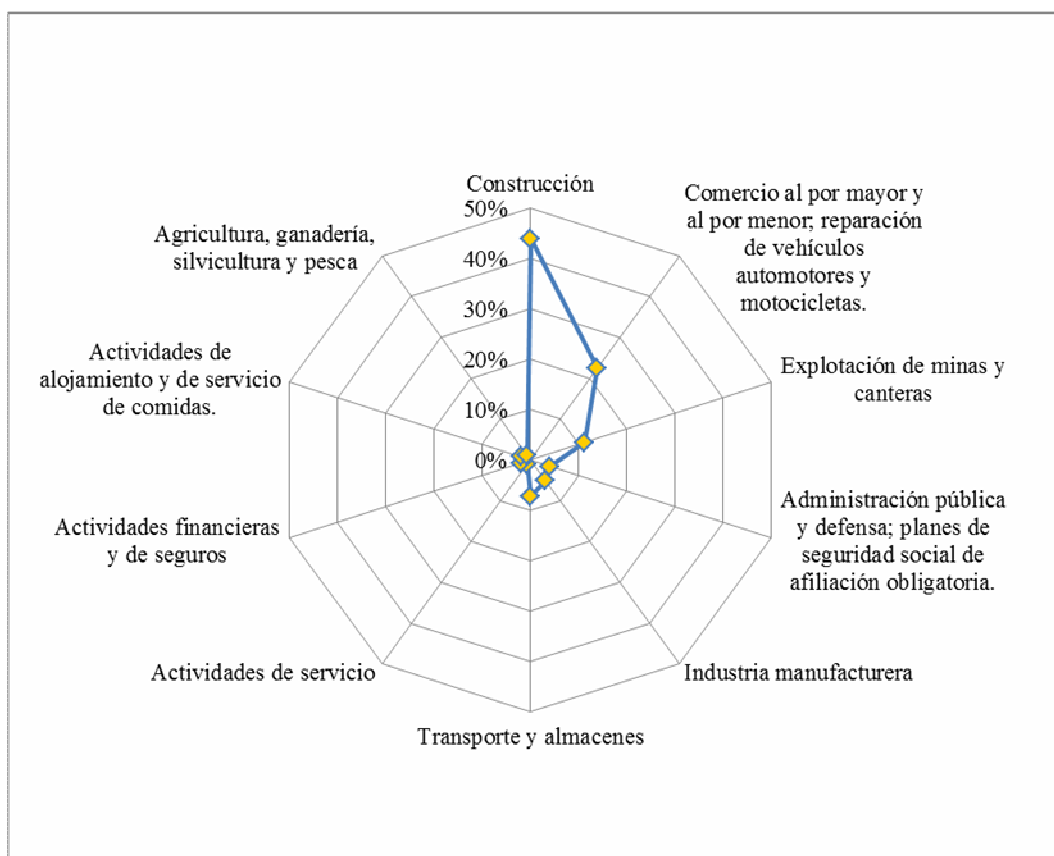
CUADRO No. 38
PRINCIPALES COMPRADORES CIU C25

Código CIU 4	Segmentos Económicos	No. Respuestas	Porcentaje
F	Construcción	43	43,88%
G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.	22	22,45%
B	Explotación de minas y canteras	11	11,22%
H	Transporte y almacenes	7	7,14%
C	Industria manufacturera	5	5,10%
O	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.	4	4,08%
K	Actividades financieras y de seguros	2	2,04%
I	Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.	2	2,04%
N	Actividades de servicio administrativo y de apoyo	1	1,02%
A	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	1	1,02%
	TOTAL	98	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 32
PRINCIPALES COMPRADORES CIU C25



Fuente: Cuadro No. 38

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

d) Características por las cuales su empresa es reconocida en el mercado

De acuerdo a la investigación efectuada, las principales características por las cuales las empresas del sector CIU C25 son reconocidas en el mercado son: calidad del producto 37,32 por ciento, experiencia en el mercado y puntualidad 9,15 por ciento cada una respectivamente.

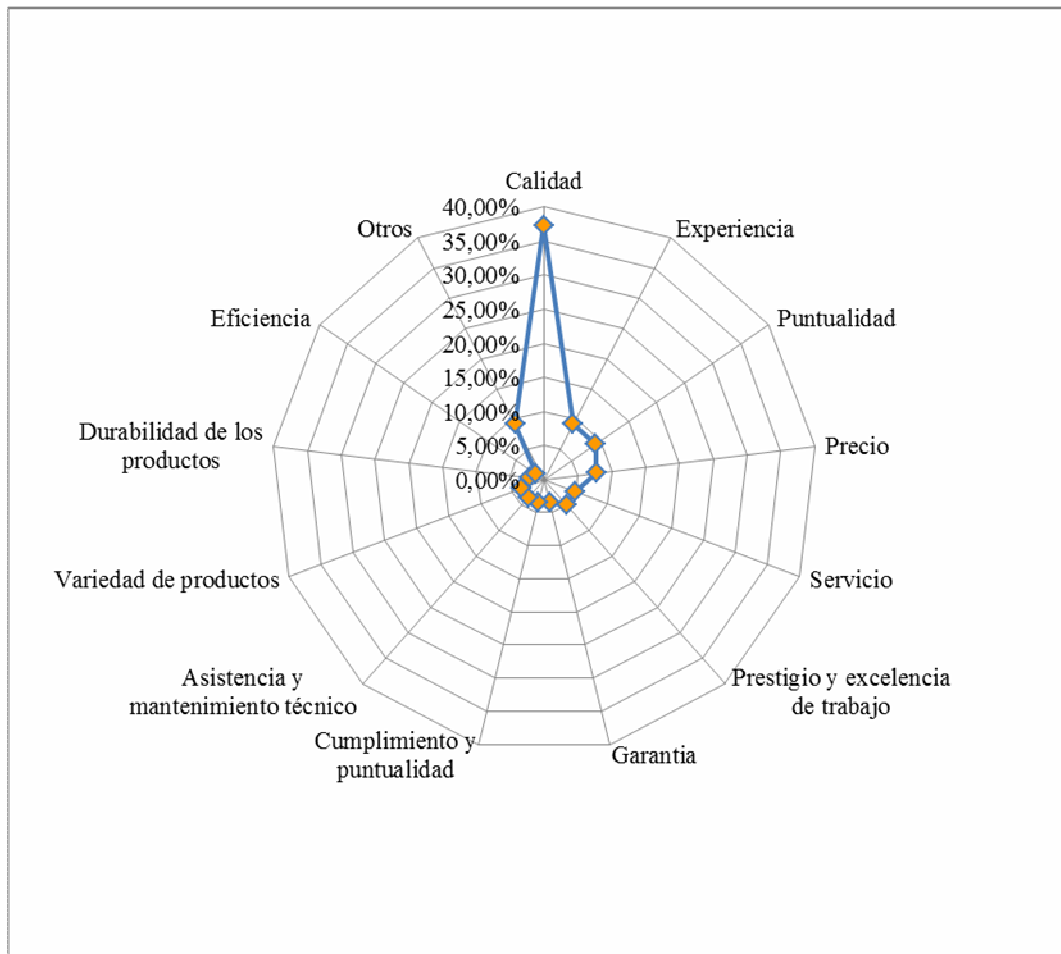
CUADRO No. 39**CARACTERÍSTICAS DE RECONOCIMIENTO EN EL MERCADO**

Descripción	No. respuestas	Porcentaje
Calidad	53	37,32%
Experiencia	13	9,15%
Puntualidad	13	9,15%
Precio	11	7,75%
Servicio	7	4,93%
Prestigio y excelencia de trabajo	7	4,93%
Garantía	5	3,52%
Cumplimiento y puntualidad	5	3,52%
Asistencia y mantenimiento técnico	5	3,52%
Variedad de productos	5	3,52%
Durabilidad de los productos	3	2,11%
Eficiencia	2	1,41%
Otros	13	9,15%
TOTAL	142	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 33
CARACTERÍSTICAS DE RECONOCIMIENTO EN EL MERCADO



Fuente: Cuadro No. 39

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

e) Ventajas o fortalezas tienen sus productos o servicios frente a la competencia nacional

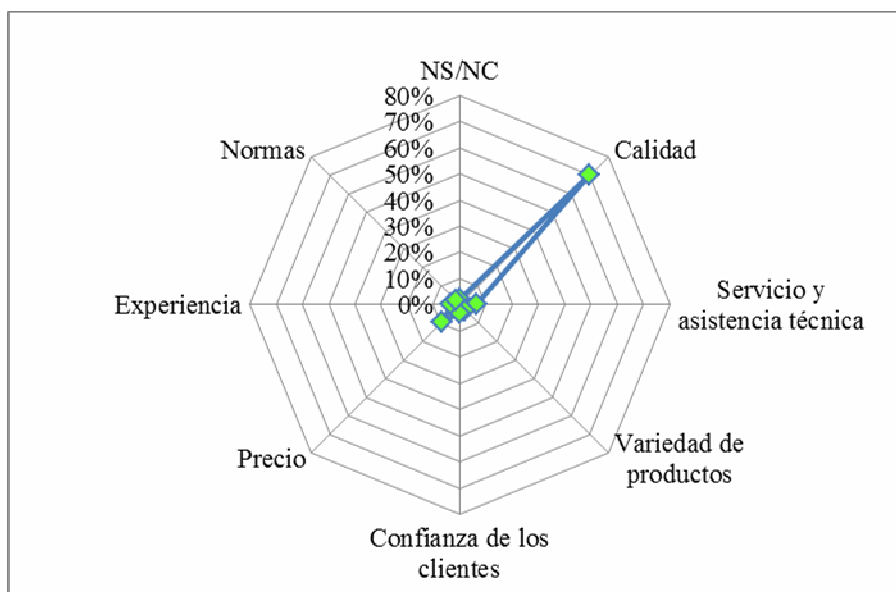
Se mantienen marcadas dos fortalezas principales en base al estudio, las mismas son: calidad, precio y asistencia técnica post – entrega del producto con 70,21 por ciento 9,57 y 6,38 por ciento respectivamente.

CUADRO No. 40**VENTAJAS Y DESVENTAJAS FRENTE A COMPETENCIA NACIONAL**

Características	No. Respuestas	Porcentaje
Calidad	66	70,21%
Precio	9	9,57%
Servicio y asistencia técnica	6	6,38%
Variedad de productos	3	3,19%
Confianza de los clientes	3	3,19%
Experiencia	3	3,19%
Normas	2	2,13%
NS/NC	2	2,12%
TOTAL	94	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 34**VENTAJAS Y DESVENTAJAS FRENTE A COMPETENCIA NACIONAL**

Fuente: Cuadro No. 40

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

f) Ventajas o fortalezas tienen sus productos o servicios frente a la competencia internacional

En base al estudio realizado y las respuestas entregadas por los empresarios de las PYMEs del CIU C25, indican los productos que elaboran no tienen ventajas o fortalezas frente a la competencia internacional ya que no hay empresas internacionales radicadas en el Distrito Metropolitano de Quito que permitan identificar fortalezas ante competencia internacional.

Además indican que los productos elaborados no son exportables, la producción está direccionada al mercado nacional.

g) Canales de distribución utilizados para que lleguen sus productos al mercado interno

Se determinó que el canal de distribución más utilizado por la muestra es Canal directo con un 86,76 por ciento; que incluye locales propios. Adicionalmente existe un 13,24 por ciento que utiliza intermediarios como distribuidores mayoristas.

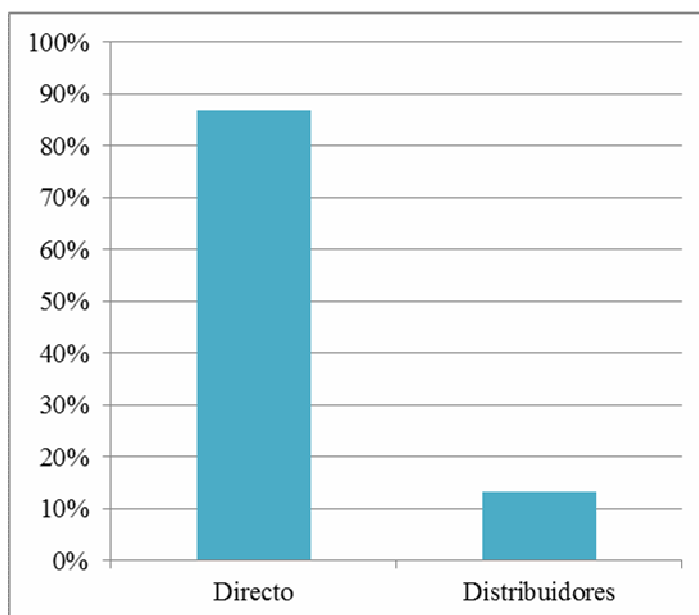
CUADRO No. 41
CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
Directo	59	86,76%
Distribuidores	9	13,24%
TOTAL	68	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 35
CANALES DE DISTRIBUCIÓN



Fuente: Cuadro No. 41

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

h) Mercados geográficos cubiertos por la empresa a nivel nacional

En base al estudio realizado las empresas indican los mercados geográficos que cubren en forma general y por regiones. Los empresarios indican que los mercados que cubren son a nivel nacional 63,49 por ciento, mientras que otros indican el sector que cubren es solo Quito con 26,98; región sierra 7,94 y la región Oriente 1,59 por ciento.

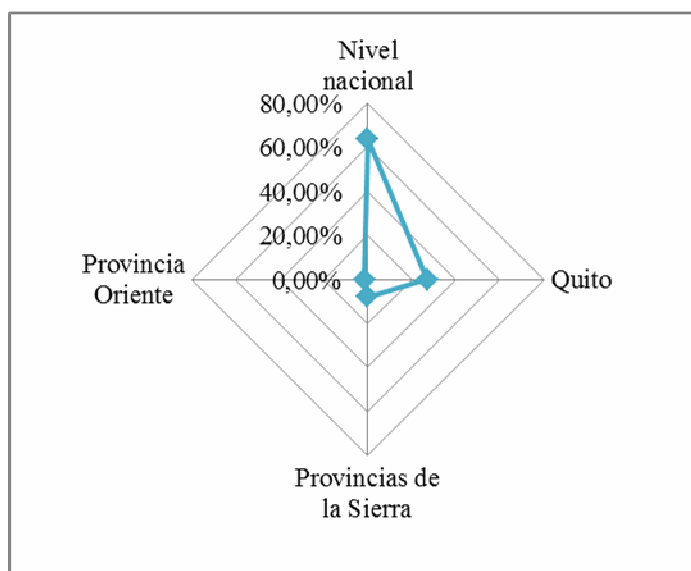
CUADRO No. 42
MERCADOS GEOGRÁFICOS ATENDIDOS

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
Nivel nacional	40	63,49%
Quito	17	26,98%
Provincias de la Sierra	5	7,94%
Provincia Oriente	1	1,59%
TOTAL	63	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 36
MERCADOS GEOGRÁFICOS ATENDIDOS



Fuente: Cuadro No. 42

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

i) Dificultades existentes para ingresar y permanecer en el mercado nacional

En base a las entrevistas efectuadas, la gran parte de las empresas sostienen que la mayor dificultad para permanecer en el mercado local es la Competencia 60,92 por ciento, costos 14,94 y precio 5,75 por ciento entre las principales.

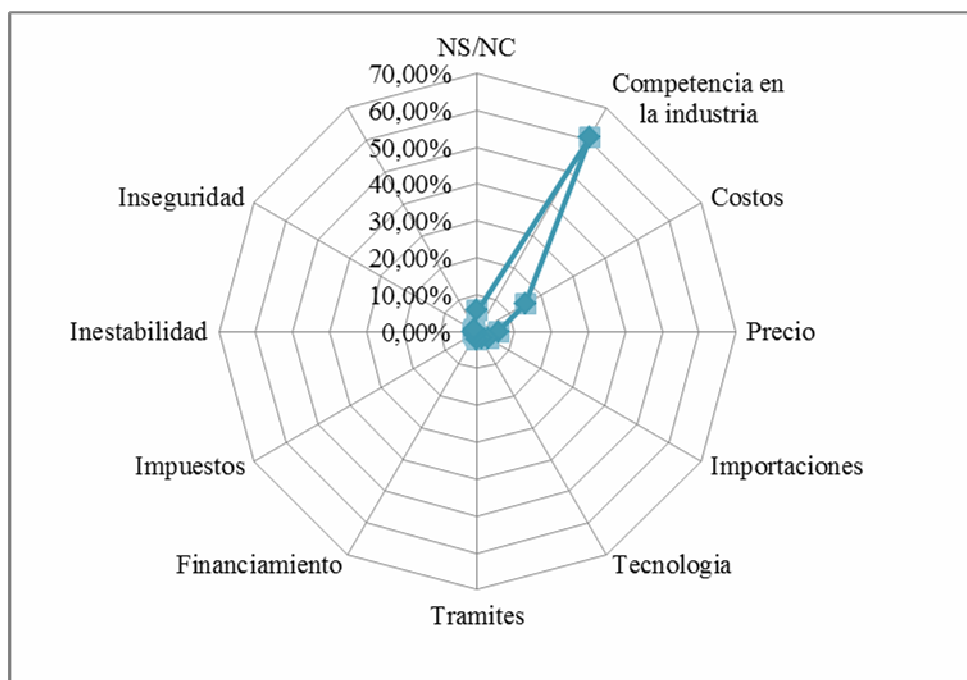
: CUADRO No. 43

DIFICULTADES INGRESAR MERCADO NACIONAL

Descripción	No. respuestas	Porcentaje
Competencia en la industria	53	60,92%
Costos	13	14,94%
Precio	5	5,75%
NS/NC	5	5,75%
Importaciones	3	3,45%
Tecnología	2	2,30%
Tramites	2	2,30%
Financiamiento	1	1,15%
Impuestos	1	1,15%
Inestabilidad	1	1,15%
Inseguridad	1	1,15%
TOTAL	87	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 37**DIFICULTADES INGRESAR MERCADO NACIONAL**

Fuente: Cuadro No. 43

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

j) Dificultades existentes para exportar

De acuerdo al estudio efectuado se observó que la mayoría de empresas analizadas no han intentado expandir su mercado al exterior, y por ende no conocen en claridad las dificultades que involucra el proceso de exportación.

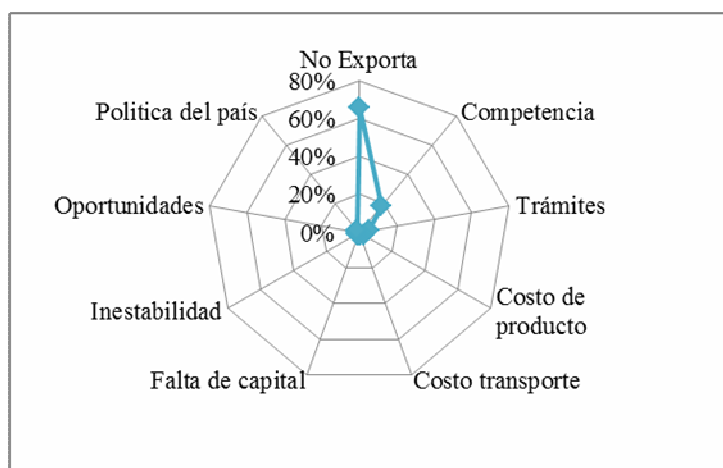
CUADRO No. 44
DIFICULTADES SALIR DEL MERCADO

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
No Exporta	40	65,57%
Competencia	11	18,03%
Trámites	3	4,92%
Costo de producto	2	3,28%
Costo transporte	1	1,64%
Falta de capital	1	1,64%
Inestabilidad	1	1,64%
Oportunidades	1	1,64%
Política del país	1	1,64%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 38
DIFICULTADES PARA SALIR DEL MERCADO



Fuente: Cuadro No. 44

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

k Fortalezas que tiene la competencia a nivel nacional

Según las respuestas indicadas por los empresarios el 66,13 por ciento indican no saber específicamente cuales son las fortalezas de la competencia, sin embargo, el 11,29 indica la tecnología es una de las principales fortalezas de otras empresas dentro de la industria, seguida por precios con 6.45 por ciento.

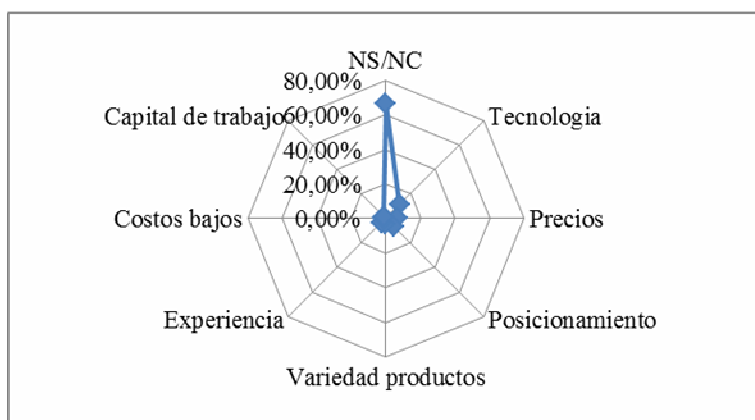
CUADRO No. 45
FORTALEZA DE LA COMPETENCIA NACIONAL

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
NS/NC	41	66,13%
Tecnología	7	11,29%
Precios	4	6,45%
Posicionamiento	4	6,45%
Variedad productos	2	3,23%
Experiencia	2	3,23%
Costos bajos	1	1,61%
Capital de trabajo	1	1,61%
TOTAL	62	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 39
FORTALEZA DE LA COMPETENCIA NACIONAL



Fuente: Cuadro No. 45

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

l) Expectativas del mercado a:

- **Expansión:** Las empresas encuestadas en un 73,77 por ciento mantienen la postura que deben incrementar el nicho de mercado, en cuanto al 19,67 por ciento informa no estar decidido en esta opción.

CUADRO No. 46

EXPECTATIVA DEL MERCADO EN RELACIÓN A EXPANSIÓN

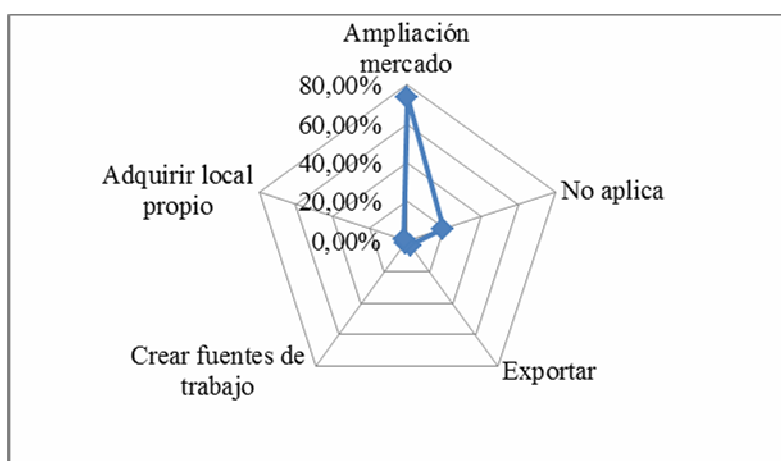
EXPANSIÓN	No. Respuestas	Porcentaje
Ampliación mercado	45	73,77%
No aplica	12	19,67%
Exportar	2	3,28%
Crear fuentes de trabajo	1	1,64%
Adquirir local propio	1	1,64%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 40

EXPECTATIVA DEL MERCADO EN RELACIÓN A EXPANSIÓN



Fuente: Cuadro No. 46

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Contracción:** En un 98,36 por ciento las empresas opinaron que no hay una expectativa de contracción de mercado puesto que se mantiene una estrategia enfocada a mantener e incrementar la posición en el mercado. De las 61 empresas, una empresa mencionó la liquidación de la empresa.

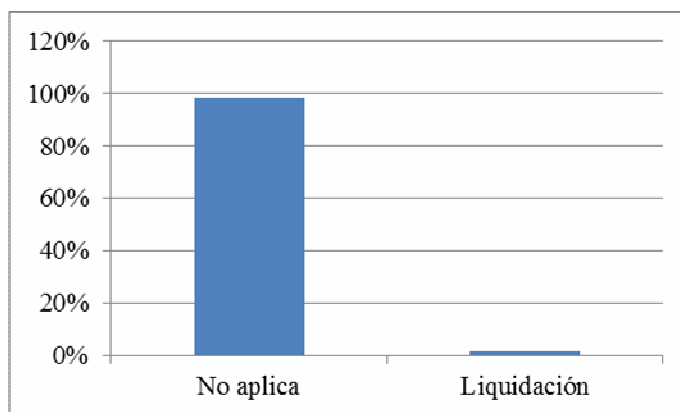
CUADRO No. 47
EXPECTATIVA DEL MERCADO EN RELACIÓN A
CONTRACCIÓN

CONTRACCIÓN	No. Respuestas	Porcentaje
No aplica	60	98,36%
Liquidación	1	1,64%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 41
EXPECTATIVA DEL MERCADO EN RELACIÓN A
CONTRACCIÓN



Fuente: Cuadro No. 47

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Competencia:** los empresarios indican que al momento de tener como objetivo expandir el mercado están haciendo referencia a competir con el

resto de empresas dentro de la industria, sin embargo el 68,85 por ciento indica analizar costos para competir frente a la competencia.

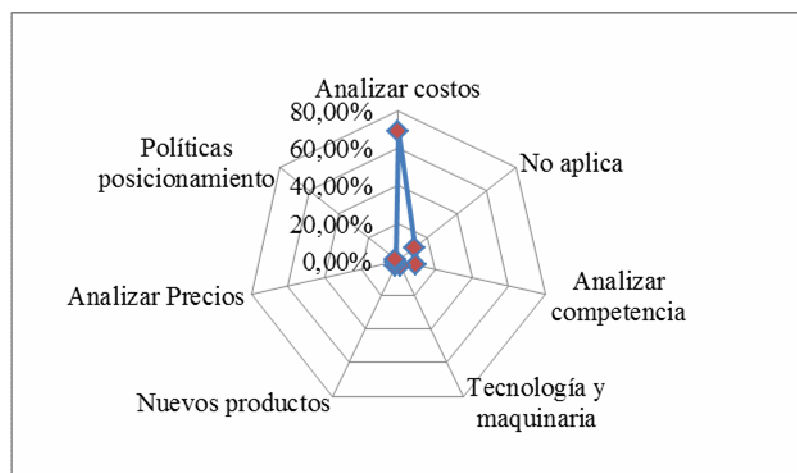
CUADRO No. 48
EXPECTATIVA DEL MERCADO EN RELACIÓN A
COMPETENCIA

COMPETENCIA	No. Respuestas	Porcentaje
Analizar costos	42	68,85%
No aplica	7	11,48%
Analizar competencia	6	9,84%
Tecnología y maquinaria	2	3,28%
Nuevos productos	2	3,28%
Analizar Precios	1	1,64%
Políticas posicionamiento	1	1,64%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 42
EXPECTATIVA DEL MERCADO EN RELACIÓN A
COMPETENCIA



Fuente: Cuadro No. 48

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Innovación:** la innovación de acuerdo a lo encuestado se enfoca en la elaboración de nuevos productos con el 44,26 por ciento, seguido por el 31,15 que indican no saber si innovar o no y el 11,48 por ciento indica innovar nueva maquinaria.

CUADRO No. 49

EXPECTATIVA DEL MERCADO EN RELACIÓN A INNOVACIÓN

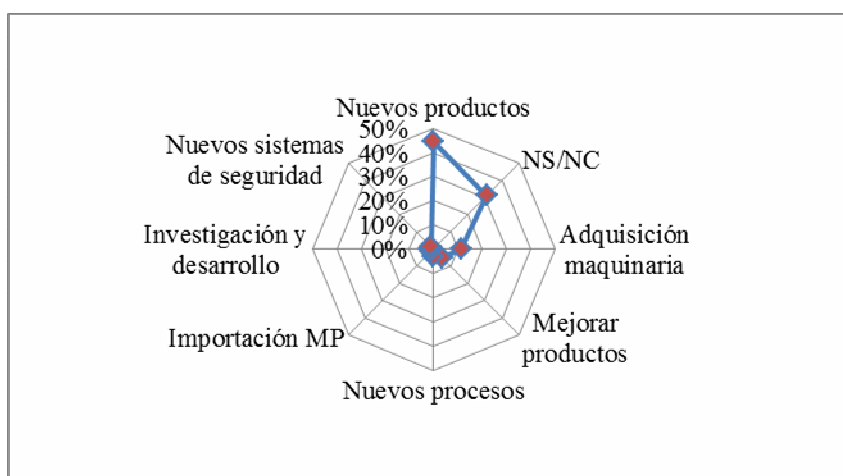
INNOVACIÓN	No. Respuestas	Porcentaje
Nuevos productos	27	44,26%
NS/NC	19	31,15%
Adquisición maquinaria	7	11,48%
Mejorar productos	3	4,92%
Nuevos procesos	2	3,28%
Importación MP	1	1,64%
Investigación y desarrollo	1	1,64%
Nuevos sistemas de seguridad	1	1,64%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMES

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 43

EXPECTATIVA DEL MERCADO EN RELACIÓN A INNOVACIÓN



Fuente: Cuadro No. 49

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

4.2 SECCIÓN 2: MERCADEO

a) Disponibilidad de un Plan de Mercadeo

De acuerdo a las empresas encuestadas el 52,46 por ciento indica no tener un plan de mercadeo vigente, sin embargo el 47,54 por ciento si lo dispone.

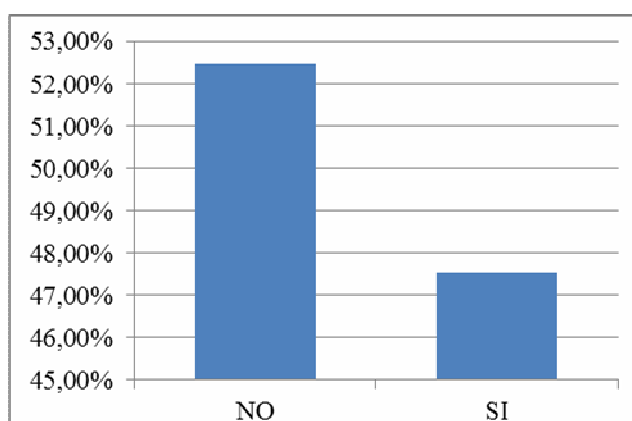
CUADRO No. 50
DISPONIBILIDAD DEL PLAN DE MERCADO

Plan de mercadeo	No. respuestas	Porcentaje
NO	32	52,46%
SI	29	47,54%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 44
DISPONIBILIDAD DEL PLAN DE MERCADO



Fuente: Cuadro No. 50

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

b) Persona responsable del plan de mercadeo

De acuerdo a la muestra encuestada, en el 52,46 por ciento informan no tener responsable ya que no tienen plan de mercadeo, el 26,23 indica el responsable es el Gerente de Marketing y el 13,11 por ciento el responsable es el Gerente General.

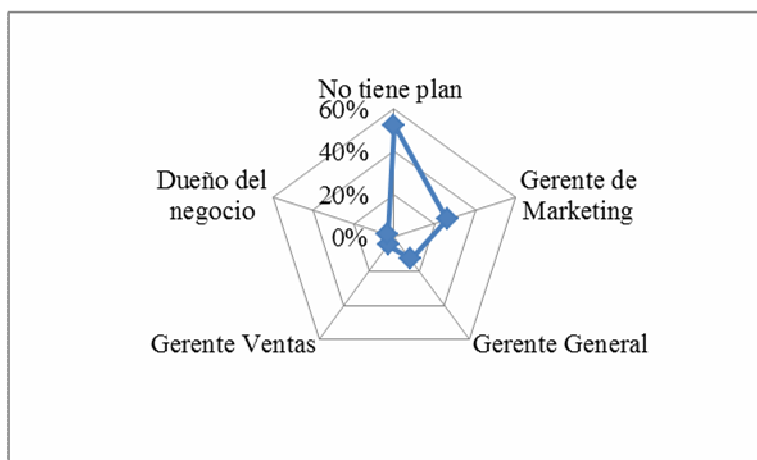
CUADRO No. 51
RESPONSABLE DEL PLAN DE MERCADO

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
No tiene plan	32	52,46%
Gerente de Marketing	16	26,23%
Gerente General	8	13,11%
Gerente Ventas	3	4,92%
Dueño del negocio	2	3,28%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 45
RESPONSABLE DEL PLAN DE MERCADO



Fuente: Cuadro No. 51

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

c) Objetivos de mercadeo para el 2013

De acuerdo al estudio realizado se identificó que el objetivo principal con el 40,00 por ciento es incrementar las ventas, seguido por un 18,46 que indica no conocer exactamente cual es el objetivo y el 13,85 por ciento expandirse en el mercado.

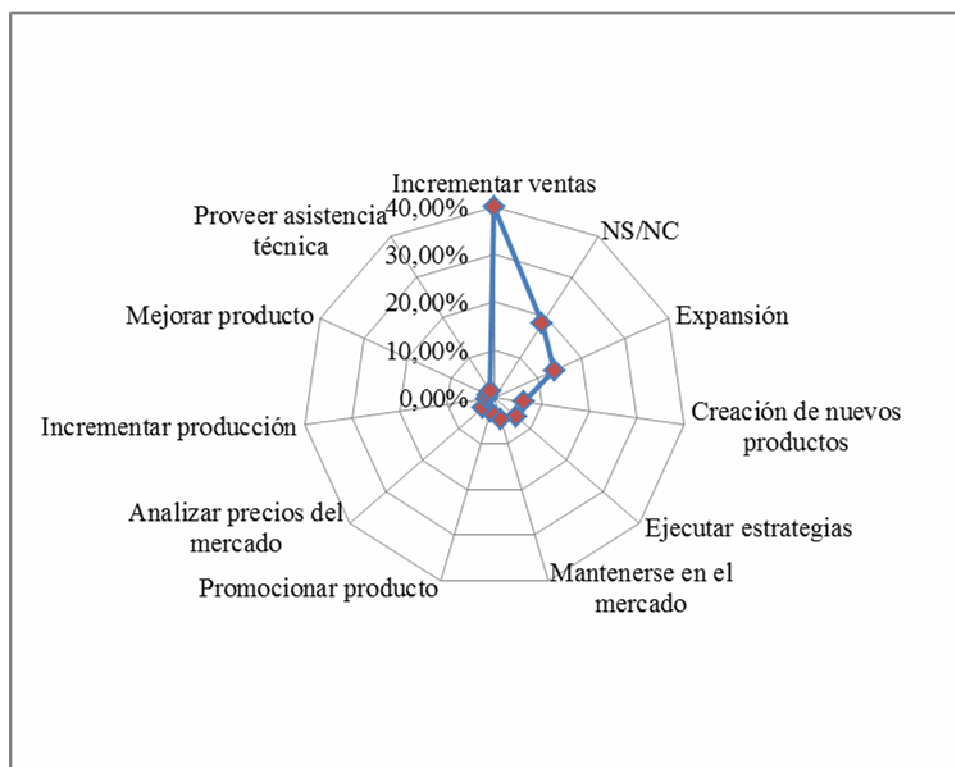
CUADRO No. 52
OBJETIVOS DE MERCADEO

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
Incrementar ventas	26	40,00%
NS/NC	12	18,46%
Expansión	9	13,85%
Creación de nuevos productos	4	6,15%
Ejecutar estrategias	4	6,15%
Mantenerse en el mercado	3	4,62%
Promocionar producto	2	3,08%
Analizar precios del mercado	2	3,08%
Incrementar producción	1	1,54%
Mejorar producto	1	1,54%
Proveer asistencia técnica	1	1,54%
TOTAL	65	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 46
OBJETIVOS DE MERCADEO



Fuente: Cuadro No. 52

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

d) Las estrategias de mercadeo que contienen los objetivos que antes de mencionaron.

De acuerdo con el trabajo de campo “Proyecto de Investigación PYMEs”, las empresas manejan como estrategia principal “generar productos de calidad y garantizado”, esta estrategia refleja el 50,00 por ciento de las empresas, el 19,12 indican tener como estrategia el “análisis de mercado” dentro de esta estrategia las empresas mencionan el análisis de costos que se manejan dentro de la industria, el otro 19,12 representa la estrategia “otros” dentro de este segmento refleja: captar nuevos clientes, mejora continua, gestión basada en procesos y analizar ventas”; y el 11,76 por ciento indica no tener ningún tipo de estrategia.

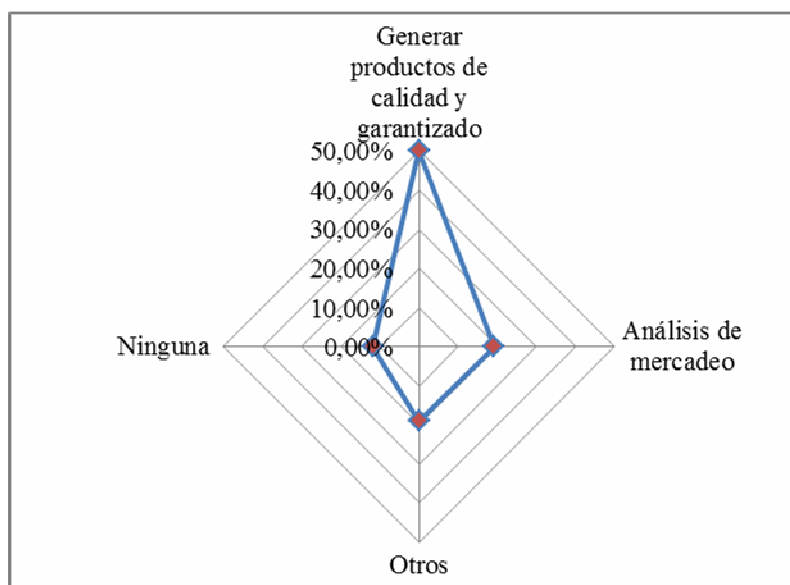
CUADRO No. 53
ESTRATEGIAS DE MERCADEO

Descripción	No. de Respuestas	Porcentaje
Generar producto y servicio de calidad y garantizado	34	50,00%
Análisis de mercado	13	19,12%
Otros	13	19,12%
Ninguna	8	11,76%
TOTAL	68	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 47
ESTRATEGIAS DE MERCADEO



Fuente: Cuadro No. 53

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

e) Detalle la política de fijación de precios

De acuerdo a las respuestas arrojadas en el estudio realizado, la principal referencia para fijar los precios con el 56,92 por ciento es “Costos + Utilidad”, historial de precios el 36,92 y el 4,62 por ciento indica basarse en la tendencia del mercado.

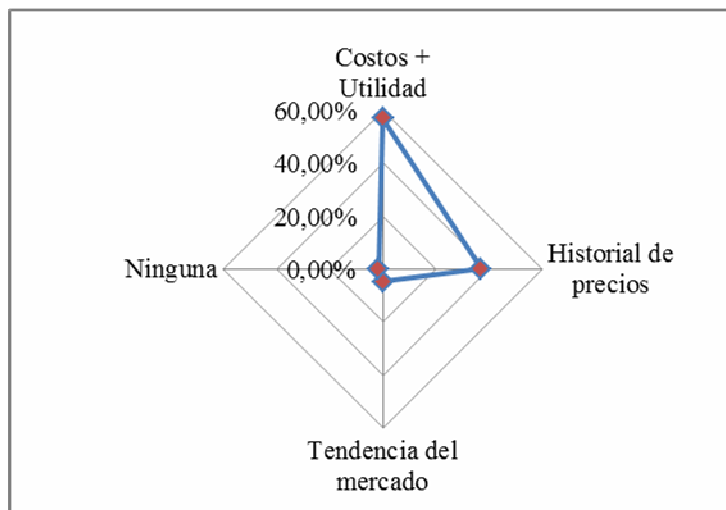
CUADRO No. 54
POLÍTICA DE FIJACIÓN DE PRECIOS

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
Costos + Utilidad	37	56,92%
Historial de precios	24	36,92%
Tendencia del mercado	3	4,62%
Otros	1	1,54%
TOTAL	65	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 48
POLÍTICA DE FIJACIÓN DE PRECIOS



Fuente: Cuadro No. 54

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

f) Existencia de Plan de Distribución y Publicidad en la empresa

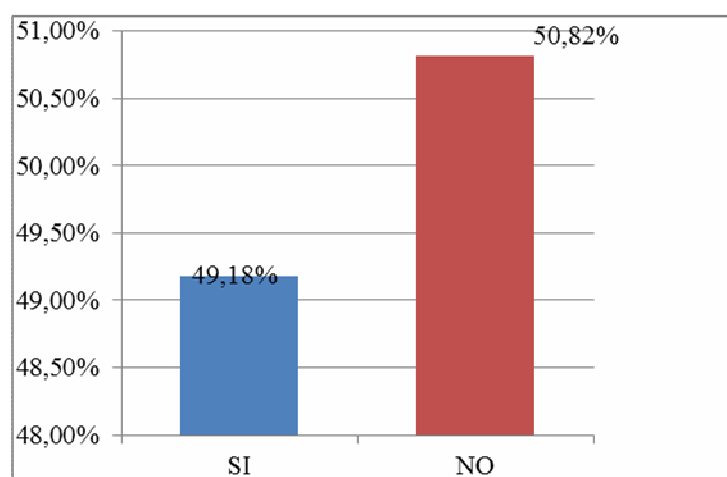
De acuerdo a las empresas encuestadas, existe una tendencia ligeramente menor a que la empresa no mantenga un plan de distribución y publicidad, como se demuestra a continuación:

CUADRO No. 55**EXISTENCIA DE PLAN DE DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD**

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
SI	30	49,18%
NO	31	50,82%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 49**EXISTENCIA DE PLAN DE DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD**

Fuente: Cuadro No. 55

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

g) Ejes del plan de promoción y publicidad

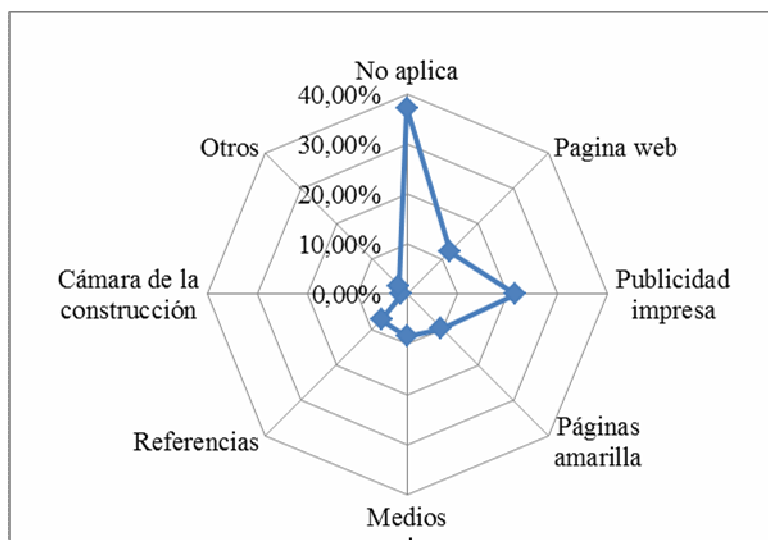
De acuerdo a la consulta efectuada se identificó que existen varios aspectos que determinan los medios para promocionar el producto, sin embargo el 37,35 por ciento informa no tener ningún plan de promoción y publicidad, el 21,69 indica ofrecer el producto mediante publicidad impresa y el 12,05 por ciento utiliza la página web.

CUADRO No. 56**EJES DEL PLAN DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD**

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
No aplica	31	37,35%
Publicidad impresa	18	21,69%
Página web	10	12,05%
Páginas amarilla	8	9,64%
Medios masivos	7	8,43%
Referencias	6	7,23%
Cámara de la construcción	1	1,20%
Otros	2	2,41%
TOTAL	83	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 50**EJES DEL PLAN DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD**

Fuente: Cuadro No. 56

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

h) Periodicidad con la cual se realizan las investigaciones de mercado

En base a los resultados obtenidos, se identificó que el 50,82 por ciento de las empresas encuestadas no realizan ningún tipo de investigación, el 22,95 indica realizar anualmente un estudio y el 19,67 por ciento semestralmente.

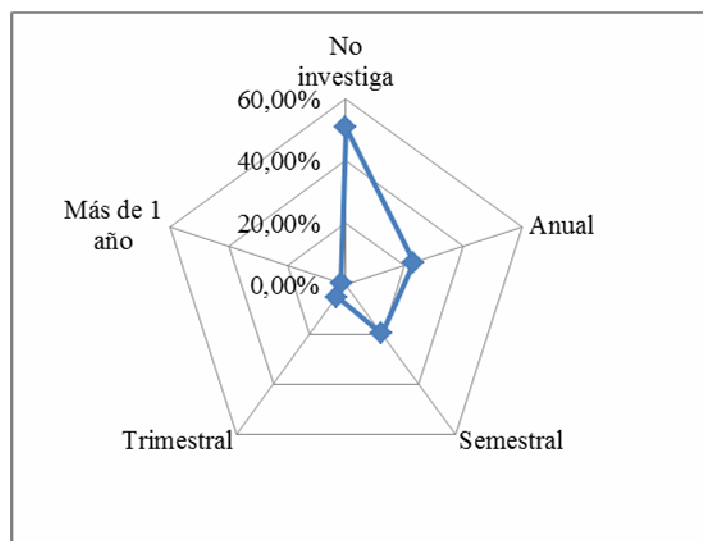
CUADRO No. 57
PERIODICIDAD DEL PLAN DE MERCADEO

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
No investiga	31	50,82%
Anual	14	22,95%
Semestral	12	19,67%
Trimestral	3	4,92%
Más de 1 año	1	1,64%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 51
PERIODICIDAD DEL PLAN DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD



Fuente: Cuadro No. 57

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

i) Controles empleados para evaluar el cumplimiento del Plan de Mercadeo

De acuerdo a las empresas encuestadas, el principal control que las empresas emplean para ir evaluando el cumplimiento del plan de mercadeo es el “análisis de datos”, es decir en base a los resultados obtenidos, mantiene el 16,13 por ciento de la base total de encuestas realizadas. Sin embargo el 72,58 por ciento informa no realizar ningún tipo de control para evaluar el Plan de Mercadeo.

CUADRO No. 58

CONTROLES PARA EVALUAR EL PLAN DE MERCADO

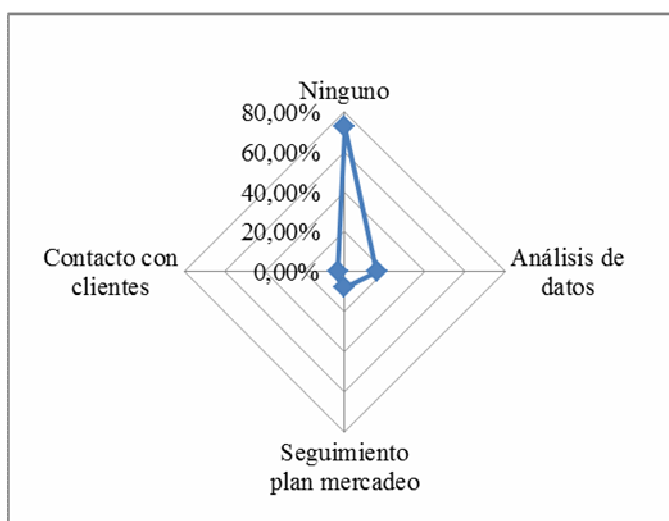
Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
Ninguno	45	72,58%
Análisis de datos	10	16,13%
Seguimiento plan mercadeo	5	8,06%
Contacto con clientes	2	3,23%
TOTAL	62	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 52

CONTROLES PARA EVALUAR EL PLAN DE MERCADO



Fuente: Cuadro No. 58

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

j) Servicios de postventa que presta la empresa al cliente

Por la naturaleza de los productos fabricados dentro del Subsector CIU C25, informan que la asistencia técnica postventa es el servicio que presta la empresa al cliente, este servicio está representado por el 71,64 por ciento.

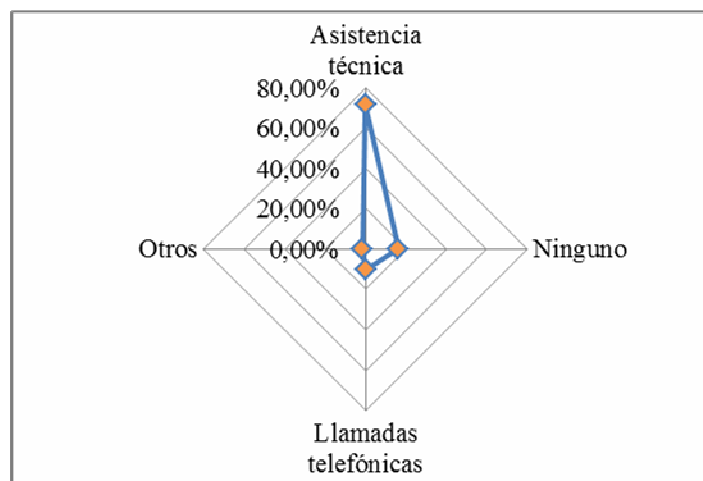
CUADRO No. 59
SERVICIOS DE POSTVENTA

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
Asistencia técnica	48	71,64%
Ninguno	11	16,42%
Llamadas telefónicas	7	10,45%
Otros	1	1,49%
TOTAL	67	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 53
SERVICIOS DE POSTVENTA



Fuente: Cuadro No. 59

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

k) Porcentaje de cumplimiento de la empresa con sus clientes

Los resultados obtenidos en esta pregunta demuestran que la totalidad de las empresas analizadas mantienen un alto porcentaje de cumplimiento, estos resultados están entre el 81,00 y 100,00 por ciento. Ninguna empresa indica tener menos del 80,00 por ciento en cumplimiento.

CUADRO No. 60

PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO CON LOS CLIENTES

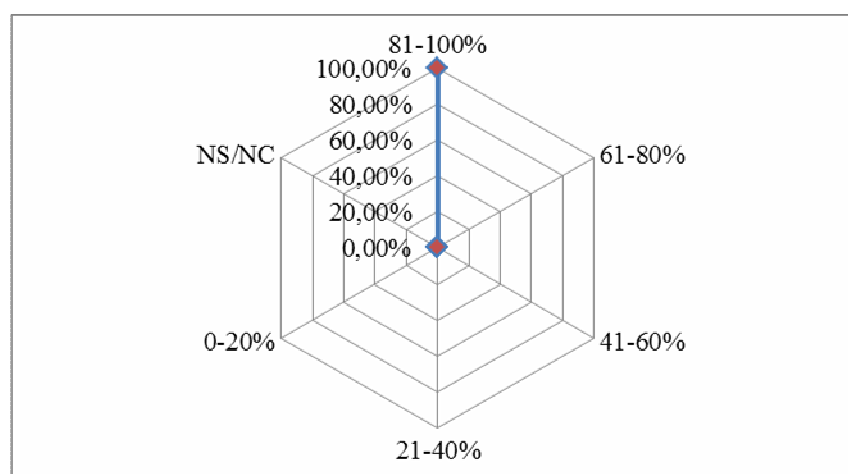
Rango	No. Respuestas	Porcentaje
81 – 100%	61	100,00%
61 – 80%	0	0,00%
41 – 60%	0	0,00%
21 – 40%	0	0,00%
0 – 20%	0	0,00%
NS/NC	0	0,00%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMES

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 54

PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO CON LOS CLIENTES



Fuente: Cuadro No. 60

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

l) Porcentaje de cumplimiento de proveedores nacionales e internacionales con la empresa

De acuerdo a los resultados de la investigación, se mantiene un buen porcentaje de cumplimiento tanto de los proveedores nacionales como los internacionales. Cabe mencionar que existe un alto nivel de empresas que no mantienen proveedores del exterior, así como se muestra a continuación.

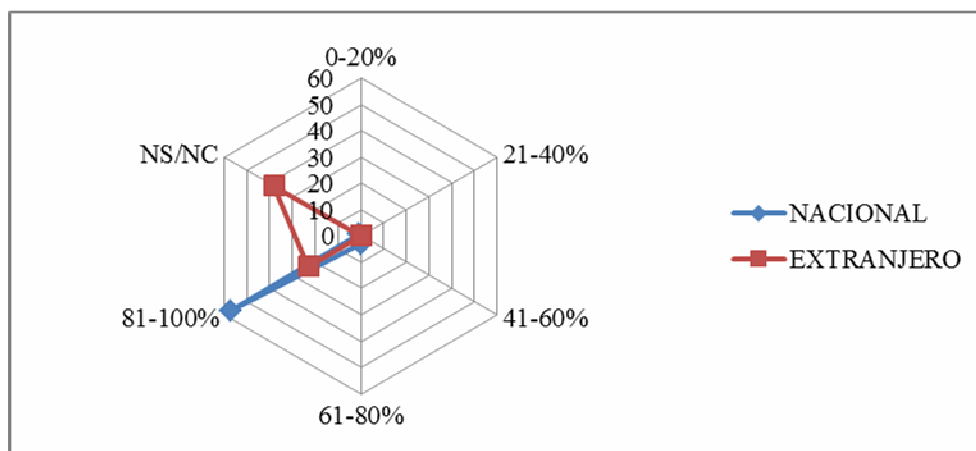
CUADRO No. 61
PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO DE PROVEEDORES CON LA EMPRESA

RANGO	NACIONALES	EXTRANJEROS
0-20%	0	0
21-40%	0	0
41-60%	0	0
61-80%	3	0
81-100%	57	23
NS/NC	1	38
TOTAL	61	61

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 55
PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO DE PROVEEDORES CON LA
EMPRESA



Fuente: Cuadro No. 61

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

4.3 SECCIÓN 3: APERTURA COMERCIAL

a) Exportaciones y su destino

La mayor parte de la muestra seleccionada no realiza exportación, puesto que el 95,08 por ciento ha respondido que no exporta. Las empresas que exportan lo realizan a países como; Colombia, Perú y Estados Unidos.

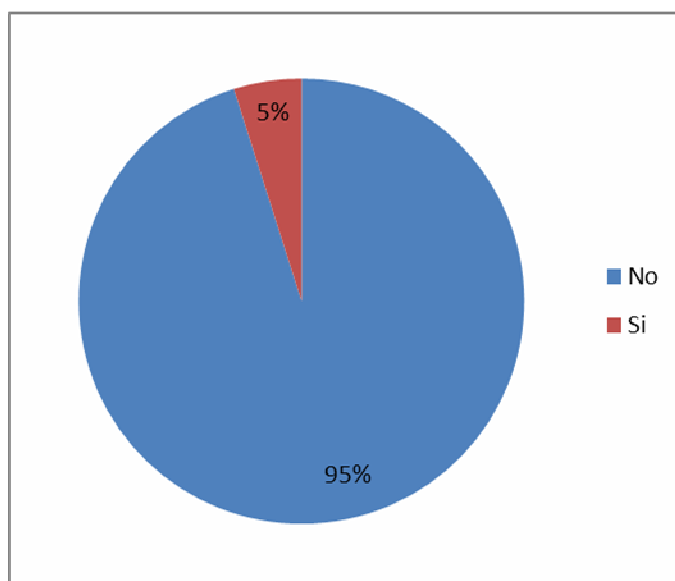
CUADRO No. 62
REALIZA EXPORTACIONES

Exportaciones	No. Respuestas	Porcentaje
No	58	95,08%
Si	3	4,92%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 56
REALIZA EXPORTACIONES



Fuente: Cuadro No. 62

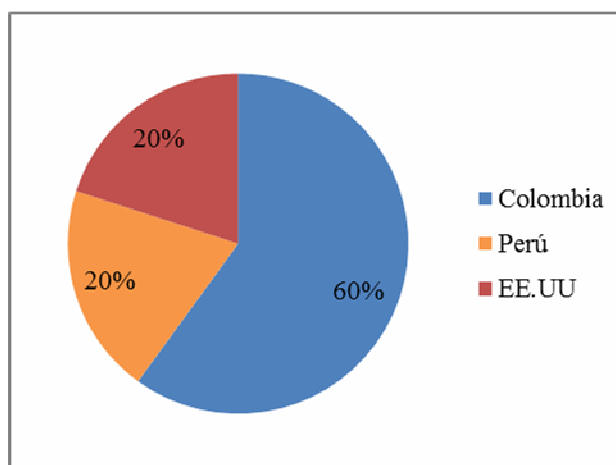
Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

CUADRO No. 63
DESTINO

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
Colombia	3	60,00%
Perú	1	20,00%
EE.UU	1	20,00%
TOTAL	5	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 57**DESTINO**

Fuente: Cuadro No. 63

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

b) Forma de realizar las exportaciones

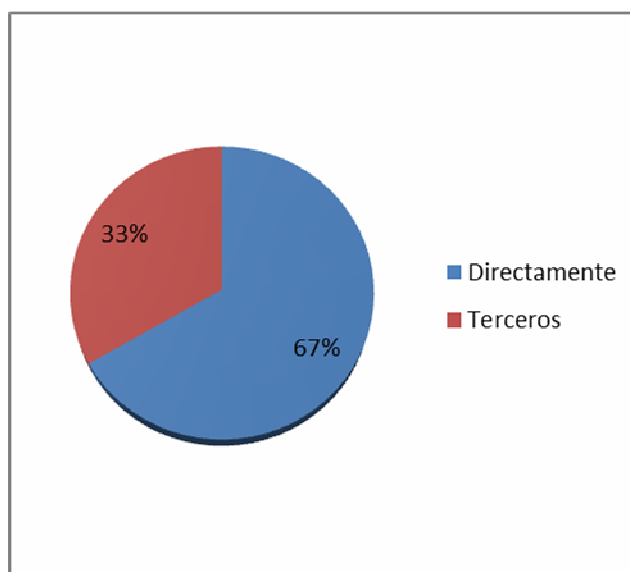
Existen 3 empresas que realizan exportaciones, de las cuales 2 de estas indican que la exportación la realizan directamente, es decir, sin intermediarios; mientras que la otra empresa genera la exportación por medio de un intermediario.

CUADRO No. 64**FORMA DE REALIZAR EXPORTACIONES**

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
Directamente	2	66,67%
Terceros	1	33,33%
TOTAL	3	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 58**FORMA DE REALIZAR EXPORTACIONES**

Fuente: Cuadro No. 64

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

c) Registro de exportador

Dicha pregunta se realizó a las empresas que si exportan, de las tres empresas que exportan, dos mantiene registro de exportador. Como se muestra a continuación:

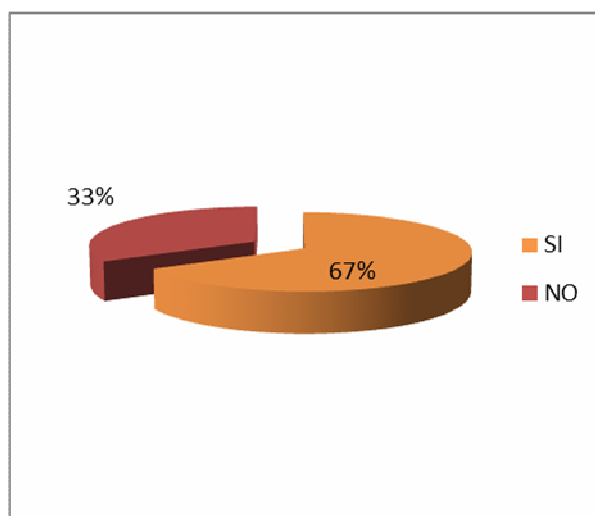
CUADRO No. 65**REGISTRO DE EXPORTADOR**

Descripción	No. Respuesta	Porcentaje
SI	2	66,67%
NO	1	33,33%
TOTAL	3	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 59
REGISTRO DE EXPORTADOR



Fuente: Cuadro No. 65

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

d) Entidad encargada de realizar la certificación del origen para los productos que exporta

De acuerdo al estudio realizado, las entidades encargadas son: Cámara de Industrias y Producción y la Aduana del Ecuador, de acuerdo a lo que se describe en el cuadro a continuación:

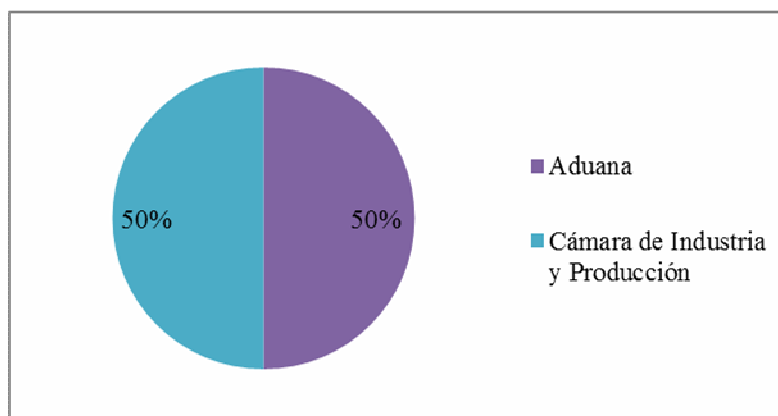
CUADRO No. 66
ENTIDAD QUE CALIFICA EL ORIGEN PARA LOS PRODUCTOS QUE EXPORTA

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
Aduana	3	50,00%
Cámara de Industria y Producción	3	50,00%
TOTAL	6	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 60
ENTIDAD QUE CALIFICA EL ORIGEN PARA LOS PRODUCTOS QUE EXPORTA



Fuente: Cuadro No. 66

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

e) Frecuencia con la que se realiza las exportaciones

De acuerdo a las respuestas obtenidas, las empresas que exportan indican el 33,33 por ciento lo realizan mensualmente y el 66,67 por ciento trimestralmente.

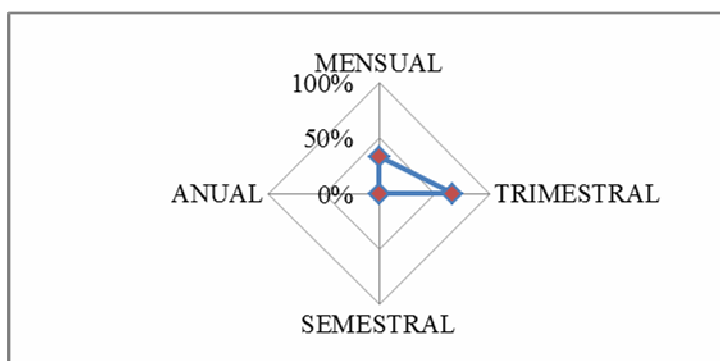
CUADRO No. 67
FRECUENCIA CON LA QUE SE REALIZA LAS EXPORTACIONES

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
MENSUAL	1	33,33%
TRIMESTRAL	2	66,67%
SEMESTRAL	0	0,00%
ANUAL	0	0,00%
TOTAL	3	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 61
FRECUENCIA CON LA QUE SE REALIZA LAS EXPORTACIONES



Fuente: Cuadro No. 67

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

f) Apertura mercados externos.

Por destino:

De acuerdo a los resultados del Trabajo de Campo Proyecto de Investigación PYMEs, las empresas mantienen como expectativas entrar en los mercados de Perú y México.

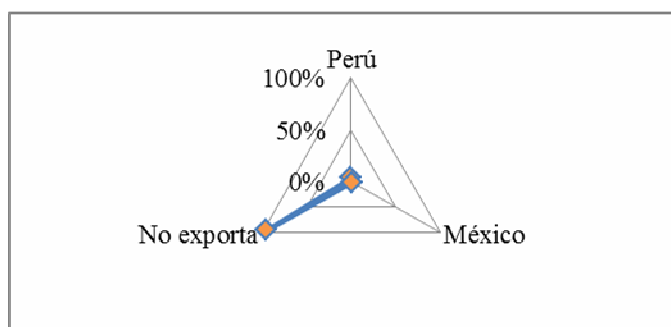
CUADRO No. 68
NUEVOS MERCADOS POR DESTINO

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
Perú	2	3,28%
México	1	1,64%
No exporta	58	95,08%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 62
NUEVOS MERCADOS POR DESTINO



Fuente: Cuadro No. 68

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

Por producto:

Adicionalmente los productos a exportar son los siguientes:

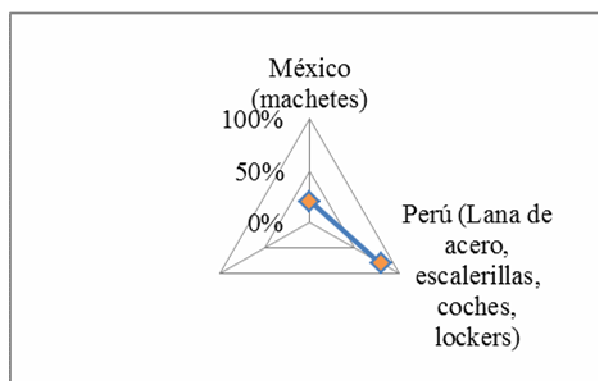
CUADRO No. 69
NUEVOS MERCADOS POR PRODUCTOS

Producto	No. Respuestas	Porcentaje
México (machetes)	1	20,00%
Perú (Lana de acero, escalerillas, coches, lockers)	4	80,00%
TOTAL	5	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 63
NUEVOS MERCADOS POR PRODUCTOS



Fuente: Cuadro No. 69

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

g) Restricciones a las exportaciones

Cabe mencionar que esta pregunta no mantuvo un alto grado de respuestas positivas, ya que las empresas no conocían las restricciones que se presentan para ingresar a nuevos mercados internacionales.

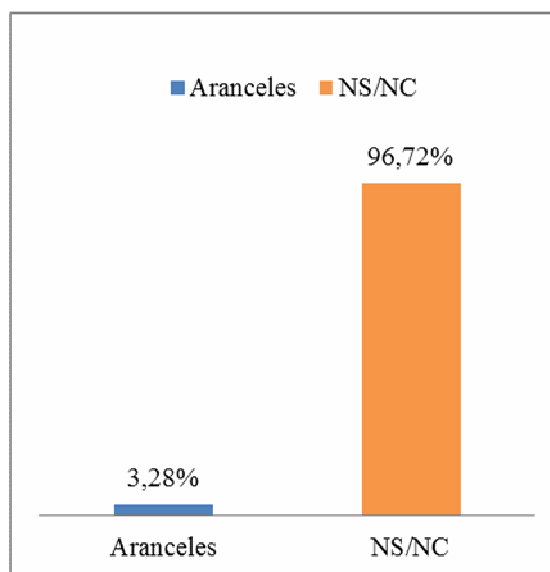
CUADRO No. 70
RESTRICCIONES A LAS EXPORTACIONES

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
Aranceles	2	3,28%
NS/NC	59	96,72%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 64
RESTRICCIONES A LAS EXPORTACIONES



Fuente: Cuadro No. 70

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

h) Porcentaje que los aranceles afectan en la entrada de sus productos a dichos mercados

De acuerdo al estudio realizado, el impacto de los aranceles de exportación sobre el costo total de producción está entre el 0,00 y 10,00 por ciento, como se detalla a continuación:

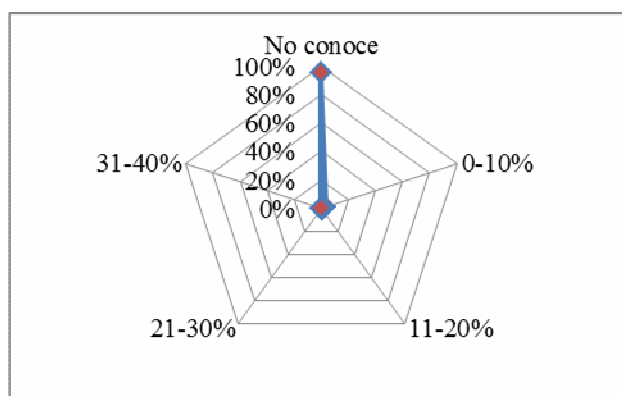
CUADRO No. 71
PORCENTAJE QUE LOS ARANCELES AFECTAN EN LA ENTRADA
PRODUCTOS

Aranceles	No. Respuestas	Porcentaje
No conoce	58	95,08%
0 – 10%	2	3,28%
11 – 20%	1	1,64%
21 – 30%	0	0,00%
31 – 40%	0	0,00%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 65
PORCENTAJE QUE LOS ARANCELES AFECTAN EN LA ENTRADA
PRODUCTOS



Fuente: Cuadro No. 71

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

i) Porcentaje de volumen de la producción exportada

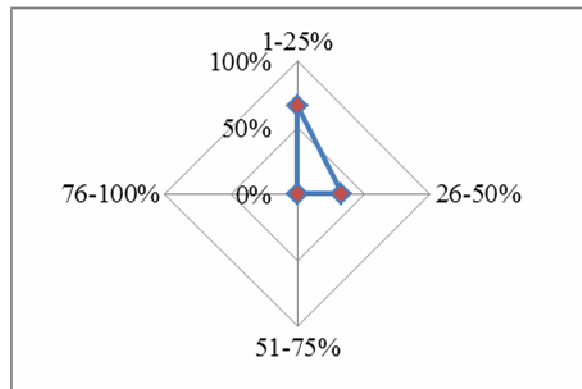
El porcentaje de la producción exportada en todos los casos es menor al 50,00 por ciento, lo que demuestra que las empresas seleccionadas en la muestra destinan su producción al comercio nacional.

CUADRO No. 72**PORCENTAJE DE VOLUMEN DE LA PRODUCCIÓN EXPORTADA**

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
0 - 25%	2	66,67%
26 – 50%	1	33,33%
51 – 75%	0	0,00%
76 – 100%	0	0,00%
TOTAL	3	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 66**PORCENTAJE DE VOLUMEN DE LA PRODUCCIÓN EXPORTADA**

Fuente: Cuadro No. 72

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- j) Materia prima o productos importados para el producto exportable y su peso en el costo del producto.**

La pregunta no fue contestada por la muestra seleccionada, ya que no conoce el porcentaje de la materia prima importada en el total del costo de producción.

k) Porcentaje del producto que utiliza mezcla importada

Se mantuvo la respuesta “No sabe / No conoce” a la respuesta de esta pregunta.

Ninguna de las tres empresas que exporta indica que porcentaje

l) Régimen de importaciones que rige para los insumos, materia prima y productos que compra en el exterior.

De acuerdo a las respuestas obtenidas, las empresas no saben cuál es el régimen de importaciones que rige a los productos importados. De las tres empresas que exportan informan no conocer la respuesta a la pregunta.

m) Impacto de las políticas de exportación fomentadas por el Gobierno

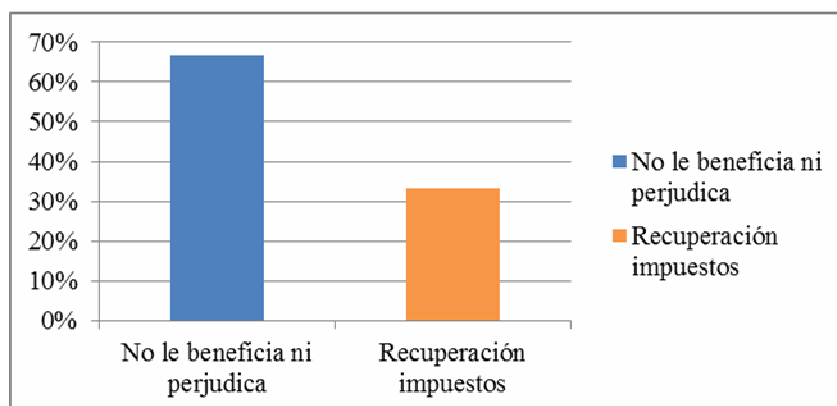
Un beneficio que informó una de las empresas dentro de la investigación, es el tema relacionado con la recuperación de impuestos mediante el crédito tributario, sin embargo, las dos otras empresas indican no percibir ningún beneficio en las políticas de fomento del gobierno.

CUADRO No. 73**POLÍTICAS DE FOMENTO DE EXPORTACIONES**

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
No le beneficia ni perjudica	2	66,67%
Recuperación impuestos	1	33,33%
TOTAL	3	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 67**POLÍTICAS DE FOMENTO DE EXPORTACIONES**

Fuente: Cuadro No. 73

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

n) Competidores locales que se dedican a su misma actividad en los mercados que exporta

De las tres empresas que exportan dos de estas indican existen 5 empresas competidoras, la otra empresa indica no conocer si tiene competidores que exporten.

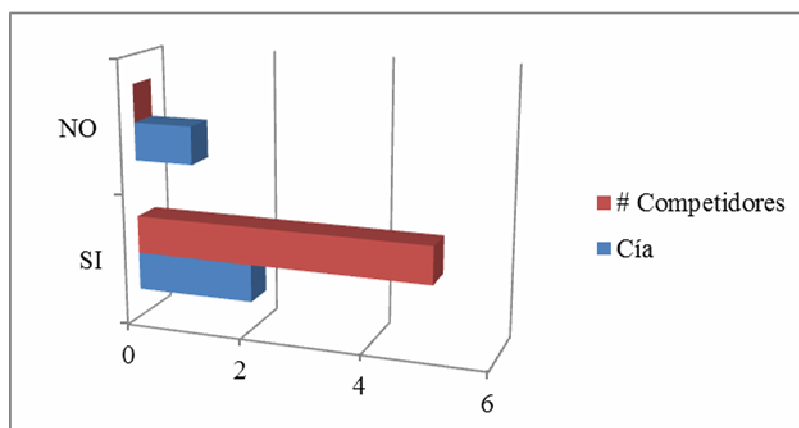
CUADRO No. 74**COMPETIDORES LOCALES**

Descripción	No. Respuestas	# Competidores
SI	2	5
NO	1	0
TOTAL	3	

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 68
COMPETIDORES LOCALES



Fuente: Cuadro No. 74

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

o) Pares comerciales con los que mantiene relaciones comerciales en el exterior

El 100,00 por ciento de las empresas no conocen pares comerciales con los que se mantengan relaciones comerciales en el exterior.

4.4 SECCIÓN 4: GOBIERNO

a) Incentivos ofrecidos por el Gobierno para la creación de PYMEs

De acuerdo al estudio realizado, el incentivo que las empresas perciben en un porcentaje mayor son los préstamos o créditos que son entregados para apoyar la iniciativa y la formación de nuevos proyectos. A continuación se detalla los resultados:

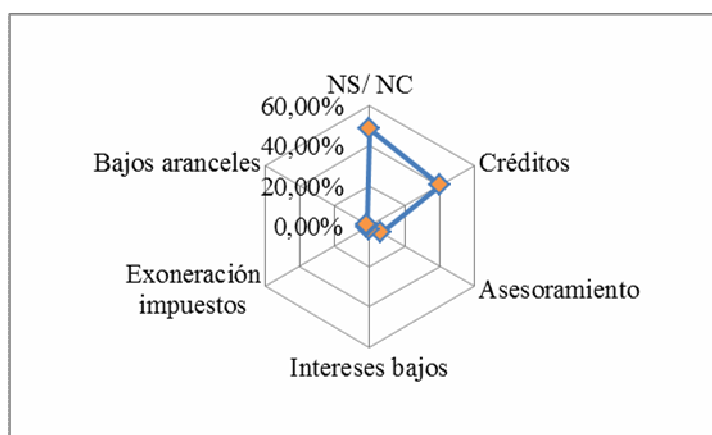
CUADRO No. 75
INCENTIVOS OFRECIDOS POR EL GOBIERNO

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
NS/ NC	30	48,39%
Créditos	25	40,32%
Asesoramiento	4	6,45%
Intereses bajos	1	1,61%
Exoneración impuestos	1	1,61%
Bajos aranceles	1	1,61%
TOTAL	62	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 69
INCENTIVOS OFRECIDOS POR EL GOBIERNO



Fuente: Cuadro No. 75

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

b) Mecanismos ofrecidos por el Gobierno para el desarrollo de las PYMEs

El 37,88 por ciento del total de empresas encuestadas afirman no percibir una ayuda del Gobierno para el desarrollo de sus empresas. Sin embargo existe el 18,18 por ciento que percibe apoyo mediante créditos.

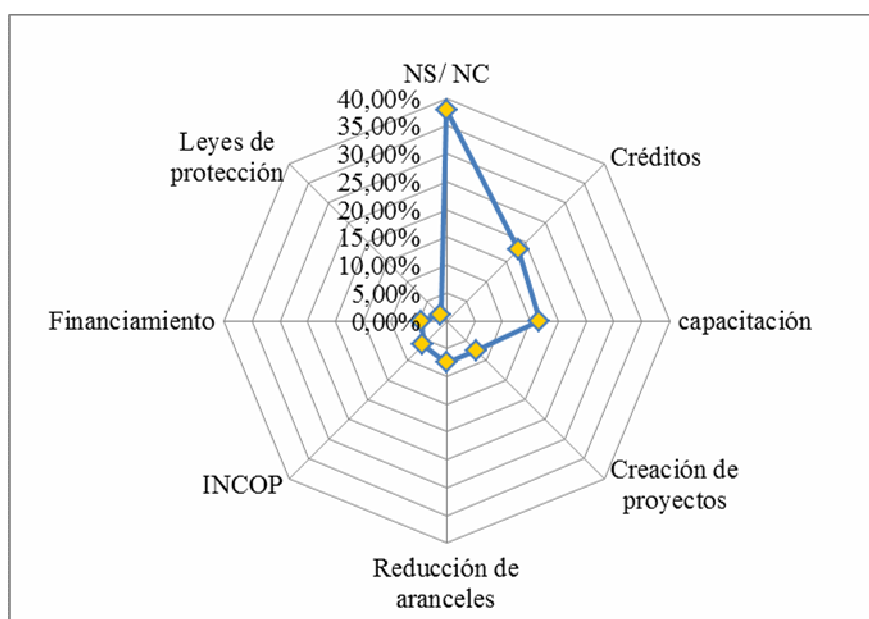
CUADRO No. 76
MECANISMOS DE APOYO DEL GOBIERNO

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
NS/ NC	25	37,88%
Créditos	12	18,18%
Capacitación	11	16,67%
Creación de proyectos	5	7,58%
Reducción de aranceles	5	7,58%
INCOP	4	6,06%
Financiamiento	3	4,55%
Leyes de protección	1	1,52%
TOTAL	66	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 70
MECANISMOS DE APOYO DEL GOBIERNO



Fuente: Cuadro No. 76

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

c) Políticas del Estado

Como se verificó anteriormente, las empresas que forman parte de la muestra concentran su producción en el mercado nacional, por consiguiente la mayor parte de las empresas no han percibido un beneficio por parte del Estado para ayudar a su inserción en el mercado mundial.

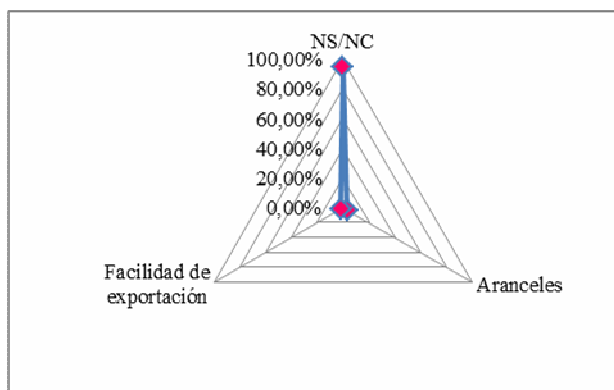
CUADRO No. 77
POLÍTICAS DEL ESTADO

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
NS/NC	58	95,08%
Aranceles	2	3,28%
Facilidad de exportación	1	1,64%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 71
POLÍTICAS DEL ESTADO



Fuente: Cuadro No. 77

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

d) Políticas del Gobierno para mejorar la competitividad del Subsector CIU
C25.

De acuerdo a los resultados obtenidos, las empresas seleccionadas en la muestra no conocen de manera concreta las políticas administradas por el gobierno, y por ende no han percibido un beneficio para el mejoramiento de su competitividad.

CUADRO No. 78

POLÍTICAS DEL GOBIERNO PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD

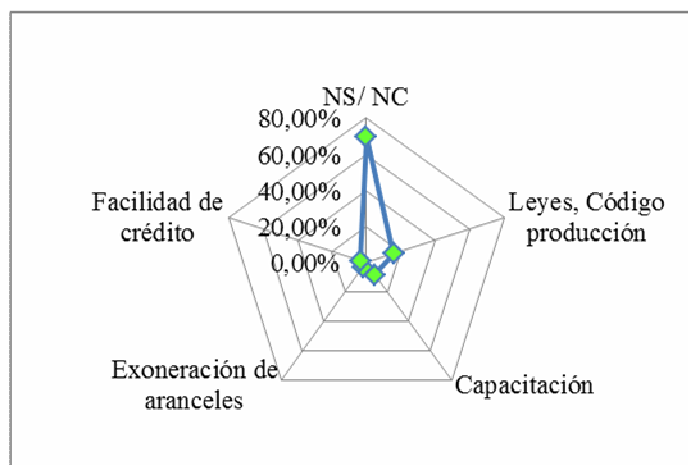
Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
NS/ NC	43	69,35%
Leyes, Código producción	10	16,13%
Capacitación	5	8,06%
Exoneración de aranceles	2	3,23%
Facilidad de crédito	2	3,23%
TOTAL	62	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 72

POLÍTICAS DEL GOBIERNO PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD



Fuente: Cuadro No. 78

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

e) Incidencia de la política tributaria, financiera, laboral, comercio exterior; en el desarrollo de la competitividad de las PYMEs del Subsector CIIU C25

Se encuestó a las empresas sobre la influencia de las decisiones del Gobierno sobre sus operaciones. La mayor parte de las empresas indican no saber ni conocer la incidencia de la política tributaria, financiera, laboral, comercio exterior; en el desarrollo de la competitividad de las PYMEs del Subsector CIIU C25 Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo.

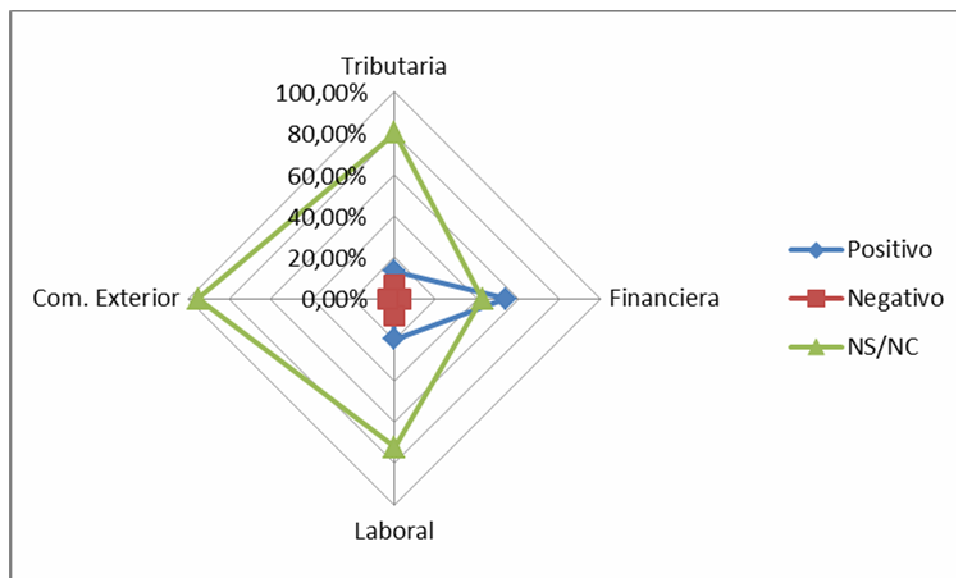
CUADRO No. 79
INCIDENCIA DE LA POLÍTICA TRIBUTARIA, FINANCIERA,
LABORAL Y DE COMERCIO EXTERIOR EN EL DESARROLLO DE LA
COMPETITIVIDAD DE LAS PYMEs

	Positivo	%	Negativo	%	NS/NC	%	TOTAL
Tributaria	8	13,11%	4	6,56%	49	80,33%	61
Financiera	33	54,10%	2	3,28%	26	42,62%	61
Laboral	12	19,67%	5	8,20%	44	72,13%	61
Com. Exterior	1	1,64%	2	3,28%	58	95,08%	61

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 73
INCIDENCIA DE LA POLÍTICA TRIBUTARIA, FINANCIERA,
LABORAL Y DE COMERCIO EXTERIOR EN EL DESARROLLO DE LA
COMPETITIVIDAD DE LAS PYMEs



Fuente: Cuadro No. 79

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

f) Costos de los servicios públicos (energía, agua, telefonía)

El impacto de los servicios públicos sobre el nivel de utilidad de las empresas es bajo, ya que la mayoría de las empresas encuestadas informaron que el porcentaje de impacto es menor al 20,00 por ciento, como se detalla a continuación:

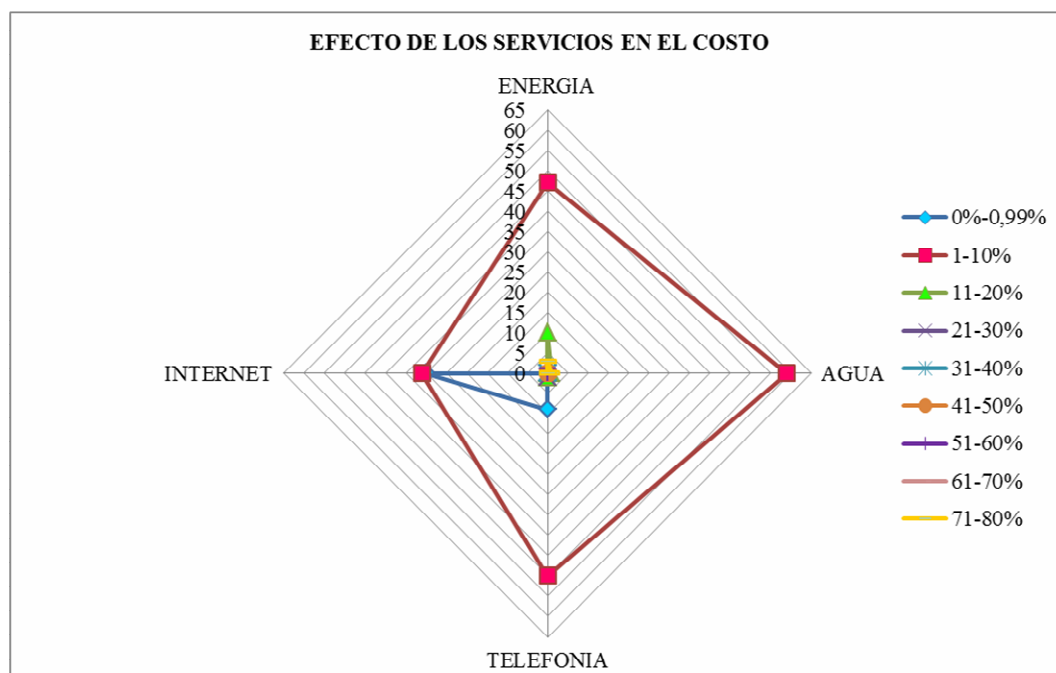
CUADRO No. 80
COSTOS DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS

	Energia	%	Agua	%	Telefonia	%	Internet	%
0%-0,99%	0	0,00%	0	0,00%	9	14,75%	30	49,18%
1-10%	47	77,05%	59	96,72%	50	81,97%	31	50,82%
11-20%	10	16,39%	1	1,64	1	1,64%	0	0,00%
21-30%	0	0,00%	0	0,00%	1	1,64%	0	0,00%
31-40%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
41-50%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
51-60%	1	1,64%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
61-70%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
71-80%	3	4,92	1	1,64%	0	0,00%	0	0,00%
NS/NC	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL	61	100,00%	61	100,00%	61	100,00%	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 74
COSTOS DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS



Fuente: Cuadro No. 80

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

4.5 SECCIÓN 5: DE LAS INSTITUCIONES

a) Vinculación con instituciones públicas

De acuerdo al estudio realizado el 21,97 por ciento de las empresas se encuentran vinculadas principalmente al SRI ya que se ven en la obligación de pagar impuestos. A continuación se detallan las respuestas:

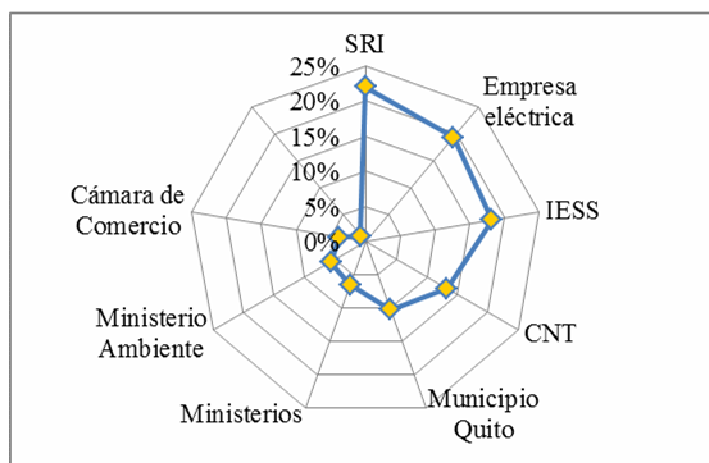
CUADRO No. 81
INSTITUCIONES PÚBLICAS RELACIONADAS

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
SRI	58	21,97%
Empresa Eléctrica Quito	51	19,32%
IESS	48	18,18%
Corporación Nacional de Telecomunicaciones	35	13,26%
Municipio Quito	27	10,23%
Ministerio Laboral	17	6,44%
Ministerio Ambiente	15	5,68%
Cámara de Comercio	10	3,79%
Superintendencia de Compañías	3	1,14%
TOTAL	264	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 75
INSTITUCIONES PÚBLICAS RELACIONADAS



Fuente: Cuadro No. 81

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

b) Satisfacción con la prestación de los servicios de las Instituciones Públicas.

Las empresas encuestadas se encuentran altamente satisfechas con los servicios que reciben en las instituciones públicas, así como se muestra a continuación:

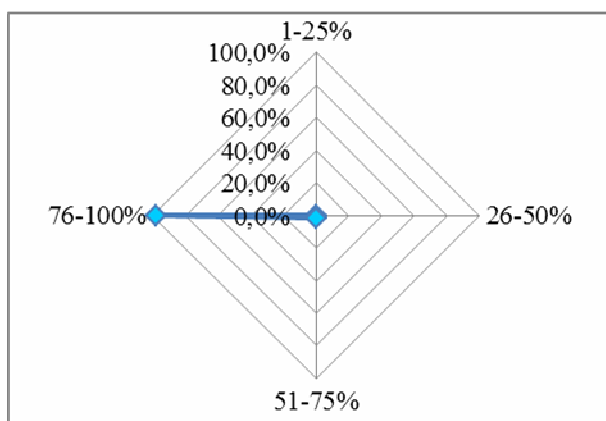
CUADRO No. 82
SATISFACCIÓN CON LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
0 – 25%	0	0,00%
26 – 50%	0	0,00%
51 – 75%	1	1,64%
76 – 100%	60	98,36%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 76
SATISFACCIÓN CON LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS



Fuente: Cuadro No. 82

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

c) Colaboración de las Instituciones Públicas para la existencia de un mercado de libre competencia

La mayor parte de las empresas encuestadas no tienen conocimiento de cómo se ayuda al mercado de libre competencia. Existe un 18,03 por ciento que indica las “compras públicas” es una manera de colaborar con la existencia de un mercado de libre competencia.

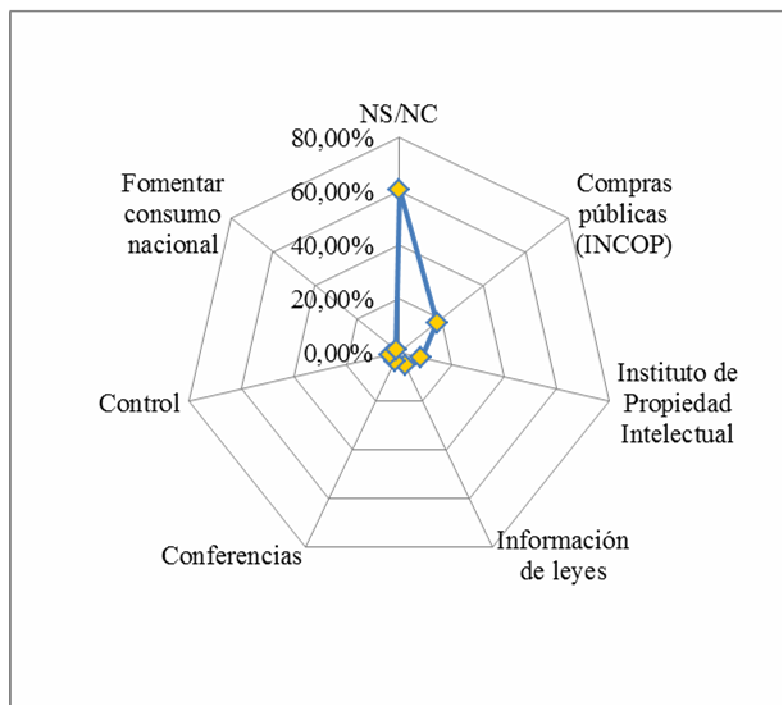
CUADRO No. 83
COLABORACIÓN DE INSTITUCIONES PÚBLICAS PARA
EXISTENCIAS DE UN MERCADO DE LIBRE COMPETENCIA

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
NS/NC	37	60,66%
Compras públicas (INCOP)	11	18,03%
Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual	5	8,20%
Información de leyes	3	4,92%
Conferencias	2	3,28%
Control	2	3,28%
Fomentar consumo nacional	1	1,64%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 77
COLABORACIÓN DE INSTITUCIONES PÚBLICAS PARA
EXISTENCIAS DE UN MERCADO DE LIBRE COMPETENCIA



Fuente: Cuadro No. 83

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

d) Protección de los derechos a la propiedad y a la iniciativa privada.

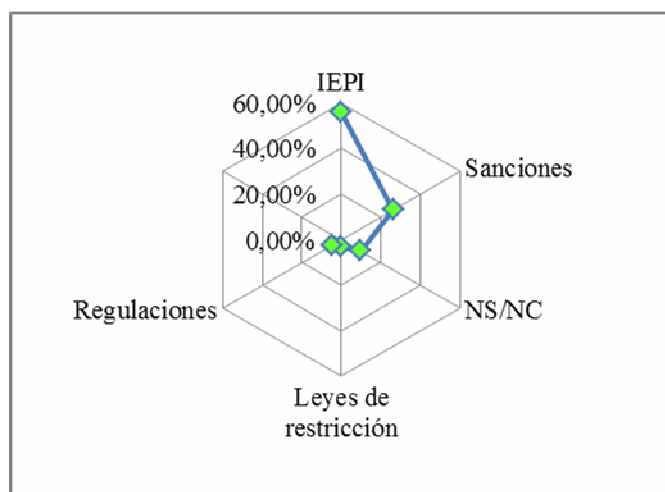
De acuerdo a los resultados de la encuesta, se concluye que las empresas protegen su iniciativa privada mediante la inscripción de patentes en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.

CUADRO No. 84
PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
IEPI	34	55,74%
Sanciones	16	26,23%
NS/NC	6	9,84%
Leyes de restricción	2	3,28%
Regulaciones	3	4,92%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 78**PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD**

Fuente: Cuadro No. 84

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

e) Asociaciones o agremiaciones a las que se encuentran afiliadas.

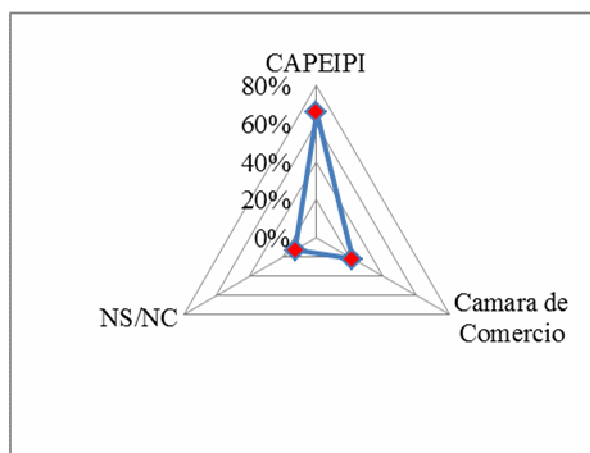
La Cámara de Comercio y la Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de Pichincha, son las asociaciones a las cuales pertenecen en un mayor porcentaje sobre las otras empresas de la muestra analizada, como se describe a continuación:

CUADRO No. 85**ASOCIACIONES A LAS QUE SE ENCUENTRAN AFILIADAS**

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha CAPEIPI	42	65,63%
Cámara de Comercio de Quito	14	21,88%
NS/NC	8	12,50%
TOTAL	64	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 79**ASOCIACIONES A LAS QUE SE ENCUENTRAN AFILIADAS**

Fuente: Cuadro No. 85

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- f) **Manera sobre la cual defienden sus intereses empresariales las asociaciones y agremiaciones a las que pertenece.**

La mayoría de las empresas encuestadas no percibe que sus intereses sean defendidos por las agremiaciones a las que pertenece. En porcentajes menores se presentan asesoría, seminarios, entre otras; como se muestra a continuación:

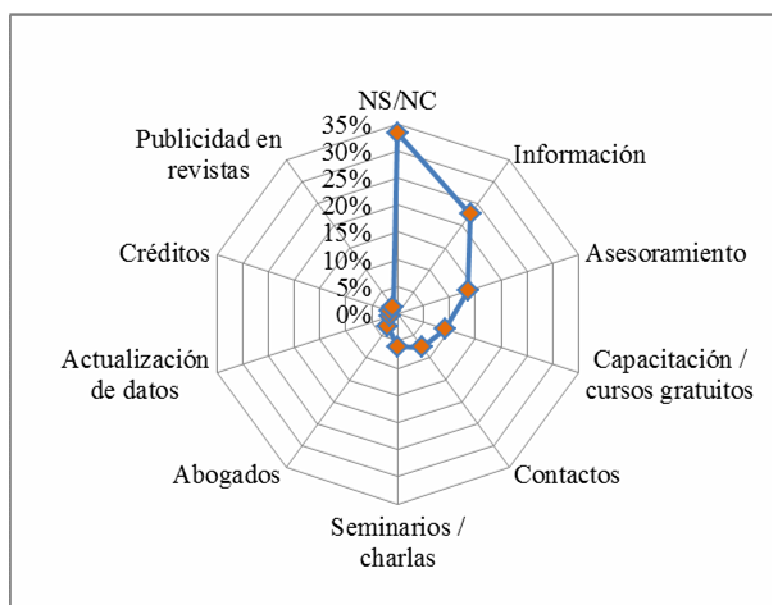
CUADRO No. 86
INTERESES EMPRESARIALES

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
NS/NC	22	33,33%
Información	15	22,73%
Asesoramiento	9	13,64%
Capacitación / cursos gratuitos	6	9,09%
Contactos	5	7,58%
Seminarios / charlas	4	6,06%
Abogados	2	3,03%
Actualización de datos	1	1,52%
Créditos	1	1,52%
Publicidad en revistas	1	1,52%
TOTAL	66	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 80
INTERESES EMPRESARIALES



Fuente: Cuadro No. 86

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

g) Inseguridad y corrupción en el ejercicio de las actividades de la empresa.

La mayoría de las empresas encuestadas contestaron que no existe una influencia significativa de estas dos variables sobre su ejercicio, sin embargo se presentaron respuestas positivas involucrando la corrupción en los trámites y en la inseguridad pública de los locales comerciales.

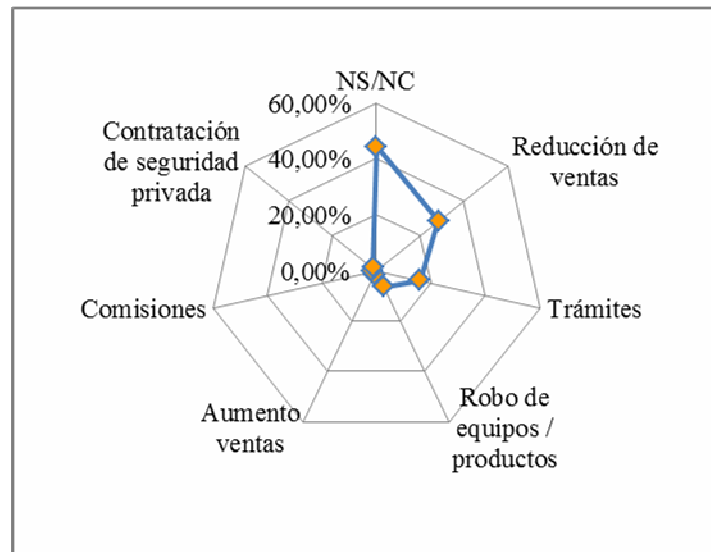
CUADRO No. 87
INSEGURIDAD Y CORRUPCIÓN

Descripción	No. Respuesta	Porcentaje
NS/NC	28	44,44%
Reducción de ventas	18	28,57%
Trámites	10	15,87%
Robo de equipos / productos	4	6,35%
Aumento ventas	1	1,59%
Comisiones	1	1,59%
Contratación Seguridad privada	1	1,59%
TOTAL	63	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 81
INSEGURIDAD Y CORRUPCIÓN



Fuente: Cuadro No. 87

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

4.6 SECCIÓN 6: INFRAESTRUCTURA FÍSICA

a) Calidad y disponibilidad de la Infraestructura Física.

Un mayor porcentaje de las empresas encuestadas opinan que la infraestructura establecida en Quito es muy buena, ya que mantiene en promedio una aceptación más del 80,00 por ciento, así como se presenta en el siguiente detalle de resumen:

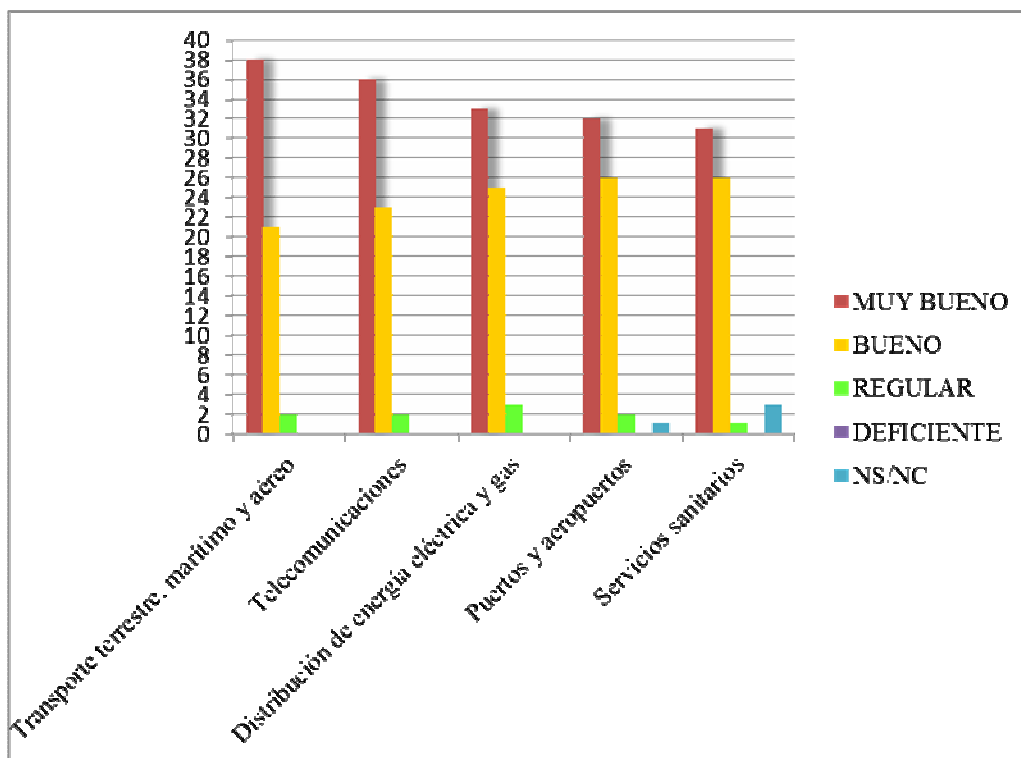
CUADRO No. 88
INFRAESTRUCTURA FÍSICA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

	Transporte terrestre, marítimo y aéreo	Telecomunicaciones	Distribución de energía eléctrica y gas	Puertos y aeropuertos	Servicios sanitarios
MUY BUENO	38	36	33	32	31
BUENO	21	23	25	26	26
REGULAR	2	2	3	2	1
DEFICIENTE	0	0	0	0	0
NS/NC	0	0	0	1	3
TOTAL	61	61	61	61	61

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 82
INFRAESTRUCTURA FÍSICA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO



Fuente: Cuadro No. 88

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

b) Influencia de la infraestructura sobre las actividades de las empresas.

En base a los resultados presentados, existe una importante influencia de la infraestructura sobre las actividades regulares de la empresa en cuanto transporte terrestre y distribución de energía; como se muestra a continuación.

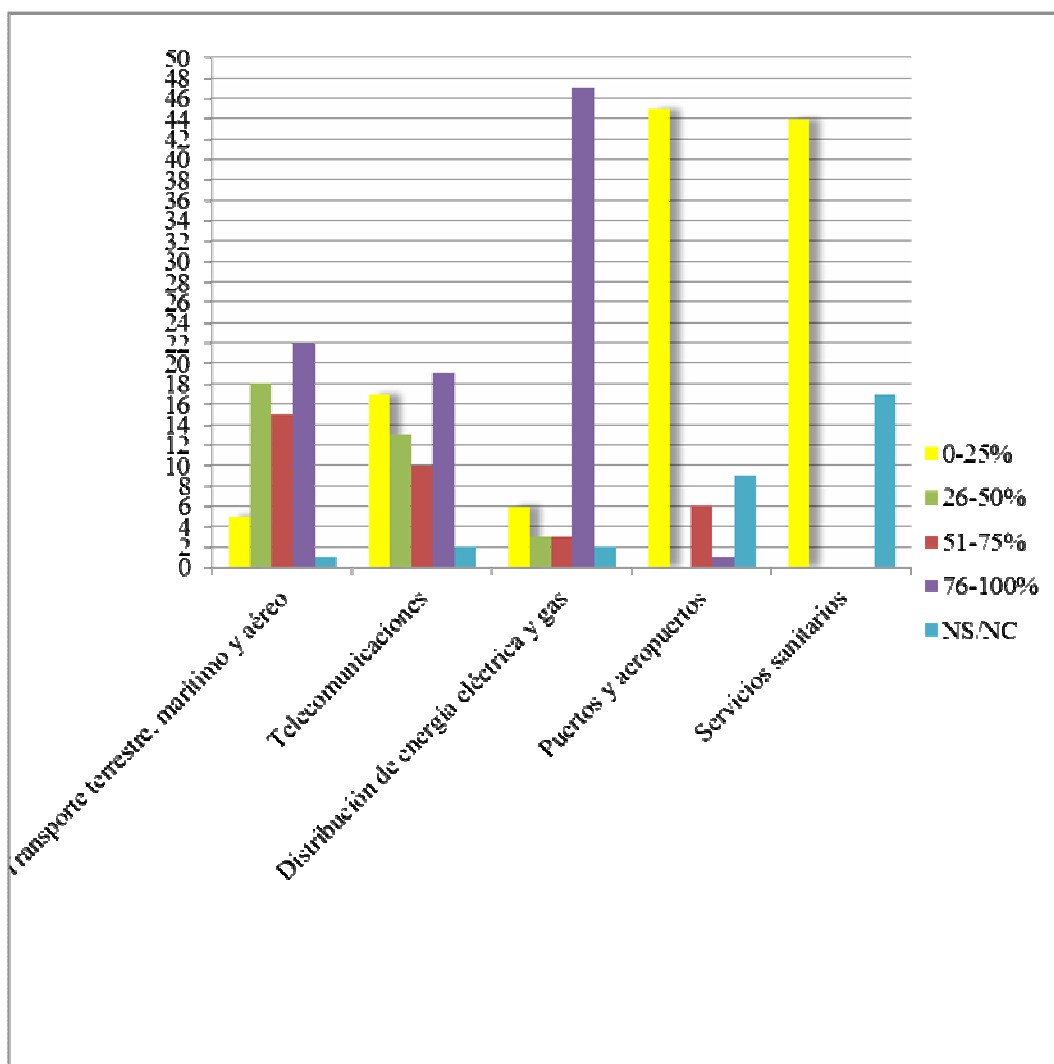
CUADRO No. 89
INFLUENCIA DE LA INFRAESTRUCTURA

	Transporte terrestre, marítimo y aéreo	Telecomunicaciones	Distribución de energía eléctrica y gas	Puertos y aeropuertos	Servicios sanitarios
0 – 25%	5	17	6	45	44
26 – 50%	15	10	3	6	0
51 – 75%	18	13	3	0	0
76 - 100%	22	19	47	1	0
NS/NC	1	2	2	9	17
TOTAL	61	61	61	61	61

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 83
INFLUENCIA DE LA INFRAESTRUCTURA



Fuente: Cuadro No. 89

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

c) Influencia de la infraestructura sobre la consecución de nuevos mercados.

Para el análisis de ésta pregunta se identificó que la mayor parte de la muestra (más del 50,00 por ciento) analizada no conoce del porcentaje que influiría la infraestructura pública para ingresar a un nuevo mercado.

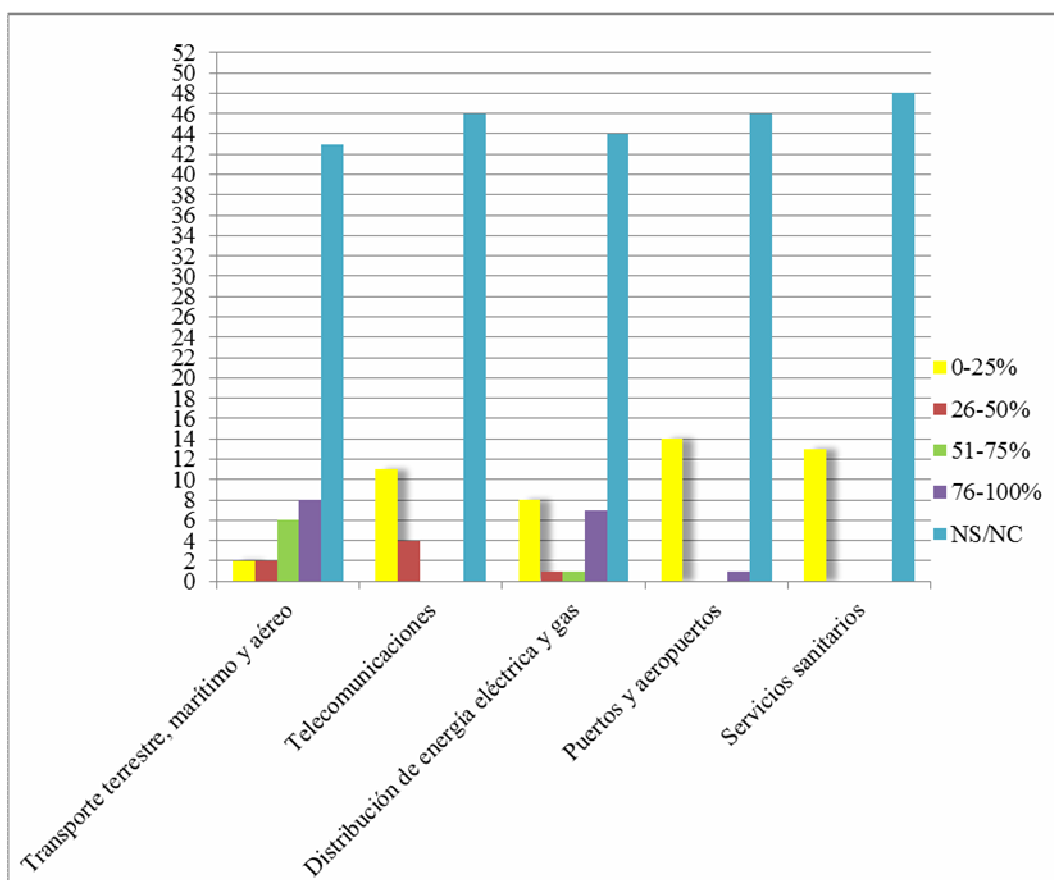
CUADRO No. 90
INFLUENCIA LA INFRAESTRUCTURA PARA LA CONSECUCCIÓN DE
NUEVOS MERCADOS

	Transporte terrestre, marítimo y aéreo	Telecomunicaciones	Distribución de energía eléctrica y gas	Puertos y aeropuertos	Servicios sanitarios
0 – 25%	2	11	8	14	13
26 – 50%	2	4	1	0	0
51 – 75%	6	0	1	0	0
76 – 100%	8	0	7	1	0
NS/NC	43	46	44	46	48
TOTAL	61	61	61	61	61

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 84
INFLUENCIA LA INFRAESTRUCTURA PARA LA CONSECUCCIÓN DE
NUEVOS MERCADOS



Fuente: Cuadro No. 90

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

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

Se encuestó a las empresas sobre su colaboración en la infraestructura pública por parte de transporte, telecomunicaciones distribución de energía, puertos y aeropuertos y sanitarios, en donde se mantuvo las siguientes respuestas:

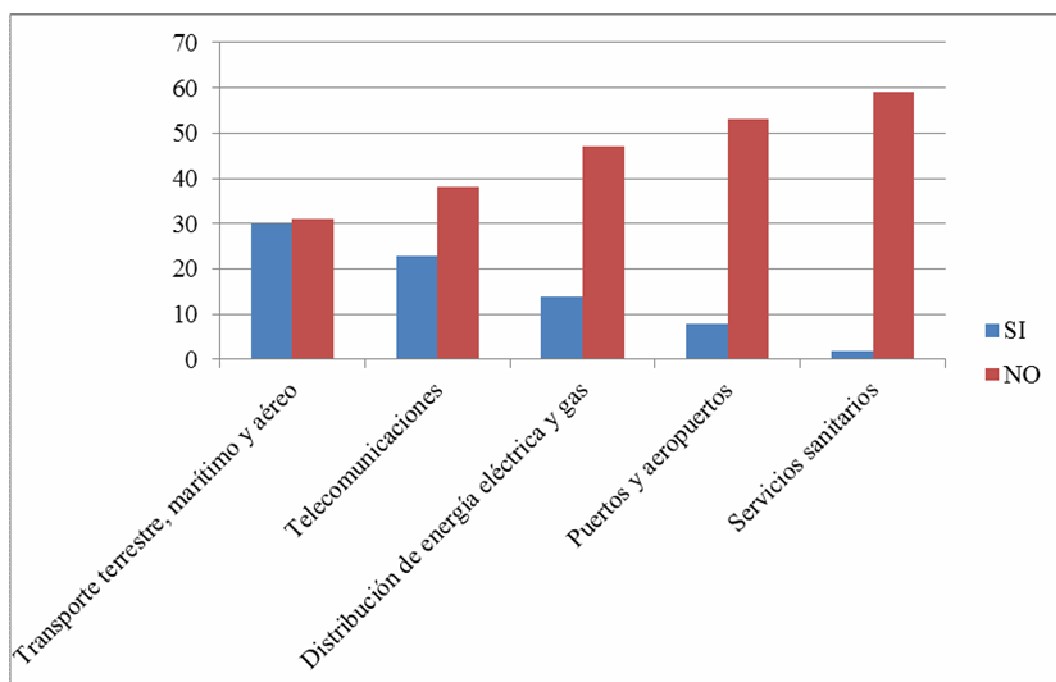
CUADRO No. 91
COLABORACIÓN SECTOR PRIVADO

	Transporte terrestre, marítimo y aéreo	Telecomunicaciones	Distribución de energía eléctrica y gas	Puertos y aeropuertos	Servicios sanitarios
SI	30	23	14	8	2
NO	31	38	47	53	59
TOTAL	61	61	61	61	61

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 85
COLABORACIÓN SECTOR PRIVADO



Fuente: Cuadro No. 91

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

4.7 SECCIÓN 7: MERCADO FINANCIERO

a) Actividades empresariales que se encuentran financiadas con los productos que ofrece el sistema financiero.

De acuerdo a los resultados obtenidos, las empresas encuestadas se encuentran financiadas en un 51,09 por ciento para la compra de maquinaria, lo que significa que la mayoría de las empresas encuestadas adquieren la maquinaria por medio de financiamiento del sistema financiero.

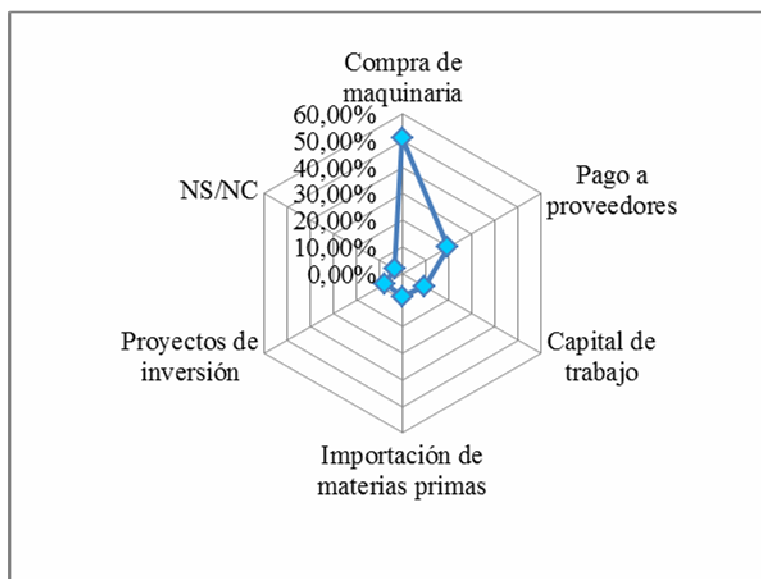
CUADRO No. 92
ACTIVIDADES EMPRESARIALES FINANCIADAS CON EL SISTEMA FINANCIERO

Descripción	No. Respuestas	PORCENTAJE
Compra de maquinaria	47	51,09%
Pago a proveedores	18	19,57%
Capital de trabajo	9	9,78%
Importación de materias primas	8	8,70%
Proyectos de inversión	7	7,61%
NS/NC	3	3,26%
TOTAL	92	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 86
ACTIVIDADES EMPRESARIALES FINANCIADAS CON EL SISTEMA
FINANCIERO



Fuente: Cuadro No. 92

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- b) **Créditos que otorgan las entidades bancarias privadas y que cubren la operación de la empresa.**

De acuerdo al estudio realizado, las empresas de la muestra indican que de los préstamos que le otorga las entidades privadas cubre más del 75,00 por ciento en lo que se refiere al financiamiento de la compra de maquinaria:

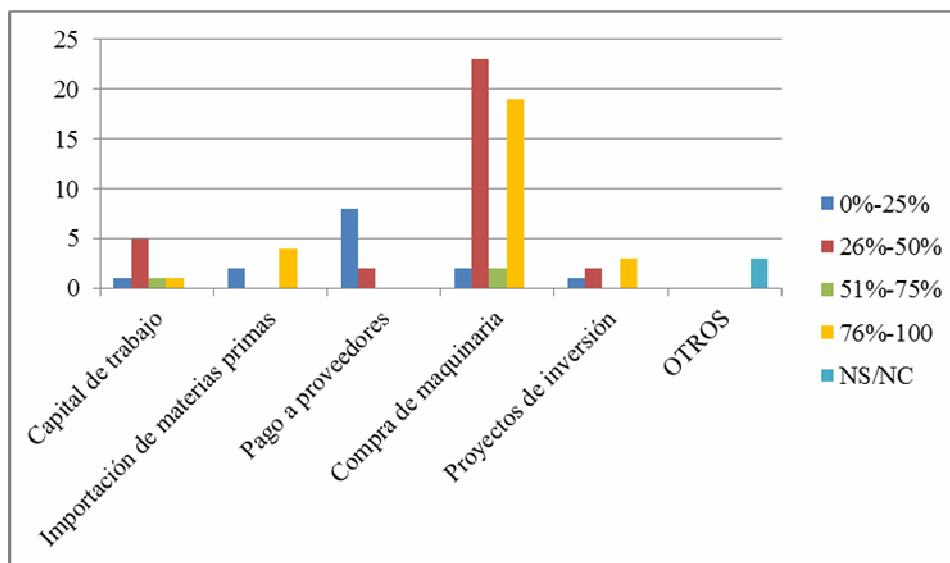
CUADRO No. 93
PORCENTAJE DE FINANCIAMIENTO

	Capital de trabajo	Importación de materias primas	Pago a proveedores	Compra de maquinaria	Proyectos de inversión	OTROS
0 – 25%	1	2	8	2	1	0
26 – 50%	5	0	2	23	2	0
51 – 75%	1	0	0	2	0	0
76 – 100%	1	4	0	19	3	0
NS/NC	0	0	0	0	0	3
TOTAL	8	6	10	46	6	3

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 87
PORCENTAJE DE FINANCIAMIENTO



Fuente: Cuadro No. 93

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

c) Determinación de las necesidades financieras de la empresa.

Las empresas encuestadas, centra su determinación de necesidades financieras en la elaboración de flujos de fondos y de presupuesto en un 36,27 por ciento,

adicionalmente se presenta un 23,53 por ciento en base a la liquidez y rentabilidad los índices financieros. De acuerdo a lo que se resume a continuación:

CUADRO No. 94
NECESIDADES FINANCIERAS DE LA EMPRESA

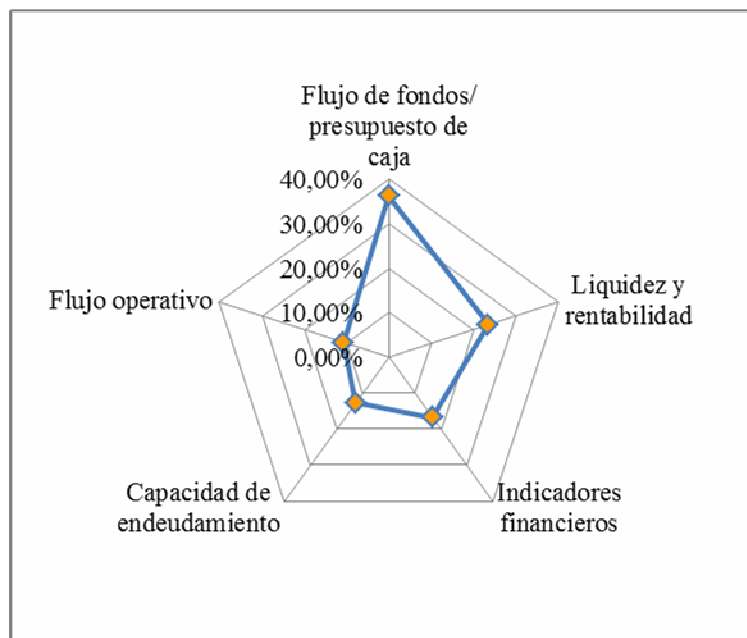
Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
Flujo de fondos/ presupuesto de caja	37	36,27%
Liquidez y rentabilidad	17	23,53%
Indicadores financieros	13	16,67%
Capacidad de endeudamiento	24	12,75%
Flujo operativo	11	10,78%
TOTAL	102	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 88

NECESIDADES FINANCIERAS DE LA EMPRESA



Fuente: Cuadro No. 94

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

d) Actividades que se encuentran cubiertas con préstamos otorgados por la Banca Pública.

De acuerdo a los resultados, se puede concluir que las empresas analizadas recurren en un porcentaje mayor a préstamos de la banca privada, ya que solo 3 empresas indican estar financiadas con la banca pública, como se detalla a continuación:

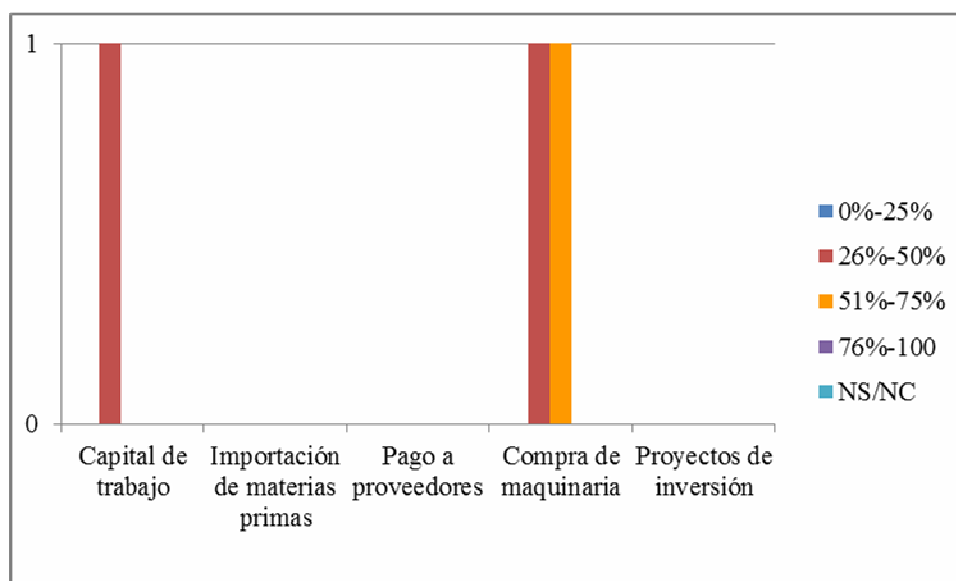
CUADRO No. 95
ACTIVIDADES CUBIERTAS CON PRÉSTAMOS DE LA BANCA PÚBLICA

	% Capital de trabajo	% Importación de materias primas	% Pago a proveedores	% Compra de maquinaria	% Proyectos de inversión
0 – 25%	0	0	0	0	0
26 – 50%	1	0	0	1	0
51 – 75%	0	0	0	1	0
76 – 100%	0	0	0	0	0
NS/NC	0	0	0	0	0
TOTAL	1	0	0	2	0

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 89
ACTIVIDADES CUBIERTAS CON PRÉSTAMOS DE LA BANCA PÚBLICA



Fuente: Cuadro No. 95

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

e) Instituciones que financian en el mercado interno actividades para cambios tecnológicos, reestructuración industrial e investigación y desarrollo.

Como se analizó anteriormente la mayor parte de la muestra analizada manejan los préstamos con la banca privada, dicha tendencia se repite en esta pregunta, manteniendo los siguientes resultados:

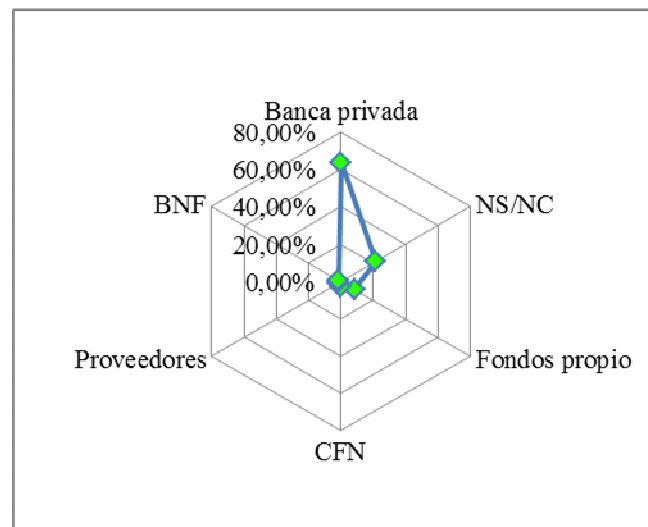
CUADRO No. 96
INSTITUCIONES QUE FINANCIAN CAMBIOS TECNOLÓGICOS,
REESTRUCTURACIÓN INDUSTRIAL E INVESTIGACIÓN Y
DESARROLLO

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
Banca privada	39	63,93%
NS/NC	13	21,31%
Fondos propio	5	8,20%
CFN	2	3,28%
Proveedores	1	1,64%
BNF	1	1,64%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 90
INSTITUCIONES QUE FINANCIAN CAMBIOS TECNOLÓGICOS,
REESTRUCTURACIÓN INDUSTRIAL E INVESTIGACIÓN Y
DESARROLLO



Fuente: Cuadro No. 96

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

4.8 SECCIÓN 8: MERCADO LABORAL

a) Promedio de formación del personal que trabaja en la empresa

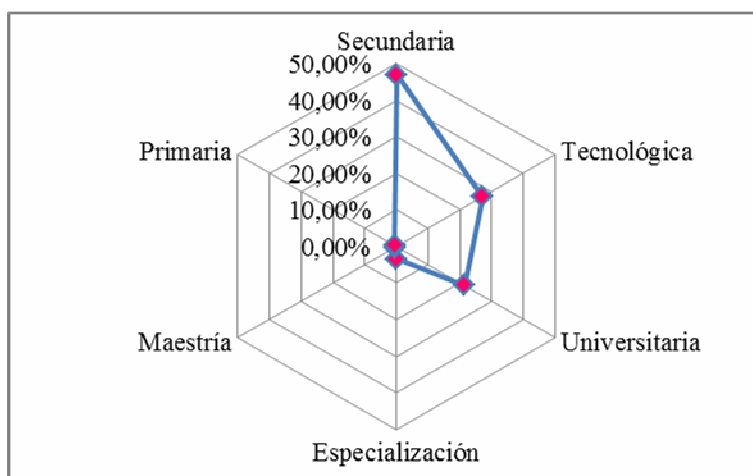
De acuerdo con la encuesta realizada se observa que la educación del personal se encuentra centralizada en la educación secundaria con un 46,95 y tecnológica 27,07 por ciento respectivamente, así como se muestra en el cuadro de resumen que se detalla a continuación:

CUADRO No. 97
PROMEDIO DE FORMACIÓN DEL PERSONAL DE LA COMPAÑÍA

Descripción	Porcentaje
Secundaria	46,95%
Tecnológica	27,07%
Universitaria	21,38%
Especialización	3,51%
Maestría	0,59%
Primaria	0,49%
TOTAL	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 91**PROMEDIO DE FORMACIÓN DEL PERSONAL DE LA COMPAÑÍA**

Fuente: Cuadro No. 97

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

b) Principales destrezas y habilidades del personal de la empresa

Las compañías resaltan el nivel de capacidad de manejo de maquinaria en un 27,55 por ciento. Adicionalmente indican varias destrezas y habilidades como se indica a continuación:

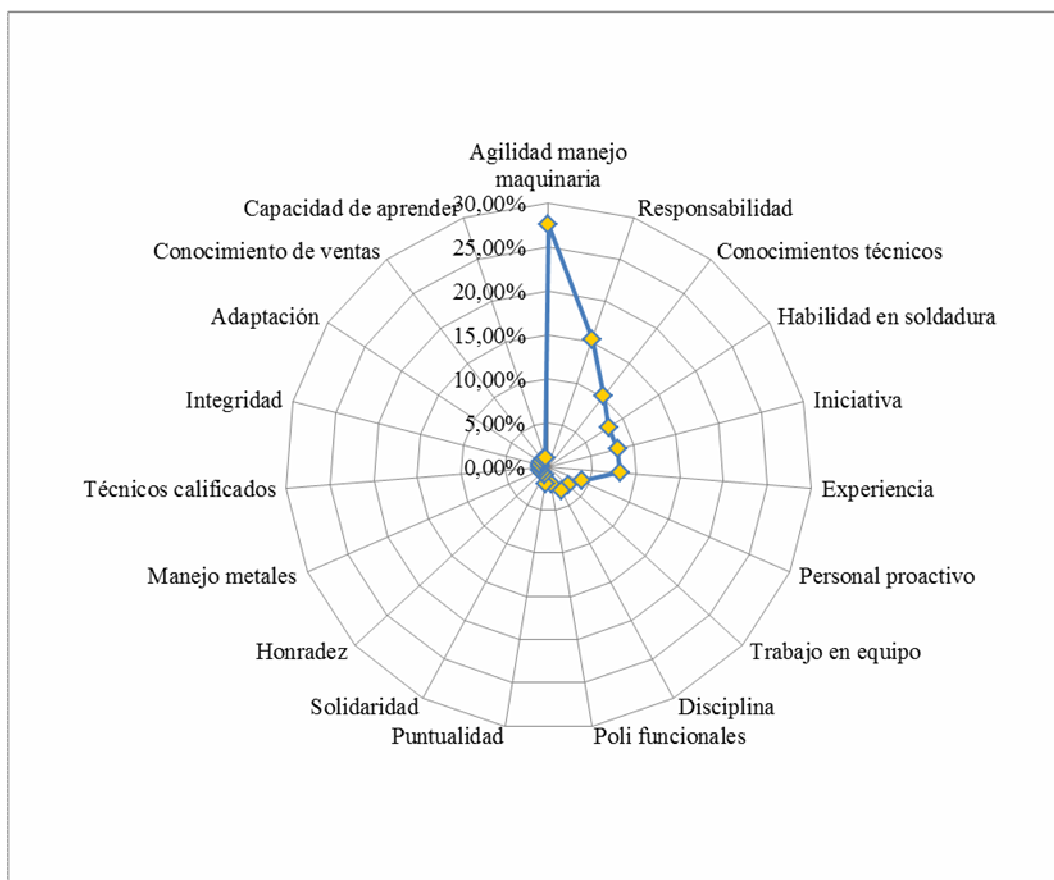
CUADRO No. 98
PRINCIPALES DESTREZAS Y HABILIDADES DEL PERSONAL DE LA
EMPRESA

Descripción	No. de respuesta	Porcentaje
Agilidad manejo maquinaria	27	27,55%
Responsabilidad	15	15,31%
Conocimientos técnicos	10	10,20%
Habilidad en soldadura	8	8,16%
Iniciativa	8	8,16%
Experiencia	8	8,16%
Personal proactivo	4	4,08%
Trabajo en equipo	3	3,06%
Disciplina	3	3,06%
Poli funcionales	2	2,04%
Puntualidad	2	2,04%
Solidaridad	1	1,02%
Honradez	1	1,02%
Manejo metales	1	1,02%
Técnicos calificados	1	1,02%
Integridad	1	1,02%
Adaptación	1	1,02%
Conocimiento de ventas	1	1,02%
Capacidad de aprender	1	1,02%
TOTAL	98	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 92
PRINCIPALES DESTREZAS Y HABILIDADES DEL PERSONAL DE LA
EMPRESA



Fuente: Cuadro No. 98

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

c) Parámetros para la medición de la eficiencia y productividad de su fuerza laboral.

El principal parámetro utilizado para la medición de eficiencia y productividad es el análisis de los indicadores mensuales con un 34,43 por ciento como se indica en el siguiente cuadro:

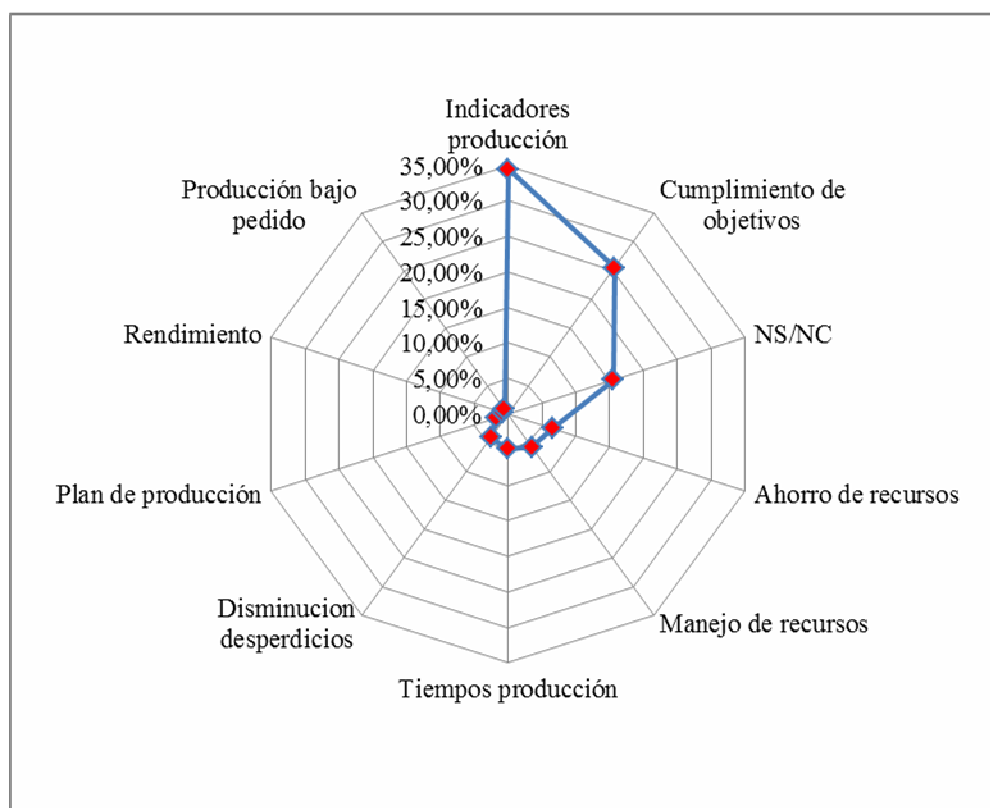
CUADRO No. 99
PARÁMETROS PARA MEDICIÓN DE EFICIENCIA Y
PRODUCTIVIDAD

Descripción	No. respuestas	Porcentaje
Indicadores producción	42	34,43%
Cumplimiento de objetivos	31	25,41%
NS/NC	19	15,57%
Ahorro de recursos	8	6,56%
Manejo de recursos	7	5,74%
Tiempos producción	6	4,92%
Disminución desperdicios	5	4,10%
Plan de producción	2	1,64%
Rendimiento	1	0,82%
Producción bajo pedido	1	0,82%
TOTAL	122	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 93
PARÁMETROS PARA MEDICIÓN DE EFICIENCIA Y
PRODUCTIVIDAD



Fuente: Cuadro No. 99

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

d) Porcentaje de productividad que tiene la fuerza laboral del subsector.

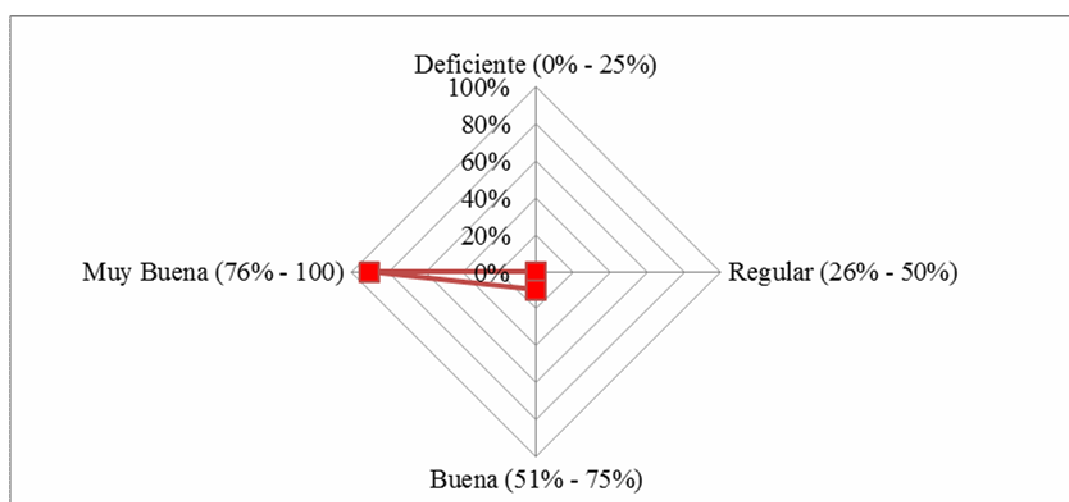
De acuerdo a los resultados presentados, se tiene una expectativa que la productividad del sector de Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo se califica como muy buena con el 90,16 por ciento, los resultados se detallan a continuación:

CUADRO No. 100**NIVEL PRODUCTIVIDAD FUERZA LABORAL DEL SUBSECTOR**

Rango	No. Respuesta	Porcentaje
Deficiente (0 – 25%)	0	0,00%
Regular (26 – 50%)	0	0,00%
Buena (51 – 75%)	6	9,84%
Muy Buena (76 – 100%)	55	90,16%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 94**NIVEL PRODUCTIVIDAD FUERZA LABORAL DEL SUBSECTOR**

Fuente: Cuadro No. 100

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

e) Calificación del nivel de productividad de la empresa

La mayor parte de las compañías analizadas califican su nivel de productividad como muy buena con el 68,85 por ciento y posteriormente se encuentra la calificación de buena con 27,87 por ciento como se indica a continuación:

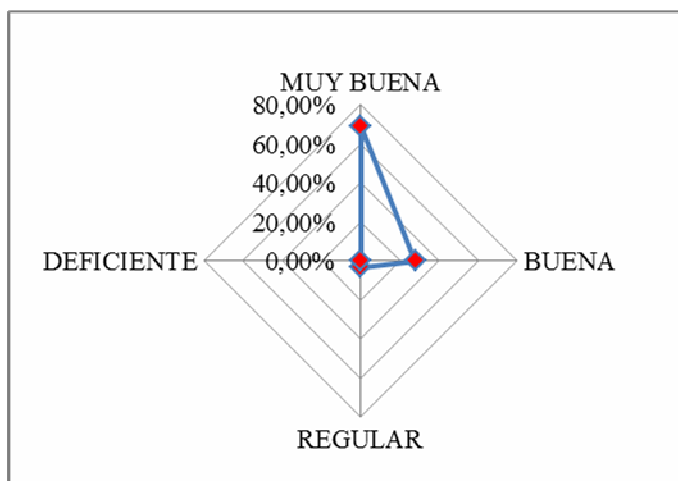
CUADRO No. 101
CALIFICACIÓN DEL NIVEL DE PRODUCTIVIDAD EMPRESA

Descripción	No. respuestas	Porcentaje
MUY BUENA	42	68,85%
BUENA	17	27,87%
REGULAR	2	3,28%
DEFICIENTE	0	0,00%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 95
CALIFICACIÓN DEL NIVEL DE PRODUCTIVIDAD EMPRESA



Fuente: Cuadro No. 101

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

f) Aspectos que estimulan la política salarial

De acuerdo al estudio realizado, la mayor parte de empresas encuestadas se guían en el incremento anual dictado por la ley para realizar sus incrementos anuales, está representado por el 70,49 por ciento como se indica en el cuadro:

CUADRO No. 102
ASPECTOS QUE INSTIMULAN LA POLÍTICA SALARIAL

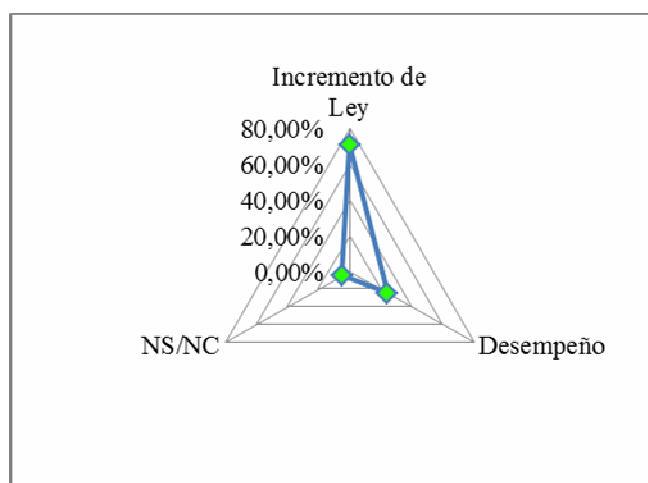
Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
Incremento de Ley	43	70,49%
Desempeño	15	24,59%
NS/NC	3	4,92%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 96

ASPECTOS QUE INSTIMULAN LA POLÍTICA SALARIAL



Fuente: Cuadro No. 102

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

g) Sindicato en la empresa

El 100,00 por ciento de la muestra analizada indica no mantiene un sindicato conformado en la organización.

h) Relación entre patronos y trabajadores

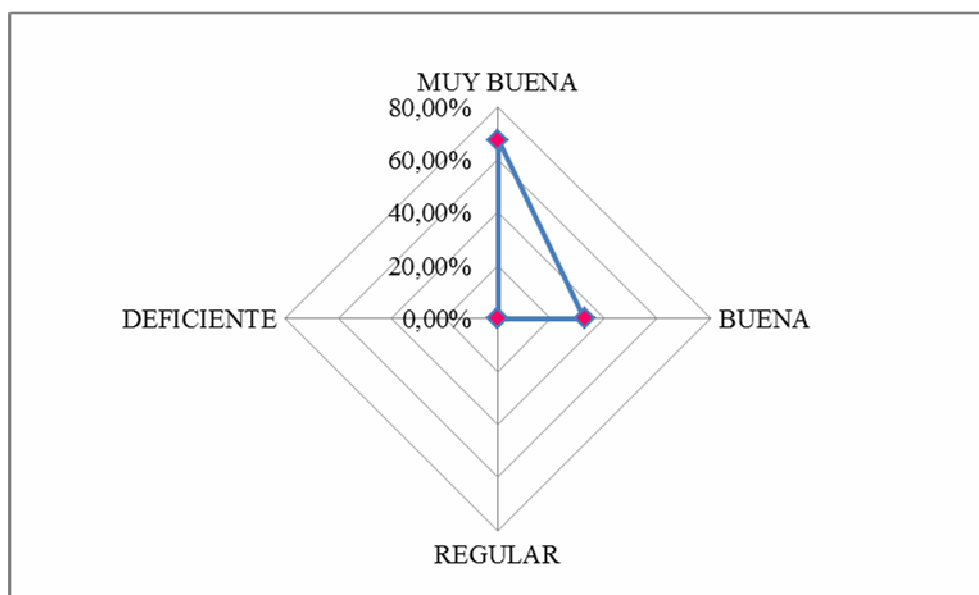
La relación manejada entre trabajadores y patronos es “muy buena”, ya que de acuerdo a los resultados presentados se calificó de la siguiente manera:

CUADRO No. 103
RELACIÓN ENTRE PATRONES Y TRABAJADORES

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
MUY BUENA	41	67,21%
BUENA	20	32,79%
REGULAR	0	0,00%
DEFICIENTE	0	0,00%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 97**RELACIÓN ENTRE PATRONES Y TRABAJADORES**

Fuente: Cuadro No. 103

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

i) Programas de desarrollo personal y profesional que se presentan en la empresa.

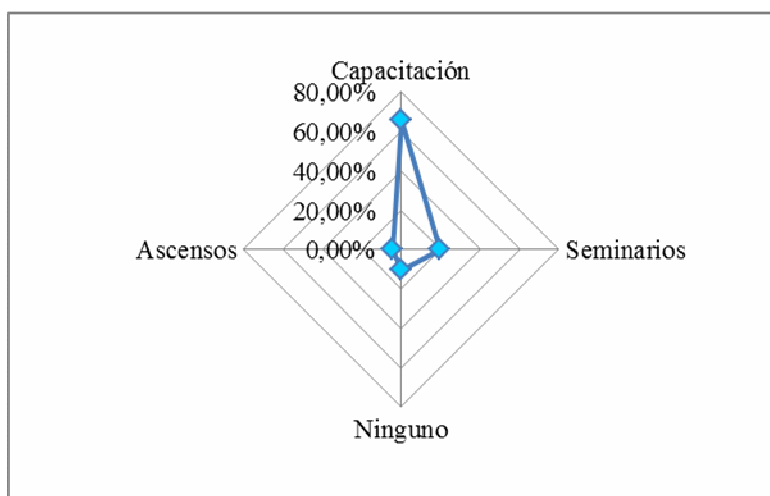
El programa de desarrollo que las compañías usan en un mayor porcentaje es “Capacitación brindada al personal” con un 65,67 por ciento; siguiéndole los seminarios con un 19,40 por ciento como se indica a continuación:

CUADRO No. 104**PROGRAMAS DE DESARROLLO PERSONAL Y PROFESIONAL**

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
Capacitación	44	65,67%
Seminarios	13	19,40%
Ninguno	7	10,45%
Ascensos	3	4,48%
TOTAL	67	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 98**PROGRAMAS DE DESARROLLO PERSONAL Y PROFESIONAL**

Fuente: Cuadro No. 104

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

j) Programas de perfeccionamiento del personal que se presenten en la empresa

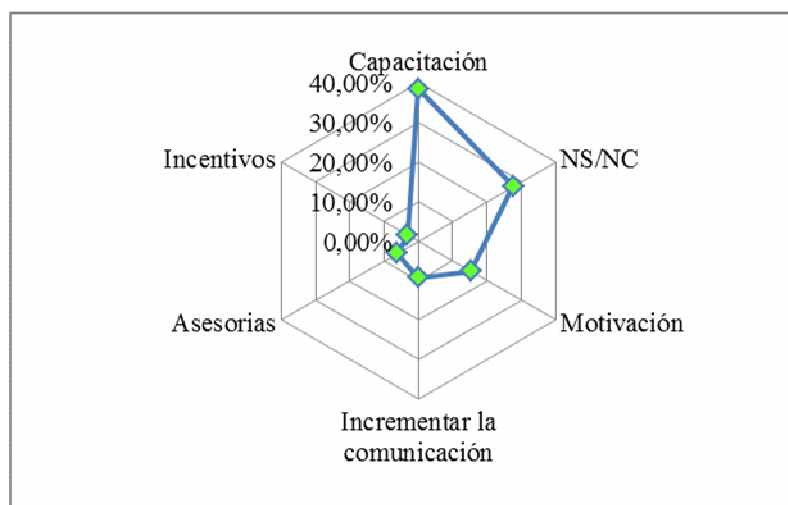
El programa de desarrollo que las compañías usan en un mayor porcentaje como se indicaba anteriormente es la Capacitación brindada al personal con un 38,46 por ciento como indica el cuadro de resultados:

CUADRO No. 105**PROGRAMAS DE PERFECCIONAMIENTO DEL PERSONAL**

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
Capacitación	25	38,46%
NS/NC	18	27,69%
Motivación	10	15,38%
Incrementar la comunicación	6	9,23%
Asesorías	4	6,15%
Incentivos	2	3,08%
TOTAL	65	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 99**PROGRAMAS DE PERFECCIONAMIENTO DEL PERSONAL**

Fuente: Cuadro No. 105

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

k) Influencia de la política laboral del gobierno

Las empresas se basan en los “incrementos anuales” para la determinación de los aumentos salariales anuales, de acuerdo a lo que se detalla a continuación:

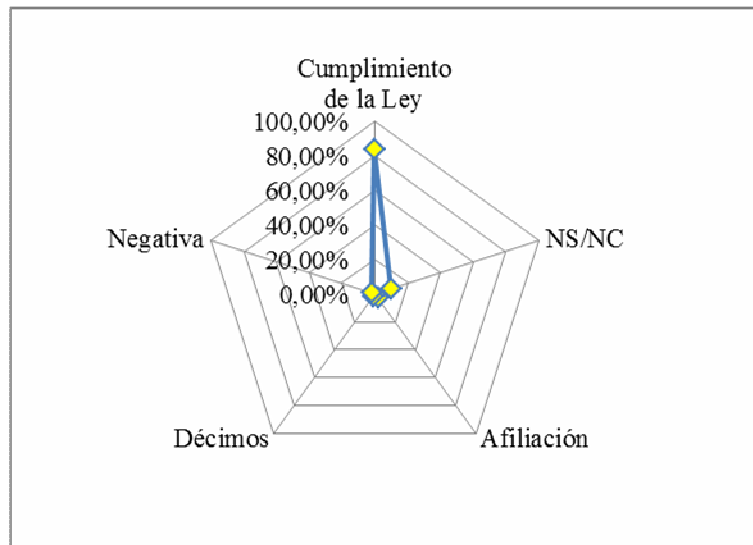
CUADRO No. 106**INFLUENCIA DE LA POLÍTICA LABORAL DEL GOBIERNO**

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
Cumplimiento de la Ley	51	83,61%
NS/NC	6	9,84%
Afiliación	2	3,28%
Décimos	1	1,64%
Negativa	1	1,64%
TOTAL	61	100%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 100
INFLUENCIA DE LA POLÍTICA LABORAL DEL GOBIERNO



Fuente: Cuadro No. 106

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

4.9 SECCIÓN 9: DESARROLLO TECNOLÓGICO

a) Programas de mejoramiento continuo que mantiene vigente la empresa.

Las compañías encuestadas enfocan sus programas de mejoramiento en los procesos de calidad, mediante capacitaciones al personal y optimizando sus recursos, a continuación se detalla el resumen de resultados:

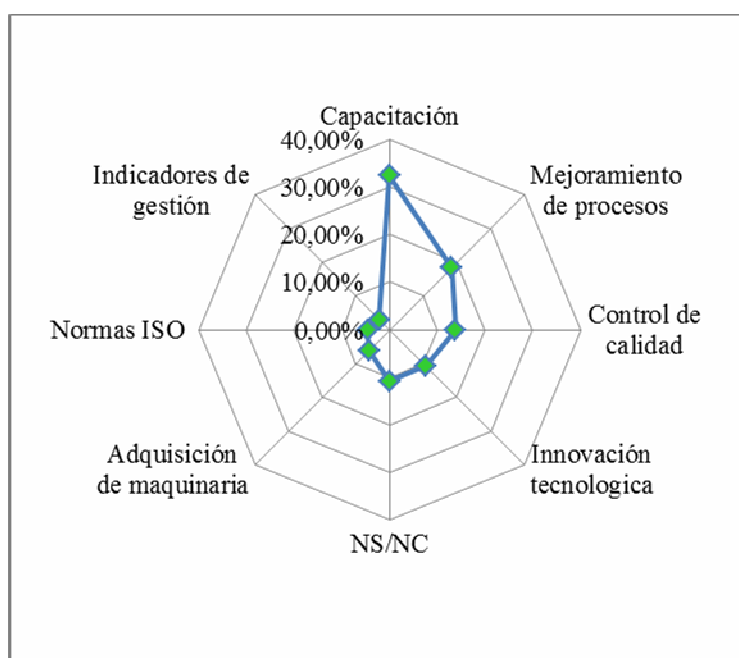
CUADRO No. 107
PROGRAMAS DE MEJORAMIENTO CONTINUO

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
Capacitación	21	32,31%
Mejoramamiento de procesos	12	18,46%
Control de calidad	9	13,85%
Innovación tecnológica	7	10,77%
NS/NC	7	10,77%
Adquisición de maquinaria	4	6,15%
Normas ISO	3	4,62%
Indicadores de gestión	2	3,08%
TOTAL	65	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 101
PROGRAMAS DE MEJORAMIENTO CONTINUO



Fuente: Cuadro No. 107

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

b) Entidades que colaboran en la implementación de procesos de mejoramiento continuo.

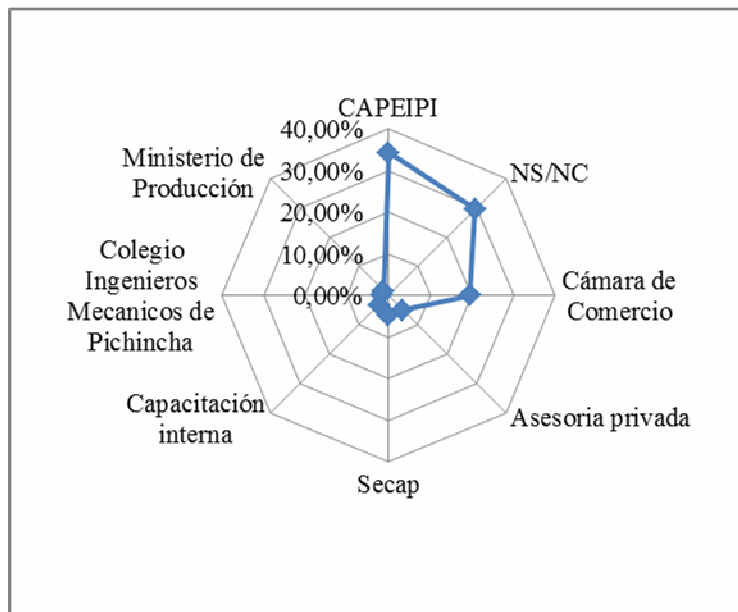
De acuerdo a las respuestas obtenidas de las empresas encuestadas indican con un 34,43 por ciento el CAPEIPI es una de las entidades que colaboran en la implementación de mejora de procesos como se detalla a continuación:

CUADRO No. 108
ENTIDADES QUE IMPLEMENTAN PROCESOS DE MEJORAMIENTO
CONTINUO

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
CAPEIPI	21	34,43%
NS/NC	18	29,51%
Cámara de Comercio	12	19,67%
Asesoría privada	3	4,92%
SECAP	3	4,92%
Capacitación interna	2	3,28%
Colegio Ingenieros Mecánicos de Pichincha	1	1,64%
Ministerio de Producción	1	1,64%
TOTAL	61	34,43%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 102**ENTIDADES QUE IMPLEMENTAN PROCESOS DE MEJORAMIENTO CONTINUO**

Fuente: Cuadro No. 108

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

c) Fortalezas tecnológicas que tienen la competencia que se diferencie de su empresa.

El 60,66 por ciento del total de empresas encuestadas afirman no conocer acerca de las fortalezas tecnológicas que tiene la competencia, el 36,07 informa la competencia adquiere maquinaria nueva y el 3,28 por ciento indica la actualización de sistemas de diseño como se observa a continuación.

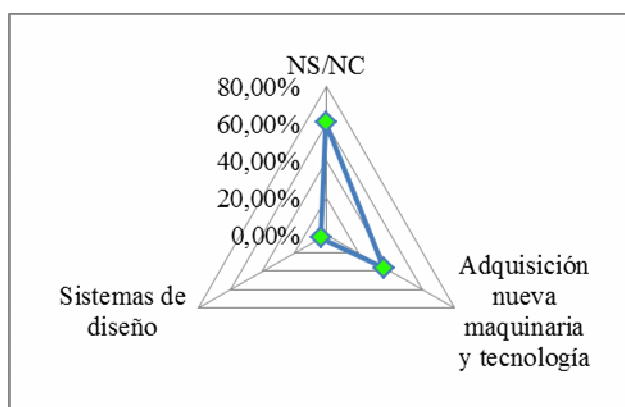
CUADRO No. 109
FORTALEZAS TECNOLÓGICAS

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
NS/NC	37	60,66%
Adquisición nueva maquinaria y tecnología	22	36,07%
Sistemas de diseño	2	3,28%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 103
FORTALEZAS TECNOLÓGICAS



Fuente: Cuadro No. 109

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

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

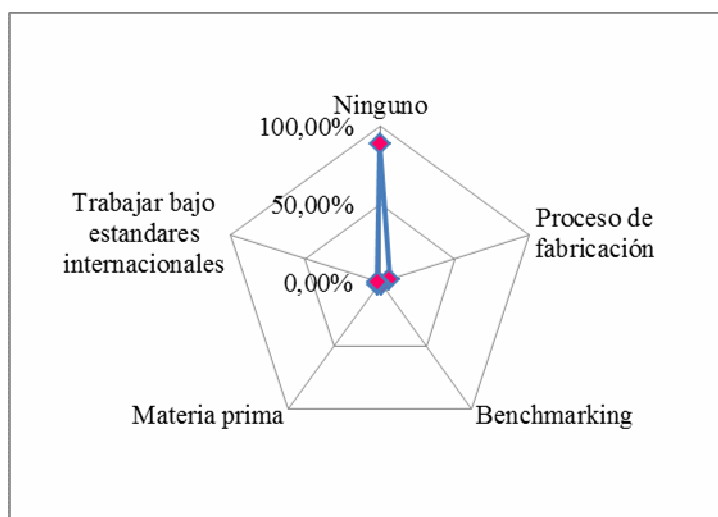
El 88,52 por ciento de las empresas encuestadas informan no han generado cambios en los productos o en los procesos productivos en base a lo que hace la competencia, el 6,56 por ciento informa a haber copiado el proceso de fabricación como se indica a continuación:

CUADRO No. 110**CAMBIOS EN LA EMPRESA EN BASE A COMPETIDORES LOCALES**

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
Ninguno	54	88,52%
Proceso de fabricación	4	6,56%
Benchmarking	1	1,64%
Materia prima	1	1,64%
Trabajar bajo estándares internacionales	1	1,64%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 104**CAMBIOS EN LA EMPRESA EN BASE A COMPETIDORES LOCALES**

Fuente: Cuadro No. 110

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

e) **Innovaciones que se realizaron en el área de:**

- **Marketing:** se han innovado nuevos productos, se implementó página web y se han percibido nuevos clientes:

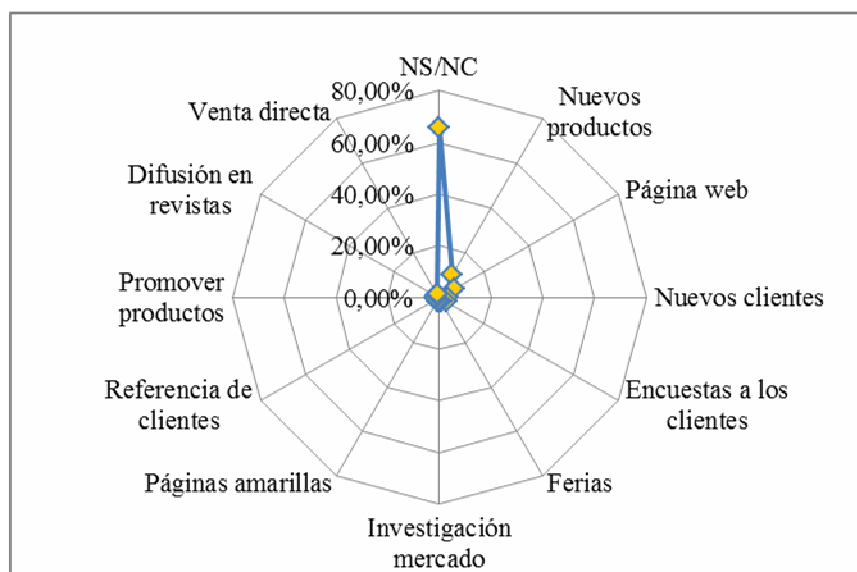
CUADRO No. 111
INNOVACIONES EN EL ÁREA DE MARKETING

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
NS/NC	40	65,57%
Nuevos productos	6	9,84%
Página web	4	6,56%
Nuevos clientes	2	3,28%
Encuestas a los clientes	2	3,28%
Ferias	1	1,64%
Investigación mercado	1	1,64%
Páginas amarillas	1	1,64%
Referencia de clientes	1	1,64%
Promover productos	1	1,64%
Difusión en revistas	1	1,64%
Venta directa	1	1,64%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 105
INNOVACIONES EN EL ÁREA DE MARKETING



Fuente: Cuadro No. 111

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

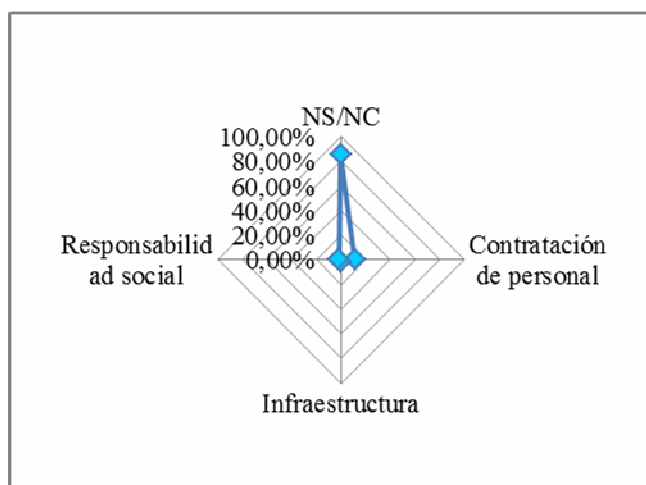
- **Administrativo:** se han efectuado cambios en contratación de personal y se modificó infraestructura.

CUADRO No. 112
INNOVACIONES EN EL ÁREA ADMINISTRATIVA

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
NS/NC	52	85,25%
Contratación de personal	7	11,48%
Infraestructura	1	1,64%
Responsabilidad social	1	1,64%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 106**INNOVACIONES EN EL ÁREA ADMINISTRATIVA**

Fuente: Cuadro No. 112

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

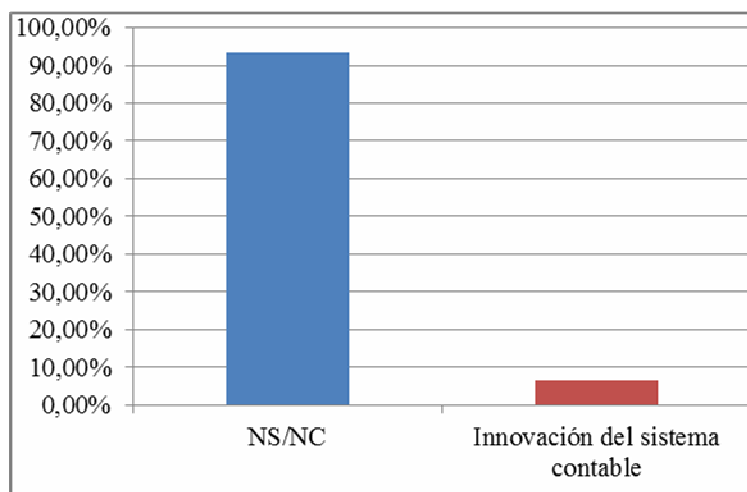
- **Financiera:** el 93,44 por ciento de las empresas no han efectuado ningún tipo de innovación financiera en el año, existen un porcentaje del 6,56 por ciento que innovó el sistema contable.

CUADRO No. 113**INNOVACIONES EN EL ÁREA FINANCIERA**

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
NS/NC	57	93,44%
Innovación del sistema contable	4	6,56%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 107**INNOVACIONES EN EL ÁREA FINANCIERA**

Fuente: Cuadro No. 113

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Producción:** las innovaciones se enfocaron en el mejoramiento de procesos productivos y reducción de costos.

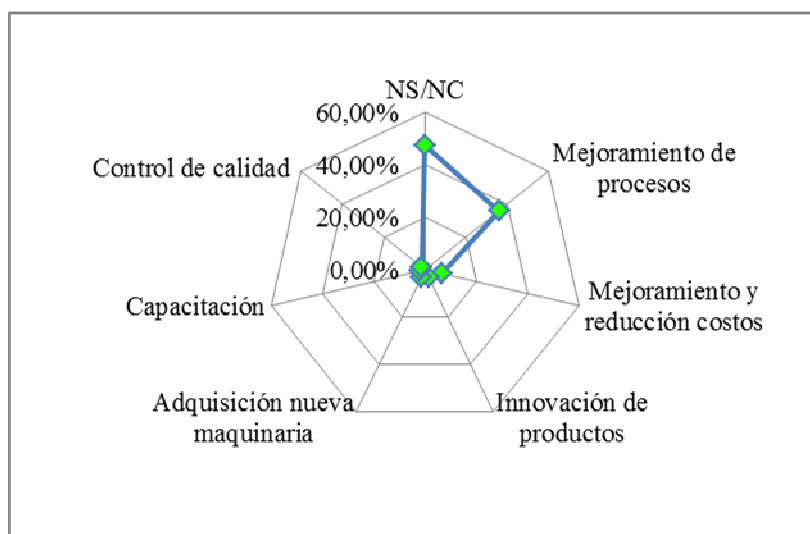
CUADRO No. 114**INNOVACIONES EN EL ÁREA PRODUCCIÓN**

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
NS/NC	29	47,54%
Mejoramiento de procesos	22	36,07%
Mejoramiento y reducción costos	4	6,56%
Innovación de productos	2	3,28%
Adquisición nueva maquinaria	2	3,28%
Capacitación	1	1,64%
Control de calidad	1	1,64%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 108
INNOVACIONES EN EL ÁREA PRODUCCIÓN



Fuente: Cuadro No. 114

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

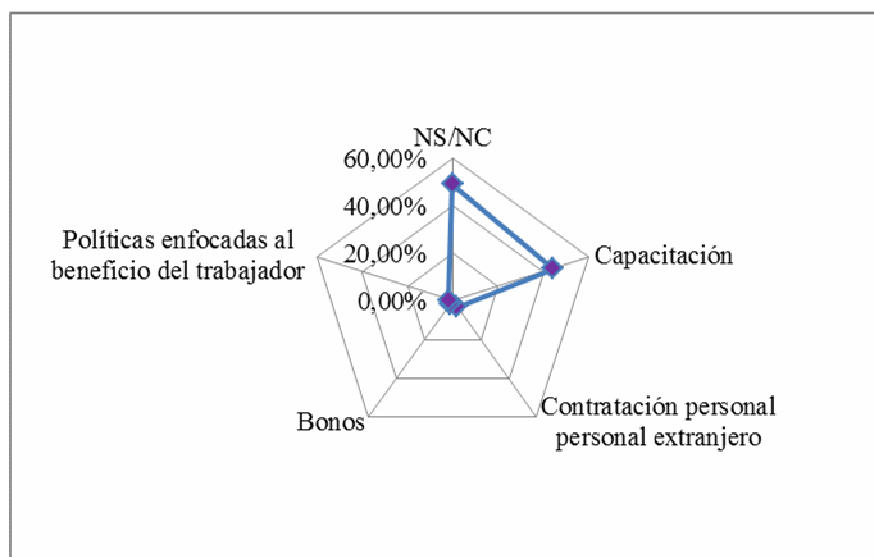
- Recursos Humanos: el 49,18 por ciento no generó ningún tipo de innovación dentro del área, sin embargo el 44,26 por ciento de las empresas encuestadas informaron haber incrementado el nivel de capacitación dentro de la empresa como se indica a continuación:

CUADRO No. 115
INNOVACIONES EN EL ÁREA RECURSOS HUMANOS

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
NS/NC	30	49,18%
Capacitación	27	44,26%
Contratación personal extranjero	2	3,28%
Bonos	1	1,64%
Políticas enfocadas al beneficio del trabajador	1	1,64%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 109**INNOVACIONES EN EL ÁREA RECURSOS HUMANOS**

Fuente: Cuadro No. 115

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

f) Nivel de flexibilidad de los directivos de la empresa para optar por cambios.

De acuerdo a lo reflejado en los resultados, los directivos mantienen en nivel “Muy bueno” de flexibilidad para tomar cambios dentro de la organización, como se puede observar a continuación:

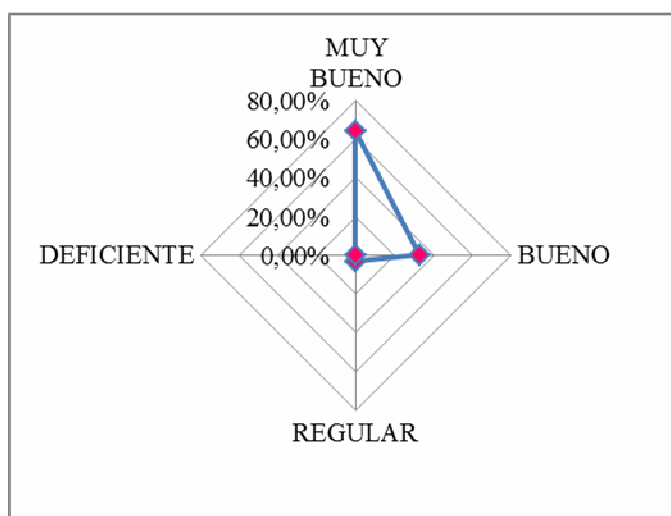
CUADRO No. 116

NIVEL DE FLEXIBILIDAD DE LOS DIRECTIVOS PARA OPTAR POR CAMBIOS

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
MUY BUENO	39	63,93%
BUENO	20	32,79%
REGULAR	2	3,28%
DEFICIENTE	0	0,00%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMES

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 110**NIVEL DE FLEXIBILIDAD DE LOS DIRECTIVOS PARA OPTAR POR CAMBIOS**

Fuente: Cuadro No. 116

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

g) Forma de medir la eficacia y eficiencia en la empresa.

El 37,70 por ciento de la muestra analizada no conoce la forma en que se realiza el análisis de eficiencia y eficacia, el 21,31 toma en cuenta el nivel de ventas y el 18,03 por ciento en base a la producción generada como se indica a continuación:

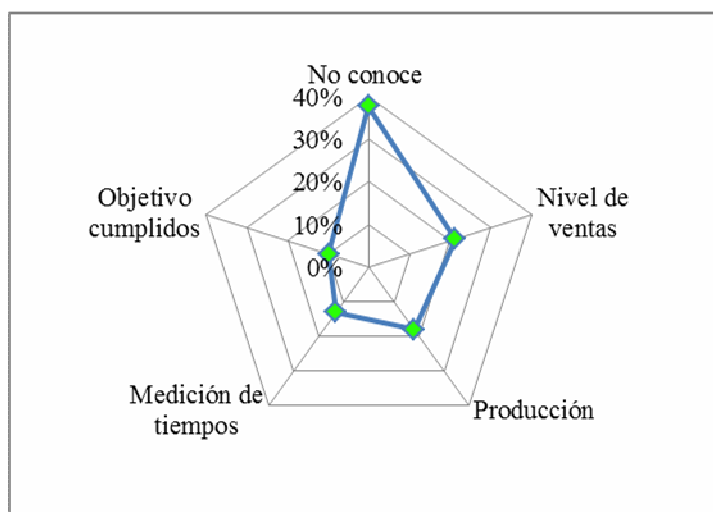
CUADRO No. 117**MEDICIÓN DE LA EFICACIA Y EFICIENCIA**

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
No conoce	23	37,70%
Nivel de ventas	13	21,31%
Producción	11	18,03%
Medición de tiempos	8	13,11%
Objetivo cumplidos	6	9,84%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 111
MEDICIÓN DE LA EFICACIA Y EFICIENCIA



Fuente: Cuadro No. 117

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

h) Adquisición de maquinaria: la más moderna del mercado, nueva y convencional, usada en buen estado, usada.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta; el 55,56 por ciento de las empresas buscan maquinaria “nueva y convencional” para adecuar sus plantas industriales, adicionalmente el 31,75 por ciento las maquinarias con “usadas en buen estado” como se observa a continuación:

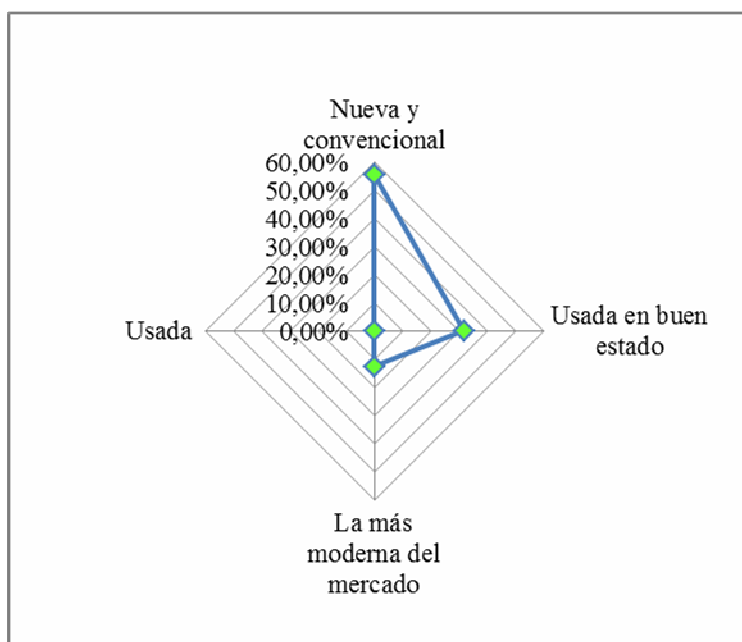
CUADRO No. 118
COMPRA DE MAQUINARIA NECESARIA

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
Nueva y convencional	35	55,56%
Usada en buen estado	20	31,75%
La más moderna del mercado	8	12,70%
Usada	0	0,00%
TOTAL	63	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMES

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 112
COMPRA DE MAQUINARIA NECESARIA



Fuente: Cuadro No. 118

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

i) Actividades de la empresa orientadas a promover el proceso de creatividad e innovación de productos y procesos.

Cabe mencionar que el 38,71 por ciento de las empresas encuestadas no conocen actividades orientadas a promover la creatividad, adicionalmente se presentan respuestas variadas que se resumen a continuación.

CUADRO No. 119

ACTIVIDADES ORIENTADAS A PROMOVER LA CREATIVIDAD

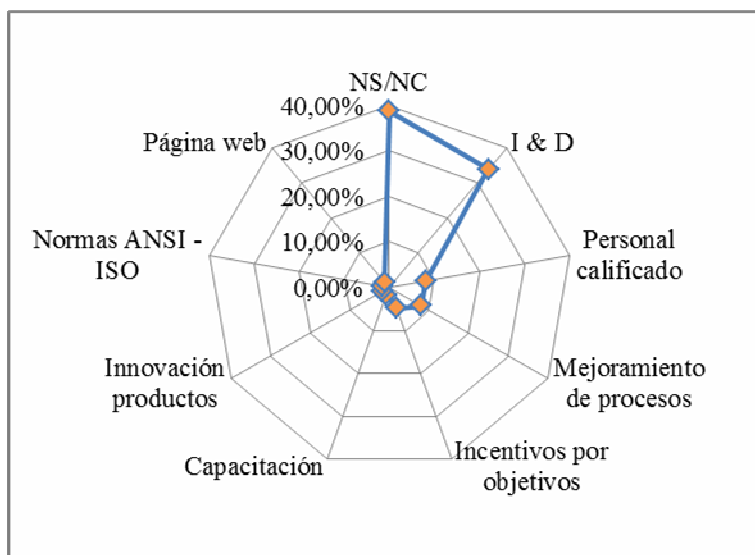
Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
NS/NC	24	38,71%
I & D	21	33,87%
Personal calificado	5	8,06%
Mejoramiento de procesos	5	8,06%
Incentivos por objetivos	3	4,84%
Capacitación	1	1,61%
Innovación productos	1	1,61%
Normas ANSI – ISO	1	1,61%
Página web	1	1,61%
TOTAL	62	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 113

ACTIVIDADES ORIENTADAS A PROMOVER LA CREATIVIDAD



Fuente: Cuadro No. 119

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

j) Productos y procesos de creación propia de la empresa y debidamente patentados.

La mayoría de las empresas encuestadas no tienen sus productos patentados, como se verifica a continuación:

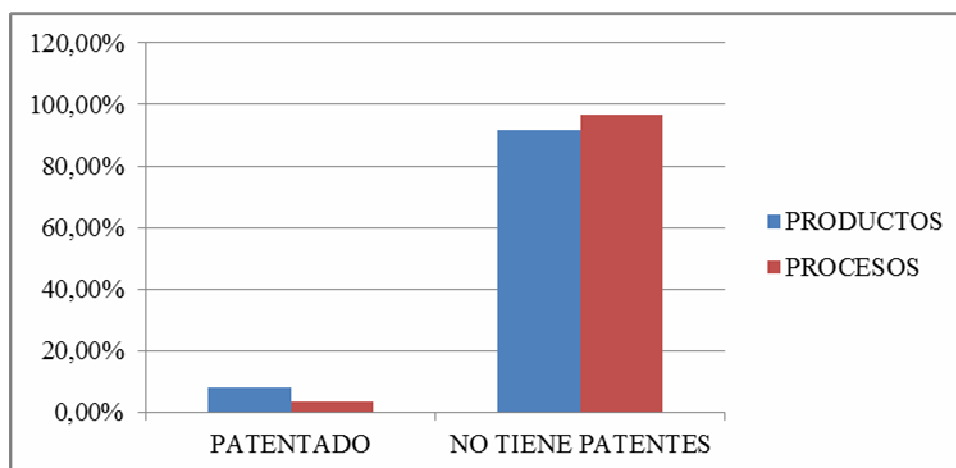
CUADRO No. 120
PRODUCTOS Y PROCESOS PATENTADOS

	Productos	Productos	Procesos	Procesos
PATENTADO	5	8,20%	2	3,28%
NO PATENTADO	56	91,80%	59	96,72%
TOTAL	61	100,00%	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 114
PRODUCTOS Y PROCESOS PATENTADOS



Fuente: Cuadro No. 120

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

k) Organismos que proveen financiación para programas de investigación y desarrollo en su empresa.

Las instituciones bancarias representan el 11,48 por ciento de organismos que proveen financiamiento para programas de investigación; el 1,64 por ciento se encarga la matriz de las empresas que tienen franquicias como se observa a continuación:

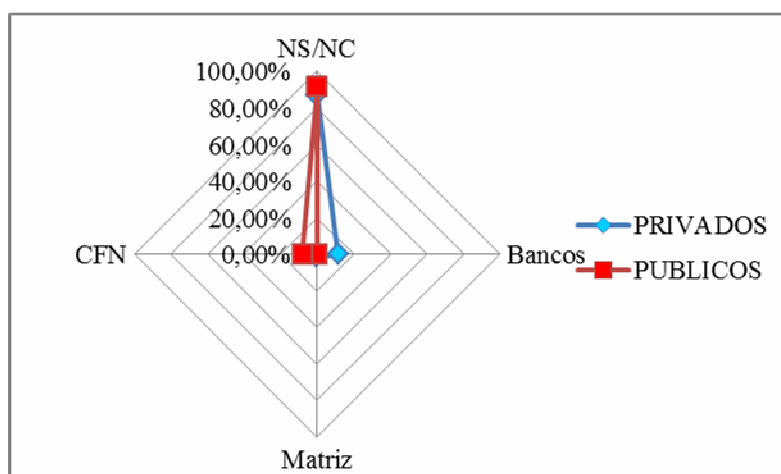
CUADRO No. 121
ORGANISMOS QUE FINANCIAN PROGRAMAS DE INVESTIGACIÓN
Y DESARROLLO EN LA EMPRESA

	PRIVADOS	PRIVADOS	PUBLICOS	PUBLICOS
	No. Cías.	Porcentaje	No. Cías.	Porcentaje
NS/NC	53	86,89%	56	91,80%
Bancos	7	11,48%	0	0,00%
Matriz	1	1,64%	0	0,00%
CFN	0	0,00%	5	8,20%
TOTAL	61	100,00%	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 115
ORGANISMOS QUE FINANCIAN PROGRAMAS DE INVESTIGACIÓN
Y DESARROLLO EN LA EMPRESA



Fuente: Cuadro No. 121

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

l) Programas ofrecidos para las universidades para mejorar la competitividad empresarial

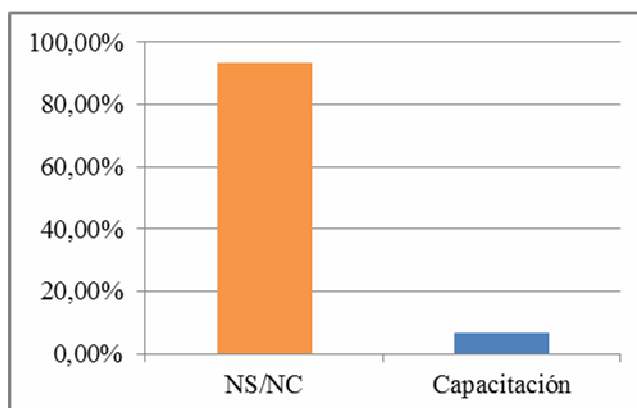
El 93,44 por ciento de la muestra analizada, informa no tener conocimiento de los programas que ofrecen las universidades para mejorar la competitividad empresarial, así como se indica a continuación:

CUADRO No. 122
PROGRAMAS OFRECIDOS POR LA UNIVERSIDAD

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
NS/NC	57	93,44%
Capacitación	4	6,56%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 116**PROGRAMAS OFRECIDOS POR LA UNIVERSIDAD**

Fuente: Cuadro No. 122

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

m) Programas que ha participado en conjunto con universidades.

El 93,44 por ciento indica no conocer y no haber participado en conjunto con universidades para programas de mejoramiento, sin embargo, existe un 4,92 y 1,64 por ciento respectivamente, que indican haber participado con universidades tanto con la Politécnica y con la PUCE respectivamente.

CUADRO No. 123

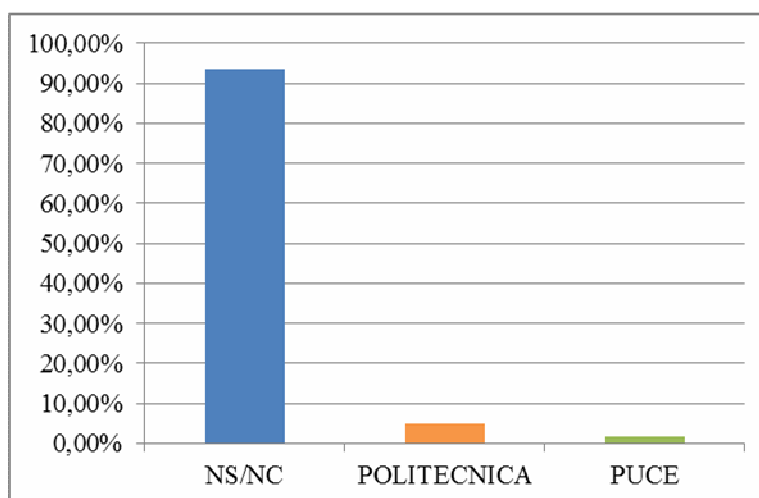
**PROGRAMAS EN LOS CUALES HA PARTICIPADO CON
UNIVERSIDADES**

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
NS/NC	57	93,44%
Politécnica	3	4,92%
PUCE	1	1,64%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 117
PROGRAMAS EN LOS CUALES HA PARTICIPADO CON
UNIVERSIDADES



Fuente: Cuadro No. 123

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

4.10 SECCIÓN 10: MEDIO AMBIENTE

a) Clase de desechos generados por la empresa

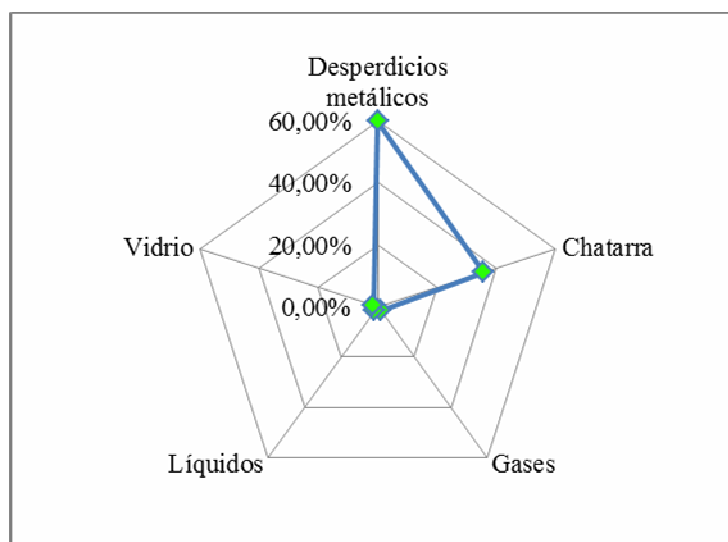
Existe una amplia variedad de desechos que generan las empresas, sin embargo de acuerdo a los resultados, el desecho con mayor porcentaje es el “desperdicio metálico” con un 59,70 por ciento, 35,82 de chatarra y 1,49 por ciento de gases como se puede observar a continuación:

CUADRO No. 124**CLASES DE DESECHOS GENERADOS POR LA EMPRESA**

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
Desperdicios metálicos	40	59,70%
Chatarra	24	35,82%
Gases	1	1,49%
Líquidos	1	1,49%
Vidrio	1	1,49%
TOTAL	67	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 118**CLASES DE DESECHOS GENERADOS POR LA EMPRESA**

Fuente: Cuadro No. 124

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

b) Impacto ambiental que generan los desechos en la ubicación geográfica de la empresa.

Según las respuestas obtenidas, indican el 98,36 por ciento de las empresas encuestadas el impacto ambiental que generan los desechos en la ubicación geográfica es de “bajo impacto” como se indica a continuación:

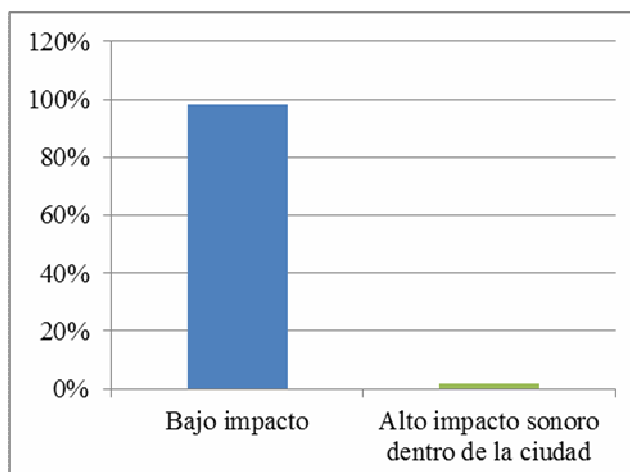
CUADRO No. 125
IMPACTO AMBIENTAL DE LOS DESECHOS EN LA UBICACIÓN
GEOGRÁFICA

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
Bajo impacto	60	98,36%
Alto impacto sonoro dentro de la ciudad	1	1,64%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 119
IMPACTO AMBIENTAL DE LOS DESECHOS EN LA UBICACIÓN
GEOGRÁFICA



Fuente: Cuadro No. 125

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

c) Medios utilizados para mejorar los desechos y desperdicios

El principal medio utilizado para el tratamiento de desechos es “reciclaje” con un 42,42 por ciento, adicionalmente se presenta “venta de chatarra” con un 36,36 por ciento como se observa a continuación:

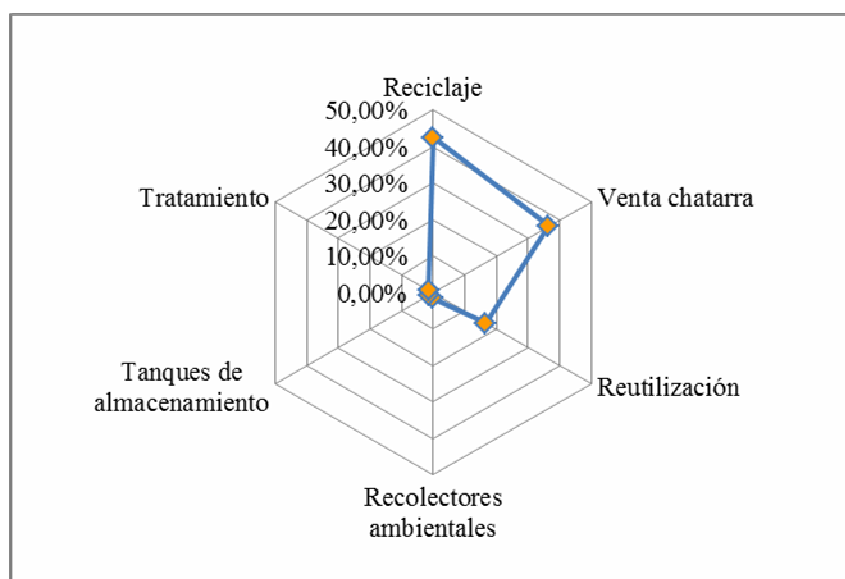
CUADRO No. 126
MEDIOS UTILIZADOS PARA MANEJAR LOS DESECHOS Y
DESPERDICIOS

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
Reciclaje	28	42,42%
Venta chatarra	24	36,36%
Reutilización	11	16,67%
Recolectores ambientales	1	1,52%
Tanques de almacenamiento	1	1,52%
Tratamiento	1	1,52%
TOTAL	66	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 120
MEDIOS UTILIZADOS PARA MANEJAR LOS DESECHOS Y
DESPERDICIOS



Fuente: Cuadro No. 126

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

d) Planes de remediación con los que cuenta la empresa

El 96,72 por ciento de la muestra analizada no mantiene un plan de remediación, sin embargo el 1,64 por ciento menciona mantener un centro especializado de tratamiento de afluentes.

CUADRO No. 127

PLANES DE REMEDIACIÓN CON LOS QUE CUENTA LA EMPRESA

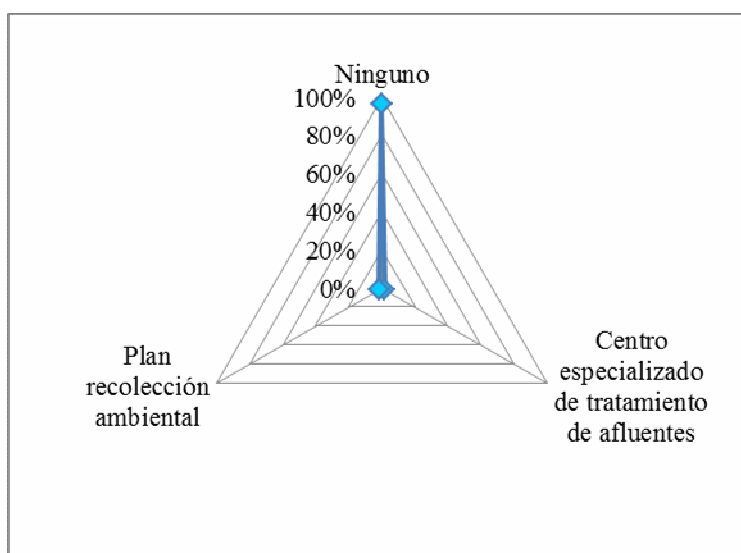
Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
Ninguno	59	96,72%
Centro especializado de tratamiento de afluentes	1	1,64%
Plan recolección ambiental	1	1,64%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 121

PLANES DE REMEDIACIÓN CON LOS QUE CUENTA LA EMPRESA



Fuente: Cuadro No. 127

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

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

El 93,00 por ciento de la muestra no mantiene un programa de capacitación en su empresa, ya que considera que no es necesario implementarlo porque los desperdicios que emite el proceso productivo de la Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo en la empresa no son altamente contaminantes ni tóxicos por lo cual para evitar la contaminación recurren al reciclaje y a la reducción de desperdicios.

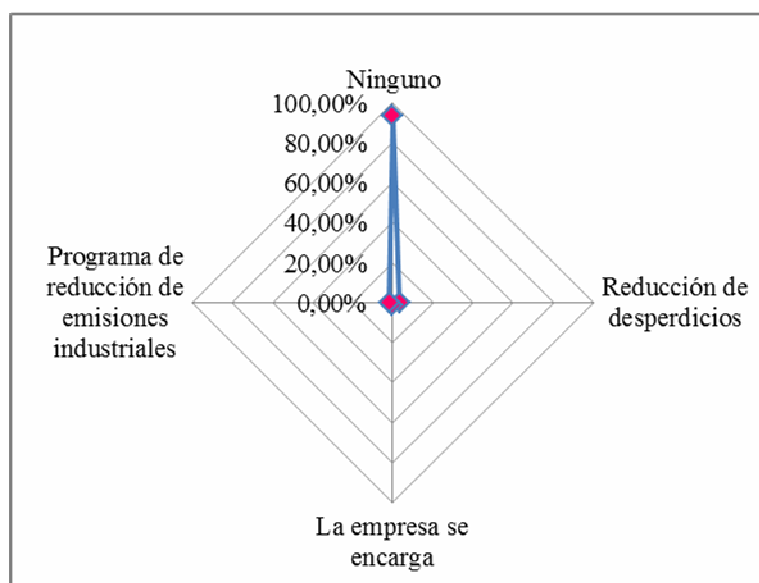
CUADRO No. 128
PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN DE LA EMPRESA PARA EL
MANEJO DE REMEDIACIÓN

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
Ninguno	57	93,44%
Reducción de desperdicios	2	3,28%
La empresa se encarga	1	1,64%
Programa de reducción de emisiones industriales	1	1,64%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 122
PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN DE LA EMPRESA PARA EL
MANEJO DE REMEDIACIÓN



Fuente: Cuadro No. 128

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

4.11 SECCION 11: GESTIÓN GERENCIAL

a) Porcentaje de educación que mantiene el equipo gerencial de la compañía

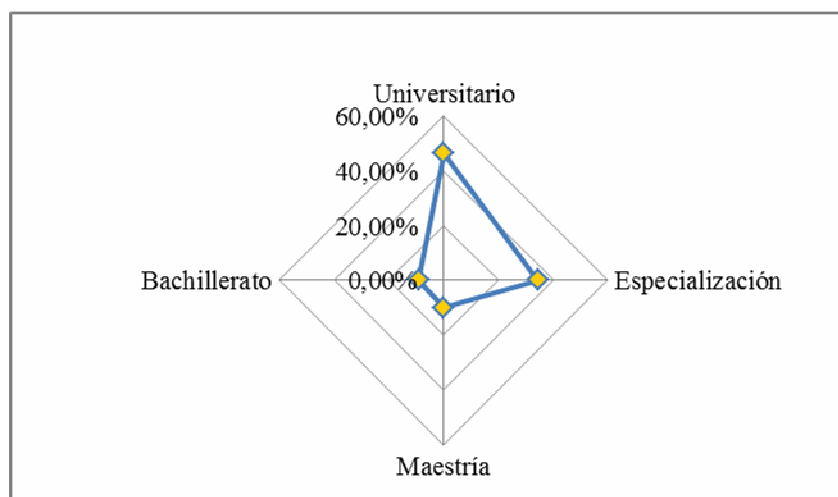
El 46,39 por ciento del total de la muestra mantiene personal “universitario”, el 34,51 tiene “especialización” y el 10,08 por ciento obtiene maestría, lo que quiere, como se observa a continuación:

CUADRO No. 129**PORCENTAJE EDUCACIÓN MANTIENE EL EQUIPO GERENCIAL**

Descripción	Porcentaje
Universitario	46,39%
Especialización	34,51%
Maestría	10,08%
Bachillerato	9,02%
TOTAL	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 123**PORCENTAJE EDUCACIÓN MANTIENE EL EQUIPO GERENCIAL**

Fuente: Cuadro No. 129

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

b) Plan estratégico para enfrentar a la competencia

De acuerdo a los resultados obtenidos el 54,10 por ciento de la muestra encuestada indica no mantiene ningún tipo de plan estratégico establecido en la compañía.

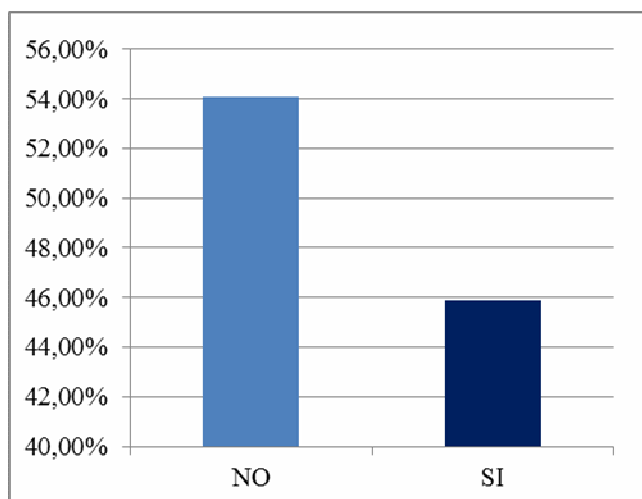
CUADRO No. 130
EXISTENCIA PLAN ESTRATÉGICO PARA ENFRENTAR LA
COMPETENCIA

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
NO	33	54,10%
SI	28	45,90%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 124
EXISTENCIA PLAN ESTRATÉGICO PARA ENFRENTAR LA
COMPETENCIA



Fuente: Cuadro No. 130

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

c) Tipos de presupuestos específicos administrados para su gestión empresarial

El 46,91 por ciento del total de la muestra encuestada, maneja su presupuesto empresarial de manera anual y los mismos son incluidos en los presupuestos anuales generales. A continuación se presenta el resumen de resultados:

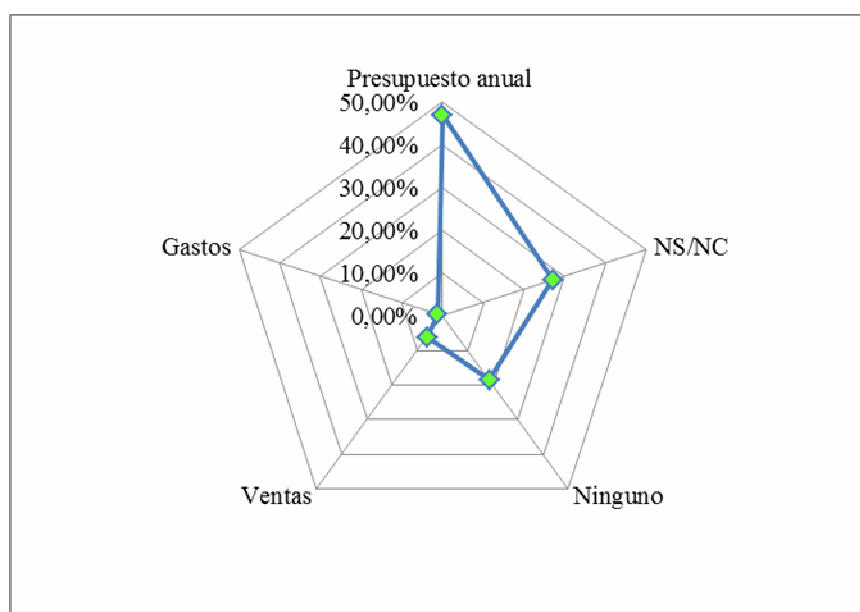
CUADRO No. 131
TIPOS DE PRESUPUESTOS ESPECÍFICOS

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
Presupuesto anual	38	46,91%
NS/NC	22	27,16%
Ninguno	15	18,52%
Ventas	5	6,17%
Gastos	1	1,23%
TOTAL	81	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 125
TIPOS DE PRESUPUESTOS ESPECÍFICOS



Fuente: Cuadro No. 131

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

d) Misión de la empresa

El 98,36 por ciento de las empresas encuestadas indican si mantienen una misión definida dentro de la empresa, la cual es conocida en todos los niveles jerárquicos.

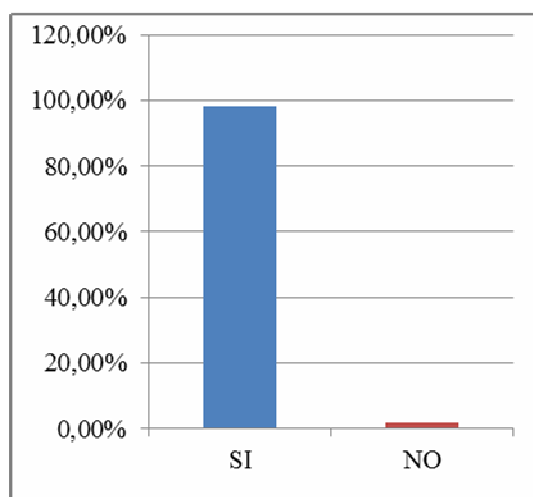
CUADRO No. 132
MISIÓN DEFINIDA EN LA EMPRESA

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
SI	60	98,36%
NO	1	1,64%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 126
MISIÓN DEFINIDA EN LA EMPRESA



Fuente: Cuadro No. 132

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

e) Objetivos estratégicos que se desea alcanzar en el mediano plazo

De acuerdo a los resultados obtenidos, los objetivos se encuentran centralizados principalmente en el incremento de ventas y en la mejora de la calidad de los productos como se puede observar a continuación:

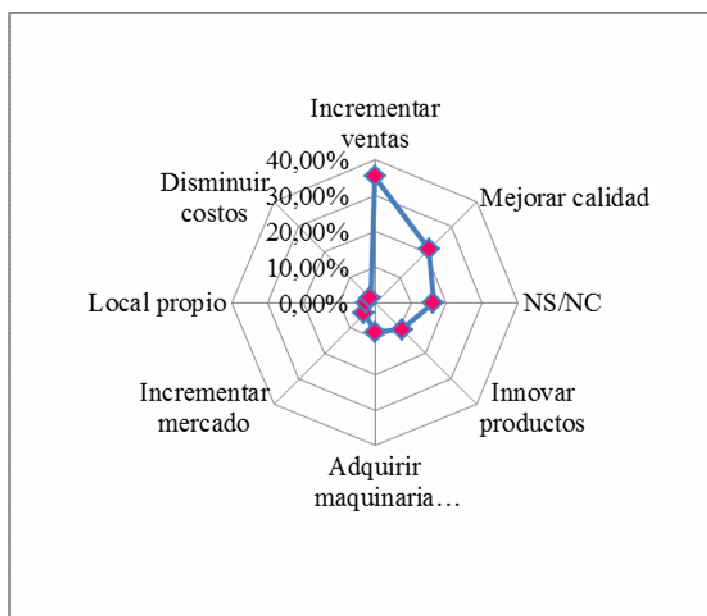
CUADRO No. 133
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS QUE SE DESEA ALCANZAR EN EL
MEDIANO PLAZO

Descripción	No. respuestas	Porcentaje
Incrementar ventas	43	35,25%
Mejorar calidad	26	21,31%
NS/NC	20	16,39%
Innovar productos	13	10,66%
Adquirir maquinaria moderna	10	8,20%
Incrementar mercado	5	4,10%
Local propio	3	2,46%
Disminuir costos	2	1,64%
TOTAL	122	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 127
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS AL MEDIANO PLAZO



Fuente: Cuadro No. 133

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

f) Responsable en la definición de objetivos

En el 65,57 por ciento de las empresas los objetivos son definidos netamente por alta gerencia, cuando el 34,43 por ciento son definidos por todos los niveles jerárquicos de la empresa.

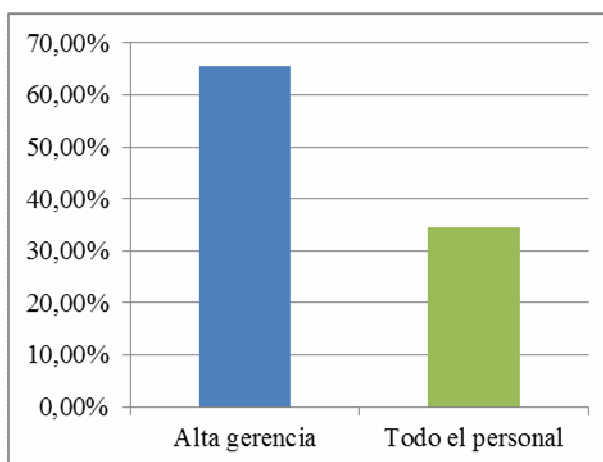
CUADRO No. 134
DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
Alta gerencia	40	65,57%
Todo el personal	21	34,43%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 128
DEFINICIÓN DE OBJETIVOS



Fuente: Cuadro No. 134

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

g) Medidas para mejorar la competitividad

Las medidas tomadas por las empresas encuestadas son: mejoramiento continuo con el 37,88 por ciento, Mejoramiento de Calidad 19,70; Incrementar capacitaciones 13,64 por ciento como se puede observar a continuación:

CUADRO No. 135
MEDIDAS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD

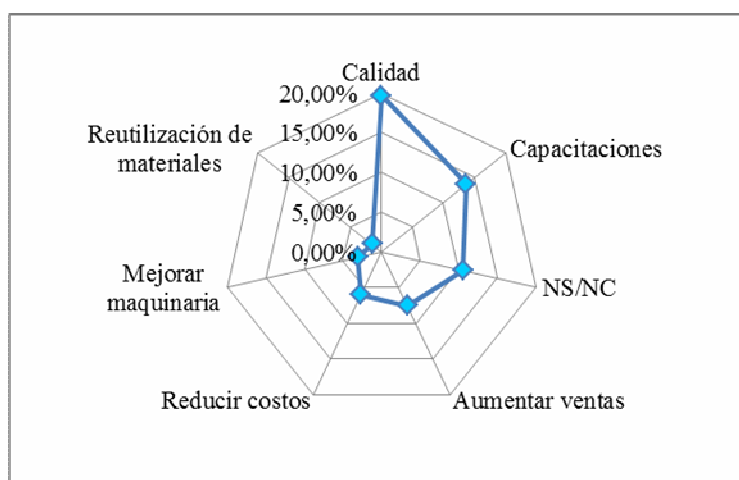
Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
Mejoramiento continuo	25	37,88%
Calidad	13	19,70%
Capacitaciones	9	13,64%
Reducir costos	4	6,06%
NS/NC	7	10,61%
Aumentar ventas	5	7,58%
Mejorar maquinaria	2	3,03%
Reutilización de materiales	1	1,52%
TOTAL	66	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMES

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 129

MEDIDAS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD



Fuente: Cuadro No. 135

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

h) Medidas para reducir costos

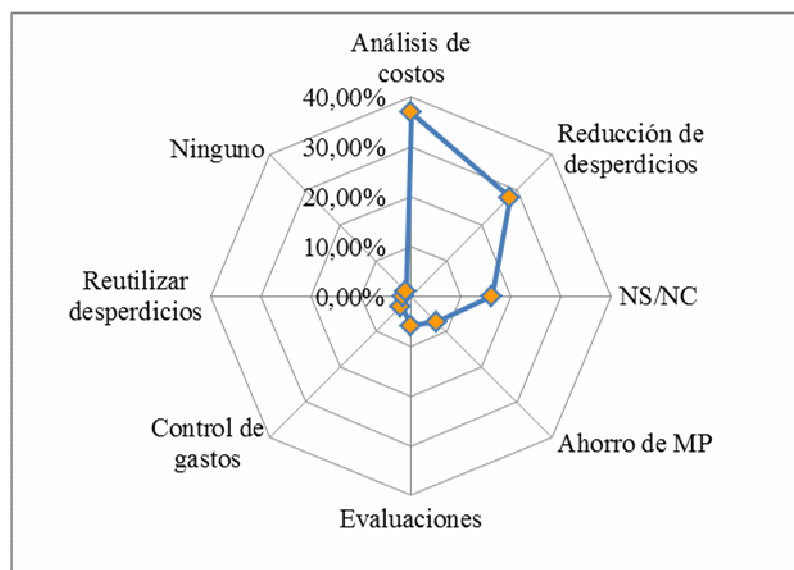
La principal medida tomada para la reducción de costos es el “Análisis de costos” con un 36,76 por ciento, las empresas indicaron dentro de esto está la optimización de los recursos, a continuación se indican las demás medidas para la reducción de costos.

CUADRO No. 136
MEDIDAS TOMADAS PARA REDUCIR COSTOS

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
Análisis de costos	25	36,76%
Reducción de desperdicios	19	27,94%
NS/NC	11	16,18%
Ahorro de MP	5	7,35%
Evaluaciones	4	5,88%
Control de gastos	2	2,94%
Reutilizar desperdicios	1	1,47%
Ninguno	1	1,47%
TOTAL	68	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 130**MEDIDAS TOMADAS PARA REDUCIR COSTOS**

Fuente: Cuadro No. 136

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

i) Actividades que conforman la Cadena de Valor de la empresa

El 51,52 por ciento de las empresas analizadas afirman que todo el proceso productivo que conforma el manejo de la empresa y la prestación de servicios se encuentran incluidos en la cadena de valor interna.

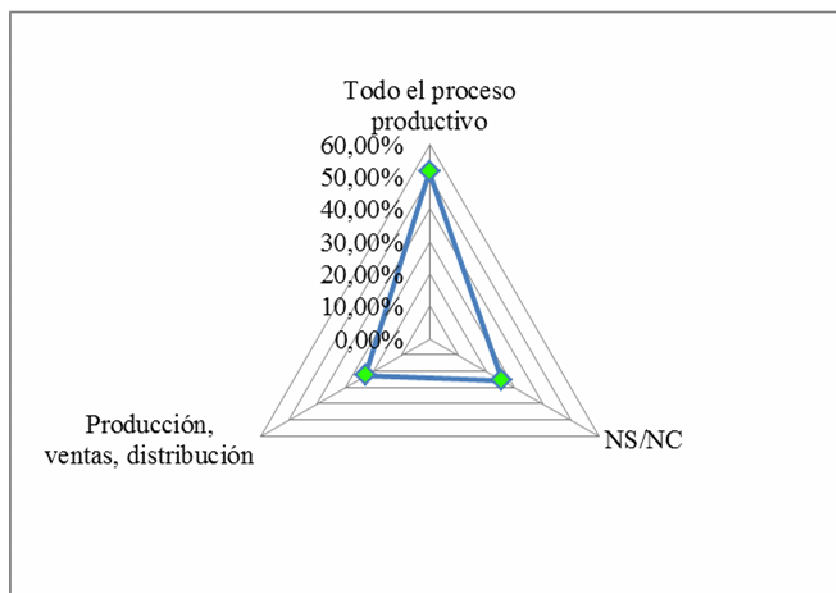
CUADRO No. 137**ACTIVIDADES QUE CONFORMAN LA CADENA DE VALOR**

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
Todo el proceso productivo	34	51,52%
NS/NC	17	25,76%
Producción, ventas, distribución	15	22,73%
TOTAL	66	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 131
ACTIVIDADES QUE CONFORMAN LA CADENA DE VALOR DE LA
EMPRESA



Fuente: Cuadro No. 137

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

j) Elementos que añaden un valor agregado en comparación a la competencia

De acuerdo a los resultados analizados, el valor agregado más importante de los productos es la “calidad”, seguida por la “Asistencia técnica” como se puede observar a continuación:

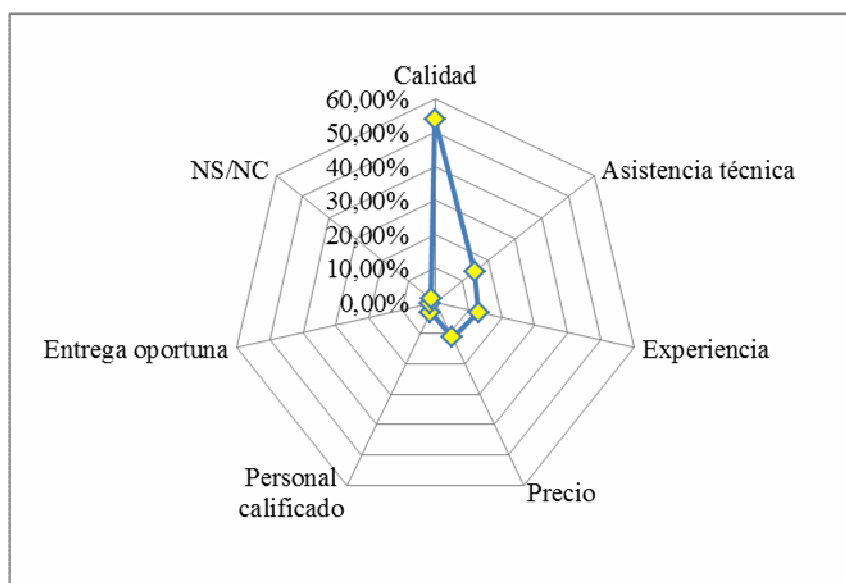
CUADRO No. 138
VALOR AGREGADO DEL PRODUCTO

Descripción	No. Respuestas	Porcentaje
Calidad	33	54,10%
Asistencia técnica	9	14,75%
Experiencia	8	13,11%
Precio	7	11,48%
Personal calificado	2	3,28%
Entrega oportuna	1	1,64%
NS/NC	1	1,64%
TOTAL	61	100,00%

Fuente: Trabajo de campo Proyecto de Investigación PYMEs

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

GRÁFICO No. 132
VALOR AGREGADO DEL PRODUCTO



Fuente: Cuadro No. 138

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

5 APROXIMACIÓN A LA COMPETITIVIDAD DEL SUBSECTOR CIU C25

5.1 MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO

La matriz de perfil competitivo es una herramienta de análisis gerencial que, permite identificar el grado de debilidad o fortalezas de las empresas del subsector con respecto a las industrias manufactureras del Distrito Metropolitano de Quito sobre factores que se consideran como claves para el éxito de la industria manufacturera en el país.

Para la presente investigación se utiliza como factores claves de éxito a los componentes de los pilares de competitividad propuesto por el WEF. La ponderación de cada factor está dada por las variables particulares del subsector CIU C25 Fabricación de productos elaborados de meta, excepto maquinaria y equipo.

El puntaje de los valores que se comparan se toma de las respuestas procesadas en el Capítulo 4.

Para el análisis de la información se utilizó la tabla de calificación definida en el Capítulo 3 en la sección de matriz de perfil competitivo.

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

5.2 APROXIMACIÓN A LA COMPETITIVIDAD DEL SUBSECTOR CIU C25: FABRICACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS METAL, EXCEPTO MAQUINARIA Y EQUIPO

Sección: Mercado

- **Factor: 10.01 Índice del tamaño del mercado nacional**

La ponderación establece la importancia de cada uno de estos sectores económicos para el subsector CIU C25 Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipos; considerando a F el sector económico en donde desarrolla su actividad el subsector estudiado con la más alta ponderación.

El siguiente cuadro muestra que el factor de éxito Índice del tamaño de mercado nacional, tiene una calificación de 1.40/4 o su equivalente WEF 2.45/7; considerándose como debilidad muy importante.

CUADRO No. 139
FACTOR DE ÉXITO: ÍNDICE DEL TAMAÑO DEL MERCADO
NACIONAL

SECCIÓN	DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATOS ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA/4
A	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	0,01	1,05%	1	0,01
B	Explotación de minas y canteras	0,14	10,53%	1	0,14
C	Industrias manufactureras	0,07	5,26%	1	0,07
F	Construcción	0,40	41,05%	2	0,80
G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.	0,20	23,16%	1	0,20
H	Transporte y almacenamiento	0,05	5,26%	1	0,05
I	Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.	0,03	2,11%	1	0,03
K	Actividades financieras y de seguros	0,02	2,11%	1	0,02
N	Actividades de servicios administrativos y de apoyo	0,03	3,16%	1	0,03
O	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.	0,05	6,32%	1	0,05
TOTAL		1,00	100%		1,40
EQUIVALENTE INDICE WEF					2,45

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Factor: 6.15 Sofisticación del comprador**

La siguiente ponderación establece la importancia de la sofisticación del comprador, considerando los grupos F y G un porcentaje más considerable en comparación de los otros sectores.

El factor de éxito Sofisticación del Comprador, tiene una calificación de 1,32/4 o su equivalente WEF 2,31/7. Considerándose como una debilidad menos importante

CUADRO No. 140

FACTOR DE ÉXITO: SOFISTICACIÓN DEL COMPRADOR

SECCIÓN	DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATOS ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA/4
A	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	0,05	1,02%	1	0,05
B	Explotación de minas y canteras	0,05	11,22%	1	0,05
C	Industrias manufactureras	0,15	5,10%	1	0,15
D	Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	0,01	0,00%	0	0,00
F	Construcción	0,40	43,88%	2	0,80
G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.	0,20	22,45%	1	0,20
H	Transporte y almacenamiento	0,06	7,14%	1	0,06
I	Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.	0,01	2,04%	1	0,01
J	Información y comunicaciones	0,01	0,00%	0	0,00
K	Actividades financieras y de seguros	0,00	2,04%	1	0,00
L	Actividades inmobiliarias	0,03	0,00%	0	0,00
M	Actividades profesionales, científicas y técnicas	0,03	0,00%	0	0,00
N	Actividades de servicios administrativos y de apoyo	0,00	1,02%	1	0,00
O	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.	0,00	4,09%	1	0,00
TOTAL		1,00	100,00%		1,32
EQUIVALENTE INDICE WEF					2,31

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Factor: 11.04 Naturaleza de la ventaja competitiva nacional**

La ponderación establece la importancia de las ventajas competitivas nacionales; asignando el mayor valor de ponderación a calidad y precio quienes inciden directamente en la ventaja competitiva del subsector estudiado.

El factor de éxito correspondiente a Naturaleza de la ventaja competitiva nacional, tiene una calificación de 2,20/4 o su equivalente WEF 3,85 /7. Considerándose como una debilidad menos importante.

CUADRO No. 141
NATURALEZA DE LA VENTAJA COMPETITIVA NACIONAL

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA/4
Calidad	0,40	70,21%	4	1,60
Servicio y asistencia técnica	0,10	6,38%	1	0,10
Variedad de productos	0,15	3,19%	1	0,15
Confianza de los clientes	0,05	3,19%	1	0,05
Precio	0,20	9,57%	1	0,20
Experiencia	0,05	3,19%	1	0,05
Normas	0,05	2,13%	1	0,05
TOTAL	1,00	97,86%		2,20
EQUIVALENTE INDICE WEF				3,85

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Factor: 6.02 Grado de dominio 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 el grado de alcance de los servicios ofertados en base a las regiones del Ecuador para el subsector CIU C25 Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo; asignando el mayor valor de ponderación a la cobertura a nivel nacional.

El factor de éxito correspondiente al grado de dominio del mercado nacional, tiene una calificación de 2,60/4 o su equivalente WEF 4,55 /7. Considerándose como una fortaleza menos importante.

CUADRO No. 142
GRADO DE DOMINIO DEL MERCADO NACIONAL

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA/4
Nivel nacional	0,60	63,49%	3	1,80
Quito	0,40	26,98%	2	0,80
Provincias de la sierra	0,00	7,94%	1	0,00
Provincias del Oriente	0,00	1,59%	1	0,00
TOTAL	1	100%		2,60
EQUIVALENTE INDICE WEF				4,55

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Factor: 6.09 Prevalencia de las barreras comerciales-nacionales**

El siguiente factor establece la importancia de las barreras comerciales – nacionales para el subsector CIU C25 Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo.

El siguiente cuadro muestra que el factor de éxito correspondiente a la prevalencia de las barreras comerciales- nacionales, tiene una calificación de 1,60/4 o su equivalente WEF 2,80/7. Considerándose como una debilidad menos importante.

CUADRO No. 143**PREVALENCIA DE LAS BARRERAS COMERCIALES-NACIONALES**

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Competencia en la industria	0,3	60,92%	3	0,90
Costos	0,1	14,94%	1	0,10
Precio	0,25	5,75%	1	0,25
Importaciones	0,1	3,45%	1	0,10
Tecnología	0,1	2,30%	1	0,10
Trámites	0,01	2,30%	1	0,01
Financiamiento	0,05	1,15%	1	0,05
Impuestos	0,05	1,15%	1	0,05
Inestabilidad	0,03	1,15%	1	0,03
Inseguridad	0,01	1,15%	1	0,01
TOTAL	1,00	94,26%		1,60
EQUIVALENTE INDICE WEF				2,80

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Factor: 6.01 Intensidad de la competencia local**

La siguiente ponderación establece la intensidad de la competencia local para el subsector CIU C25 Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo; asignando el mayor valor de la ponderación a tecnología.

El factor de éxito correspondiente a Intensidad de la Competencia Local, tiene una calificación de 1,00/4 o su equivalente WEF 1,75/7. Considerándose como una debilidad muy importante.

CUADRO No. 144
INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA LOCAL

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA/4
NS/NC	0	66,13%	2	0,00
Tecnología	0,3	11,29%	1	0,30
Precios	0,2	6,45%	1	0,20
Posicionamiento	0,1	6,45%	1	0,10
Variedad de productos	0,15	3,23%	1	0,15
Experiencia	0,05	3,23%	1	0,05
Costos bajos	0,15	1,61%	1	0,15
Capital de trabajo	0,05	1,61%	1	0,05
TOTAL	1	100%		1,00
EQUIVALENTE INDICE WEF				1,75

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Factor: 11.03 Estado del desarrollo de clúster (Expansión)**

Ésta ponderación establece el nivel de desarrollo del clúster en lo relacionado a expansión para el subsector CIU C25; calificando el análisis como alto, medio o bajo.

El cuadro muestra que el factor de éxito tiene una calificación de 2,80/4 o su equivalente WEF 4.90/7. Considerándose como una fortaleza menos importante.

CUADRO No. 145**ESTADO DEL DESARROLLO DE CLÚSTER (EXPANSIÓN)**

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA/4
Ampliación de mercado	0,6	73,77%	4	2,40
NS/NC	0	19,67%	1	0,00
Exportar	0,25	3,28%	1	0,25
Crear fuentes de trabajo	0,1	1,64%	1	0,10
Adquirir local propio	0,05	1,64%	1	0,05
TOTAL	1	100,00%		2,80
EQUIVALENTE INDICE WEF				4,90

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Factor: 12.01 Capacidad de innovación**

Este factor establece el nivel de desarrollo del clúster en lo relacionado a la capacidad de innovación para el subsector CIU C25; calificando el análisis como alto, medio o bajo.

El factor de éxito correspondiente a la capacidad de innovación, tiene una calificación de 1,00/4 o su equivalente WEF 1,75/7. Considerándose como una debilidad muy importante.

CUADRO No. 146
CAPACIDAD DE INNOVACIÓN

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATOS ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA/4
Nuevos productos	0,00	44,26%	3	0,00
Adquisición maquinaria	0,15	11,48%	1	0,15
Mejorar productos	0,25	4,92%	1	0,25
Nuevos procesos	0,20	3,28%	1	0,20
Importación materia prima	0,20	1,64%	1	0,20
Investigación y Desarrollo	0,10	1,64%	1	0,10
Nuevos sistemas seguridad	0,10	1,64%	1	0,10
TOTAL	1			1,00
EQUIVALENTE INDICE WEF				1,75

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

Sección: Mercadeo

- **Factor: 11.08 Grado de Comercialización**

El factor establece el grado de comercialización mantenido en el subsector CIU C25 calificando el análisis como alto, medio o bajo.

El cuadro muestra que el factor de éxito correspondiente a la capacidad de innovación, tiene una calificación de 2,75/4 o su equivalente WEF 4,81/7.

Considerándose como una fortaleza menos importante.

CUADRO No. 147
GRADO DE COMERCIALIZACIÓN

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATOS ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
OBJETIVOS	0,25	50,77%	3	0,75
ESTRATEGIAS	0,20	69,12%	3	0,60
POLITICAS	0,20	95,38%	4	0,80
INVESTIGACION DE MERCADO	0,25	42,62%	2	0,50
EVALUACIÓN	0,10	24,19%	1	0,10
TOTAL	1			2,75
EQUIVALENTE INDICE WEF				4,81

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Factor: 6.14 Grado de Orientación al cliente**

El factor establece el grado de orientación al cliente mantenido en el subsector CIU C25; centrandó el análisis en los servicios postventa que se efectúan en las empresas.

El factor tiene una calificación de 2,00/4 o su equivalente WEF 3,50/7.

Considerándose como una debilidad menos importante.

CUADRO No. 148
GRADO DE ORIENTACIÓN AL CLIENTE

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATOS ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Asistencia	0,20	71,64%	3	0,60
Garantía	0,40	16,42%	1	0,40
Servicio post-venta	0,20	10,45%	1	0,20
Oportunidad	0,20	100,00%	4	0,80
TOTAL	1,00			2,00
EQUIVALENTE INDICE WEF				3,50

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Factor: 11.02 Calidad de proveedores**

Éste factor establece el grado de calidad de los proveedores que se mantiene en el subsector CIU C25; efectuando la calificación en base de los siguientes parámetros: muy bueno, bueno, regular, deficiente.

El análisis muestra una calificación de 3,40/4 o su equivalente WEF 5,95/7.

Considerándose como una fortaleza menos importante.

CUADRO No. 149
CALIDAD DE PROVEEDORES

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATOS ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
MUY BUENO	0,80	93,44%	4	3,20
BUENO	0,20	4,92%	1	0,20
REGULAR	0,00	0,00%	0	0,00
DEFICIENTE	0,00	0,00%	0	0,00
TOTAL	1,00			3,40
EQUIVALENTE INDICE WEF				5,95

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

Sección: Apertura Comercial

- **Factor: 10.02 Índice del tamaño del mercado extranjero**

La ponderación establece el índice del tamaño del mercado extranjero que se mantiene en el subsector CIU C25; para dicho análisis se estudia las variantes relacionadas al proceso de exportaciones que realice la empresa.

El cuadro muestra la ponderación de 1,90/4 o su equivalente WEF 3,33/7.

Considerándose como una debilidad menos importante.

CUADRO No. 150**ÍNDICE DEL TAMAÑO DEL MERCADO EXTRANJERO**

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATOS ENCUESTA	CALIFICACIÓN	CALIFICACION PONDERADA /4
Empresa exportadora	0,20	4,92%	1	0,20
Exportador directo	0,45	66,67%	3	1,35
Nuevos mercados	0,10	7,94%	1	0,10
Volumen de exportación	0,25	25,00%	1	0,25
TOTAL	1,00			1,90
EQUIVALENTE INDICE WEF				3,33

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Factor: 6.10 Aranceles**

La siguiente ponderación establece el tratamiento de los aranceles que se mantiene en el subsector CIU C25 manteniendo como resultado que los impuestos corresponden a restricciones arancelarias.

El factor tiene una calificación de 0,80/4 o su equivalente WEF 1,40/7.

Considerándose como una debilidad muy importante.

CUADRO No. 151
ARANCELES

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATOS ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
RESTRICCIONES ARANCELARIAS	0,20	20,00%	4	0,80
BENEFICIO ACUERDOS COMERCIALES	0,10	0,00%	0	0,00
EXENCION DE IMPUESTOS	0,40	0,00%	0	0,00
FACILIDAD EN TRAMITES	0,30	0,00%	0	0,00
TOTAL	1,00			0,80
EQUIVALENTE INDICE WEF				1,40

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Factor: 6.04 Alcance y efecto de los impuestos para Materia Prima**

La ponderación establece el alcance y efecto de los impuestos para la materia prima en el subsector CIU C25 Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipos. Sin embargo en base a la muestra encuestada, no se obtuvo respuesta del el efecto de los impuestos en el total de materia prima, debido a que no se mantenía un conocimiento cierto del tema.

- **Factor: 6.04 Alcance y efecto de los impuestos para productos terminados**

Ésta ponderación establece el alcance y efecto de los impuestos para el producto terminado generado en los productos del subsector CIU C25; sin embargo en base a la muestra encuestada, no se obtuvo respuesta de cuánto es el efecto en costo de los productos importados para fabricar productos

destinados a la exportación, ya que ninguna de las empresas exporta productos elaborados con materia prima importada.

- **Factor: 1.09 Peso de las regulaciones gubernamentales**

En este factor se toma en cuenta el efecto de las regulaciones gubernamentales en el subsector CIU C25; manteniendo como parámetros de cálculo: efecto mínimo, moderado, significativo y relevante.

El siguiente cuadro muestra una calificación de 1,00/4 o su equivalente WEF 1,75/7. Considerándose como una debilidad muy importante.

CUADRO No. 152
PESO DE LAS REGULACIONES GUBERNAMENTALES

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATOS ENCUESTA	CALIFICACIÓN	CALIFICACION PONDERADA /4
POLITICAS	0,50	0,00%	0	0,00
ENTES DE CONTROL	0,50	33,33%	2	1,00
TOTAL	1,00			1,00
EQUIVALENTE INDICE WEF				1,75

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

Sección: Gobierno

- **Factor: 6.06 Requisitos para iniciar un negocio**

En esta ponderación se establece los requisitos para iniciar un negocio en el subsector CIU C25.

El siguiente cuadro muestra que el factor de éxito correspondiente a los requisitos para iniciar un negocio, tiene una calificación de 1,50/4 o su equivalente WEF 2,63/7. Considerándose como una debilidad menos importante.

CUADRO No. 153
REQUISITOS PARA INICIAR UN NEGOCIO

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATOS ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Créditos	0,50	40,32%	2	1,00
Asesoramiento	0,10	6,45%	1	0,10
Intereses bajos	0,15	1,61%	1	0,15
Exoneración Impuestos	0,15	1,61%	1	0,15
Bajos aranceles	0,10	1,61%	1	0,10
TOTAL	1,00			1,50
EQUIVALENTE INDICE WEF				2,63

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Factor: 1.12 Transparencia en las políticas del gobierno**

Este factor establece la transparencia en las políticas del gobierno en el subsector CIU C25; analizando los mecanismos que ofrece el gobierno para el desarrollo de las PYMEs.

El siguiente cuadro muestra que el factor tiene una calificación de 1,25/4 o su equivalente WEF 2,19/7. Considerándose como una debilidad muy importante.

CUADRO No. 154
TRANSPARENCIA EN LAS POLÍTICAS DEL GOBIERNO

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATOS ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
POLITICAS DE FOMENTO	0,15	4,92%	1	0,15
TRANSPARENCIA DE GESTIÓN	0,50	7,58%	1	0,5
INCENTIVOS	0,25	46,98%	2	0,5
PROYECTOS	0,10	7,58%	1	0,1
TOTAL	1			1,25
EQUIVALENTE INDICE WEF				2,19

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Factor: 1.19 Eficacia De Los Ministerios Públicos**

A continuación se muestra que el factor de éxito correspondiente a la eficacia de los Ministerios Públicos, tiene una calificación de 1,55/4 o su equivalente WEF 2,71/7. Considerándose como una debilidad menos importante.

CUADRO No. 155
EFICACIA DE LOS MINISTERIOS PÚBLICOS

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATOS ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
PROYECTOS DE FOMENTO INDUSTRIAL	0,15	30,65%	2	0,30
POLITICA TRIBUTARIA	0,25	13,11%	1	0,25
POLITICA FINANCIERA	0,20	54,10%	3	0,60
POLITICA LABORAL	0,25	19,67%	1	0,25
POLITICA DE COMERCIO EXTERIOR	0,15	1,64%	1	0,15
TOTAL	1,00			1,55
EQUIVALENTE INDICE WEF				2,71

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

Sección: De las Instituciones

- **Factor: 1.04 Confianza del público en el gobierno**

Ésta ponderación establece la confianza del público en el gobierno en el subsector CIU C25 asignando la mayor ponderación a la eficacia de los servicios públicos para la prestación de servicios de la empresa.

El factor tiene una calificación de 2,20/4 o su equivalente WEF 3,85/7.

Considerándose como una debilidad menos importante.

CUADRO No. 156
CONFIANZA DEL PÚBLICO EN EL GOBIERNO

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATOS ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Eficacia en la prestación de servicios	0,40	98,36%	4	1,6
Transparencia en compras públicas	0,30	22,95%	1	0,3
Políticas de fomento	0,15	1,64%	1	0,15
Políticas de control	0,15	11,48%	1	0,15
TOTAL	1,00			2,20
EQUIVALENTE INDICE WEF				3,85

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Factor: 1.02 Protección de la propiedad intelectual**

El factor analiza los mecanismos de ley para proteger la propiedad intelectual y la iniciativa privada; teniendo una calificación de 2,70/4 o su equivalente WEF 4,73/7. Considerándose como una fortaleza menos importante.

CUADRO No. 157
PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATOS ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Vigencia de la Ley de propiedad intelectual	0,85	55,74%	3	2,55
Políticas anexas ministerios	0,15	3,28%	1	0,15
Auspicios agremiaciones	0,00	0,00%	0	0
TOTAL	1			2,70
EQUIVALENTE INDICE WEF				4,73

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Factor: 1.14 Costos de la delincuencia y la violencia en las empresas**

El siguiente cuadro muestra el factor de éxito correspondiente al costo de la delincuencia y la violencia en las empresas dentro del subsector CIU C25, tiene una calificación de 1,60/4 o su equivalente WEF 2,80/7. Considerándose como una debilidad menos importante.

CUADRO No. 158
COSTOS DE LA DELINCUENCIA Y LA VIOLENCIA EN LAS
EMPRESAS

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATOS ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Baja productividad	0,40	50,79%	3	1,2
Costos de vigilancia privada	0,20	0,00%	0	0
Corrupción, sobre precios en productos	0,40	1,59%	1	0,4
TOTAL	1			1,60
EQUIVALENTE INDICE WEF				2,80

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

Sección: Infraestructura Física

- **Factor: 2.01 Calidad general de la infraestructura**

La ponderación establece Calidad general de la infraestructura (Transporte terrestre, marítimo y aéreo, telecomunicaciones, distribución de energía eléctrica y gas, puertos y aeropuertos; y servicios sanitarios.) en el subsector

CIIU C25; efectuando la clasificación por los siguientes parámetros: muy bueno, bueno, regular, deficiente.

El cuadro muestra que el factor de éxito para la Calidad general de la infraestructura en las empresas, tiene una calificación por tipo de infraestructura de:

- Transporte: 2,50/4 o su equivalente WEF 4,38/7
- Telecomunicaciones: 2,30/4 o su equivalente WEF 4,03/7
- Distribución de Energía y gas: 2,30/4 o su equivalente WEF 4,03/7
- Puertos y aeropuertos: 2,30/4 o su equivalente WEF 4,03/7
- Servicios Sanitarios: 2,30/4 o su equivalente WEF 4,03/7

CUADRO No. 159

CALIDAD GENERAL DE LA INFRAESTRUCTURA DEL ESTADO

	VALORACIÓN	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE	NS/NC	TOTAL	EQUIVALENTE E INDICE WEF
		0,40	0,30	0,20	0,10	0,00		
Transporte terrestre, marítimo y aéreo	DATO ENCUESTA	62,30%	34,43 %	3,28%	0,00%	0,00 %	2,50	4,38
	CALIFICACION	3	2	2	0	0		
	CALIFICACION PONDERADA /4	1,50	0,60	0,40	0,00	0,00		
Telecomunicaciones	DATO ENCUESTA	59,02%	37,70 %	3,28%	0,00%	0,00 %	2,30	4,03
	CALIFICACION	3	2	1	0	0		
	CALIFICACION PONDERADA /4	1,50	0,60	0,20	0,00	0,00		
Distribución de energía eléctrica y gas	DATO ENCUESTA	54,10%	40,98 %	4,92%	0,00%	0,00 %	2,30	4,03
	CALIFICACION	3	2	1	0	0		
	CALIFICACION PONDERADA /4	1,50	0,60	0,20	0,00	0,00		
Puertos y aeropuertos	DATO ENCUESTA	52,46%	42,62 %	3,28%	0,00%	1,64 %	2,30	4,03
	CALIFICACION	3	2	1	0	0		
	CALIFICACION PONDERADA /4	1,50	0,60	0,20	0,00	0,00		
Servicios sanitarios	DATO ENCUESTA	52,46%	42,62 %	3,28%	0,00%	1,64 %	2,30	4,03
	CALIFICACION	3	2	1	0	0		
	CALIFICACION PONDERADA /4	1,50	0,60	0,20	0,00	0,00		
	TOTAL						11,70	20,50
	EQUIVALENTE WEF						2,34	4,10

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

Sección: Mercado Financiero

- **Factor: 8.04 Facilidad de acceso al crédito**

Establece la facilidad de acceso al crédito en el subsector CIU C25; centralizando el análisis en el destino que mantiene los créditos solicitados.

A continuación el cuadro indica el factor de éxito correspondiente a la facilidad de acceso al crédito, tiene una calificación de 1,60/4 o su equivalente WEF 2,80/7. Considerándose como una debilidad menos importante.

CUADRO No. 160
FACILIDAD DE ACCESO AL CRÉDITO

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Compra de maquinaria	0,30	51,09%	3	0,90
Pago a proveedores	0,05	19,57%	1	0,05
Capital de trabajo	0,30	9,78%	1	0,30
Importación de materias primas	0,25	8,70%	1	0,25
Proyectos de inversión	0,10	7,61%	1	0,10
TOTAL	1			1,6
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				2,8

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Factor: 8.03 Financiamiento a través del mercado local de capital**

En este factor se establece el porcentaje de financiamiento que las compañías obtienen por el mercado local de capital en el subsector CIU C25; centralizando el análisis en el destino que mantiene los créditos solicitados.

El factor de éxito tiene una calificación de 1,60/4 o su equivalente WEF 2,80/7.

Considerándose como una debilidad menos importante.

CUADRO No. 161
FINANCIAMIENTO A TRAVÉS DEL MERCADO LOCAL DE CAPITAL

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Capital de trabajo	0,30	13,11%	1	0,3
Compra de maquinaria	0,30	75,41%	3	0,9
Proyectos de inversión	0,05	9,84%	1	0,05
Importación de materias primas	0,25	9,84%	1	0,25
Pago a proveedores	0,05	16,39%	1	0,05
Otros	0,05	4,92%	1	0,05
TOTAL	1			1,6
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				2,8

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Factor: 8.01 Disponibilidad de los servicios financieros**

El siguiente cuadro muestra el factor de éxito correspondiente a la facilidad de acceso al crédito, tiene una calificación de 1,00/4 o su equivalente WEF 1,75/7. Considerándose como una debilidad muy importante.

CUADRO No. 162
DISPONIBILIDAD DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Capital de trabajo	0,30	1,64%	1	0,3
Compra de maquinaria	0,30	3,28%	1	0,3
Proyectos de inversión	0,10	0,00%	1	0,1
Importación de materias primas	0,25	0,00%	1	0,25
Pago a proveedores	0,05	0,00%	1	0,05
TOTAL	1,00			1
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				1,75

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Factor: 8.06 Restricción en los flujos de capital**

El siguiente cuadro muestra el factor de éxito correspondiente a la restricción en los flujos de capital, tiene una calificación de 2,00/4 o su equivalente WEF 3,50/7. Considerándose como una debilidad menos importante.

CUADRO No. 163
RESTRICCIÓN EN LOS FLUJOS DE CAPITAL

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
LINEAS DE CREDITO PRIVADAS	0,50	65,57%	3	1,50
LINEAS DE CREDITO GUBERNAMENTALES	0,50	4,92%	1	0,50
TOTAL	1,00			2,00
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				3,50

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

Sección: Eficiencia Mercado Laboral

- **Factor: 5.02 Tasa de matriculación en la educación superior**

Se clasificó la revisión de acuerdo a los grados de estudio presentes en el Ecuador. El siguiente cuadro muestra la calificación de 1,00/4 o su equivalente WEF 1,05/7. Considerándose como una debilidad muy importante.

CUADRO No. 164
TASA DE MATRICULACIÓN EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Tecnológica	0,20	27,07%	1	0,20
Universitaria	0,40	21,38%	1	0,40
Especialización	0,25	3,51%	1	0,25
Maestría	0,15	0,59%	1	0,15
TOTAL	1,00			1,00
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				1,05

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Factor: 7.06 Paga y productividad**

El cuadro muestra que el factor de éxito correspondiente a la productividad de fuerza laboral del subsector, tiene una calificación de 2,30/4 o su equivalente WEF 4,03/7. Considerándose como una debilidad menos importante.

CUADRO No. 165
PRODUCTIVIDAD DE FUERZA LABORAL DEL SUBSECTOR

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
MUY BUENA	0,50	90,16%	4	2,00
BUENA	0,30	9,84%	1	0,30
REGULAR	0,20	0,00%	0	0,00
DEFICIENTE	0,00	0,00%	0	0,00
TOTAL	1,00			2,30
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				4,03

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

El cuadro muestra el factor de éxito correspondiente a la productividad de fuerza laboral propia, tiene una calificación de 2,00/4 o su equivalente WEF 3,50/7. Considerándose como una debilidad menos importante.

CUADRO No. 166**PRODUCTIVIDAD DE FUERZA LABORAL PROPIA**

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
MUY BUENA	0,50	68,85%	3	1,50
BUENA	0,30	27,87%	1	0,30
REGULAR	0,20	3,28%	1	0,20
DEFICIENTE	0,00	0,00%	0	0,00
TOTAL	1,00			2,00
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				3,50

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

El siguiente cuadro realiza una comparación entre la Productividad de fuerza laboral del subsector y la productividad propia.

CUADRO No. 167
COMPARATIVO PRODUCTIVIDAD

	VALORACIÓN	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE	TOTAL	EQUIVALENTE E INDICE WEF
	PONDERACIÓN	0,40	0,30	0,20	0,10		
Productividad de fuerza laboral del subsector	DATO ENCUESTA	90,16%	9,84%	0,00%	0,00%	2,30	4,03
	CALIFICACION	4	1	0	0		
	CALIFICACION PONDERADA /4	2,00	0,30	0,00	0,00		
Productividad laboral propia	DATO ENCUESTA	68,85%	27,87%	3,28%	0,00%	2,00	3,50
	CALIFICACION	3	1	1	0		
	CALIFICACION PONDERADA /4	1,50	0,30	0,20	0,00		
	TOTAL					4,30	7,53
	EQUIVALENTE WEF					2,15	3,77

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Factor: 7.02 Flexibilidad en la determinación de los salarios**

Se consideraron los niveles establecidos en el siguiente cuadro para la evaluación de Flexibilidad en la determinación de los salarios en base a la información contenida en el capítulo 4 para la evaluación del factor.

El cuadro muestra el factor de éxito para Flexibilidad en la determinación de los salarios, tiene una calificación de 1,35/4 o su equivalente WEF 2,36. Considerándose una debilidad muy importante.

CUADRO No. 168**FLEXIBILIDAD EN LA DETERMINACIÓN DE LOS SALARIOS**

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Ascensos	0,15	0,00%	0	0,00
Bonos	0,30	0,00%	0	0,00
Remuneración	0,40	70,49%	3	1,20
Reconocimientos	0,15	24,59%	1	0,15
TOTAL	1,00			1,35
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				2,36

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Factor: 7.01 Cooperación en las relaciones empleador- trabajador**

A continuación el cuadro indica una calificación de 2,10/4 o su equivalente WEF 3,68/7. Considerándose como una debilidad menos importante.

CUADRO No. 169**COOPERACIÓN EN LAS RELACIONES EMPLEADOR - TRABAJADOR**

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
MUY BUENA	0,50	67,21%	3	1,50
BUENA	0,30	32,79%	2	0,60
REGULAR	0,20	0,00%	0	0,00
DEFICIENTE	0,00	0,00%	0	0,00
TOTAL	1,00			2,10
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				3,68

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Factor: 5.07 Disponibilidad local de formación y servicios de investigación**

La ponderación establece la disponibilidad local de formación y servicios de investigación para las empresas que se encuentran desarrollando en el CIU C25, analizando los programas de desarrollo que mantienen las empresas para sus empleados.

La calificación analizada es de 2,80/4 o su equivalente WEF 4,90/7. Considerándose como una fortaleza menos importante.

CUADRO No. 170
DISPONIBILIDAD LOCAL DE FORMACIÓN Y SERVICIOS DE INVESTIGACIÓN

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Políticas para capacitación	0,45	53,84%	3	1,35
Disponibilidad de centros para capacitación	0,30	85,07%	4	1,20
Servicios de investigación	0,25	4,48%	1	0,25
TOTAL	1,00			2,80
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				4,9

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Factor: 7.04 Prácticas de contratación y despido**

Este factor tiene una calificación de 2,00/4 o su equivalente WEF 3,50/7.

Considerándose como una debilidad menos importante, como se observa a continuación:

CUADRO No. 171
PRÁCTICAS DE CONTRATACIÓN Y DESPIDO

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Cumplimiento de la ley	0,45	86,89%	4	1,80
Amparo al trabajador	0,30	3,28%	1	0,30
Proceso de selección transparente	0,25	0,00%	0	0,00
TOTAL	1			2,00
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				3,50

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

Sección: Desarrollo Tecnológico

- **Factor: 9.01 Disponibilidad de las últimas tecnologías**

La ponderación establece la disponibilidad de las últimas tecnologías para las empresas que se encuentran desarrollando en el CIU C25; teniendo como factor de éxito una calificación de 0,85/4 o su equivalente WEF 1,49/7.

Considerándose como una debilidad muy importante.

CUADRO No. 172
DISPONIBILIDAD DE LAS ÚLTIMAS TECNOLOGÍAS

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Capital	0,35	0,00%	0	0,35
Infraestructura	0,20	0,00%	0	0,00
Tecnología de punta	0,25	48,77%	2	0,50
Recurso Humano	0,20	0,00%	0	0,00
TOTAL	1,00			0,85
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				1,49

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Factor: 9.02 Nivel de la empresa en absorción de tecnología**

En este factor se toma en cuenta el nivel de absorción de tecnología para las empresas que se encuentran desarrollando en el CIU C25 Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipos, analizando la flexibilidad de la gerencia para adoptar cambios tecnológicos.

El cuadro muestra el factor de éxito con una calificación de 1,25/4 o su equivalente WEF 2,19/7. Considerándose como una debilidad muy importante.

CUADRO No. 173**NIVEL DE LA EMPRESA EN ABSORCIÓN DE TECNOLOGÍA**

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Convenios de transferencia de tecnología - procesos	0,15	6,56%	1	0,15
Convenios de transferencia de tecnología – productos	0,20	1,64%	1	0,20
Disponibilidad de capital	0,35	0,00%	0	0,00
Flexibilidad de Gerencia	0,30	63,93%	3	0,90
TOTAL	1,00			1,25
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				2,19

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Factor de éxito: 12.01 Capacidad de innovación**

Establece la capacidad de innovación para las empresas que se encuentran desarrollando en el CIU C25 Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipos; obteniendo una calificación de 1,90/4 o su equivalente WEF 3,33/7.

Considerándose como una debilidad menos importante.

CUADRO No. 174
CAPACIDAD DE INNOVACIÓN

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Innovaciones en Marketing	0,05	34,44%	2	0,10
Innovaciones en Administración	0,20	14,76%	1	0,20
Innovaciones en Finanzas	0,15	6,56%	1	0,15
Innovaciones en Producción	0,20	52,47%	3	0,60
Innovaciones en Recursos Humanos	0,20	50,82%	3	0,60
Estudio de mercado	0,05	35,48%	2	0,10
Política de incentivos	0,15	6,45%	1	0,15
TOTAL	1,00			1,90
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				3,33

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Factor de éxito: 12.04 Colaboración Universidad-Industria en I&D**

El siguiente cuadro muestra la calificación del factor de éxito con una calificación de 0,50/4 o su equivalente WEF 0,88/7. Considerándose como una debilidad muy importante.

CUADRO No. 175

COLABORACIÓN UNIVERSIDAD-INDUSTRIA EN I&D

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Oferta de programas de universidades	0,50	0,00%	0	0,00
Participación en programas Universidad-Empresa	0,50	6,56%	1	0,50
TOTAL	1,00			0,50
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				0,88

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Factor de éxito: 1.01 Derechos de propiedad**

La ponderación establece el manejo de los derechos de propiedad para las empresas que se encuentran desarrollando en el CIU C25 Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipos.

Se observa a continuación la calificación de 1,00/4 o su equivalente WEF 1,75/7. Considerándose como una debilidad muy importante.

CUADRO No. 176
DERECHOS DE PROPIEDAD

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Productos patentados	0,50	8,20%	1	0,50
Procesos patentados	0,50	3,28%	1	0,50
TOTAL	1,00			1,00
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				1,75

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

Sección: Gestión Gerencial

- **Factor: 11.09 Disposición para delegar autoridad**

Establece la disposición para delegar autoridad que mantienen las gerencias en las empresas que se encuentran desarrollando en el CIU C25 Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipos.

La calificación obtenida de 2,55/4 o su equivalente WEF 4,46/7.

Considerándose como una fortaleza menos importante.

CUADRO No. 177
DISPONIBILIDAD DE DELEGAR AUTORIDAD

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Participación de todo el personal en Planificación estratégica	0,30	34,43%	2	0,60
Programas de mejoramiento continuo	0,55	51,52%	3	1,65
Empoderamiento de calidad	0,15	33,82%	2	0,30
TOTAL	1,00			2,55
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				4,46

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- **Factor de éxito: 11.05 Amplitud de la cadena de valor**

El siguiente cuadro muestra la calificación de 2,30/4 o su equivalente WEF 4,03/7. Considerándose como una debilidad menos importante.

CUADRO No. 178
AMPLITUD DE LA CADENA DE VALOR

DESCRIPCION	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA /4
Desde Cliente hasta cliente	0,65	51,52%	3	1,95
Desde Fabricante hasta Distribuidor	0,35	22,73%	1	0,35
TOTAL	1,00			2,30
EQUIVALENTE ÍNDICE WEF				4,03

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

De acuerdo a los resultados obtenidos de la calificación de los factores de éxito del subsector CIIU C25 Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo, en promedio la calificación es 1,87/4 o su equivalente WEF 3,26/7 considerada como regular y debilidad menos importante.

El siguiente cuadro muestra el resultado de cada factor de éxito, tomando en cuenta el factor con mayor calificación “Mercadeo” con un indicador de 2,72/4 o su equivalente WEF 4,75/7, mientras que la menor calificación es “Desarrollo Tecnológico” con un indicador de 1,10/4 o su equivalente WEF 1,93/7.

CUADRO No. 179
APROXIMACIÓN A LA COMPETITIVIDAD DEL SUBSECTOR CIU
C25: FABRICACIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS DE METAL,
EXCEPTO MAQUINARIA Y EQUIPO

SECCIONES	DESCRIPCIÓN	RESULTADO PONDERADO /4	RESULTADO PONDERADO /7
1	Mercado	1,74	3,05
2	Mercadeo	2,72	4,75
3	Apertura comercial	1,23	2,16
4	Gobierno	1,43	2,51
5	Instituciones	2,17	3,79
6	Infraestructura física	2,34	4,10
7	Mercado financiero	1,55	2,71
8	Eficiencia del mercado laboral	1,98	3,39
9	Desarrollo tecnológico	1,10	1,93
10	Gestión gerencial	2,43	4,25
TOTAL		18,69	32,64
PROMEDIO		1,87	3,26

Fuente: Datos capítulo 4

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En base a los resultados obtenidos en capítulos anteriores es posible establecer las siguientes conclusiones y recomendaciones.

6.1 CONCLUSIONES

6.1.1 Relativas a los Factores de Competitividad

- Sección 1: Mercado

Los segmentos económicos a los que atiende el Subsector CIU C25 son: Construcción con el 41,05 por ciento, Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas con el 23,16.

El 37,32 por ciento de las empresas son reconocidas en el mercado interno por la calidad del producto, mientras que el 9,15 por ciento por la experiencia generada en el transcurso de los años.

Las principales fortalezas de los productos frente a la competencia nacional son la calidad representada con el 70,21 por ciento, y precio con el 9,57. El restante porcentaje corresponda a servicio y asistencia técnica, variedad de productos, experiencia.

Las principales fortalezas de la competencia a nivel nacional son: tecnología representada con el 11,29 por ciento, precios con el 6,45.

Sin embargo el 66,13 por ciento indica no conocer cuál es la fortaleza de la competencia.

El 86,76 por ciento de los canales de distribución corresponden a las ventas directas a clientes.

El 26,98 por ciento de los mercados geográficos preferidos por las empresas del subsector están direccionados a la ciudad de Quito mientras que el 63,49 a nivel nacional.

Las principales dificultades que tienen las empresas del subsector para ingresar al mercado y permanecer en él, es la competencia con 60,92 por ciento, los costos 14,94; el precio 5,75; importaciones con el 3,45 y la tecnología 2,30 por ciento.

El desconocimiento del mercado internacional constituye el principal obstáculo para que las empresas del subsector se limiten a salir del mercado nacional.

El 73,77 por ciento de las empresas investigadas desean expandir su nicho de mercado, mientras que las empresas restantes manejan la política de mantener constante el nivel de venta de productos.

El 68,85 por ciento de las empresas tienen planeado enfrentar a la competencia mediante el análisis de costos.

El 44,26 de las empresas del sector tienen como objetivo innovar nuevos productos.

- Sección 2: Mercadeo

El 47,54 por ciento de las empresas encuestadas indica tener un plan de mercadeo vigente, de los cuales el 26,23 por ciento le corresponde ejecutar al Gerente de Marketing y el 13,11 al Gerente General.

Las principales estrategias para cumplir los objetivos fijados son: generar nuevos productos, representado con el 50 por ciento y analizar al mercado 19,12.

Las principales formas de fijar los precios son mediante “costos + utilidades” representada con el 56,92 por ciento; mediante el historial de precios 36,92 y la tendencia del mercado 4,62 por ciento.

El 49,18 por ciento de las empresas si cuenta con un plan de promoción y publicidad, mientras que el 50,82 por ciento no aplica.

El 50,82 por ciento de las empresas no realizan investigación de mercado, sin embargo el 22,95 lo genera anualmente.

El 72,58 por ciento de las empresas no analizan los resultados del cumplimiento del plan de mercadeo, solo el 16,13 lo realiza.

El 71,64 por ciento de la muestra analizada indica que presta un servicio post – venta a sus clientes.

El 100 por ciento de las empresas encuestadas afirman un cumplimiento con sus clientes entre el 81 y 100 por ciento.

El 93,44 por ciento de los proveedores nacionales y el 37,70 de los proveedores extranjeros cumplen con sus compromisos entre el 81 y 100 por ciento.

- Sección 3: Apertura comercial

Un 95,08 por ciento de las empresas encuestadas no realizan exportaciones, mientras que el 4,92 si lo hacen a través de terceros y directamente. De las tres empresas que exportan, dos de ellas mantienen registro de exportador. Los productos exportados son: machetes, lana de acero, escalerillas, coches y lockers.

Los países a los que se pretende llegar con el producto son México y Perú. La principal dificultad para entrar en esos mercados son los aranceles.

Los aranceles como costo, influyen entre un 0 y 10 por ciento al valor de las exportaciones de los productos.

- Sección 4: Gobierno

El incentivo que perciben en un porcentaje mayor son los créditos con un 40,32 por ciento para la creación de PYMEs. Sin embargo el 48,39 de la muestra indica no conocer ningún tipo de incentivo que entregue el gobierno.

El 95,08 de las empresas encuestadas desconoce las políticas gubernamentales que facilitan al sector su inserción en el comercio mundial. El 3,28 por ciento afirma que el control de los aranceles favorece al comercio exterior.

El 69,35 por ciento desconoce si existe alguna política de gobierno para mejorar la competitividad del subsector, sin embargo el 16,13 afirma existen leyes, capacitación y exoneración de aranceles representados con el 8,06 y 3,23 por ciento respectivamente.

El 80,33 por ciento de las empresas indican no saber ni conocer la incidencia de la política tributaria dentro del subsector CIIU C25; el 54,10 indica que la política financiera incide de manera positiva; el 72,13 por ciento afirma no saber ni conocer la influencia de la política laboral. En cuanto a las políticas de comercio exterior el 95,08 desconoce la influencia dentro del subsector.

Las empresas encuestadas han indicado que el impacto que generan los servicios básicos en los costos de los productos generados oscilan entre el 1 al 10 por ciento dentro de la utilidad final. Tomando en cuenta energía el 77,05 de las empresas, agua 96,72; telefonía 81,97 e internet 50,82 por ciento afirman mantenerse dentro del rango anteriormente mencionado.

- Sección 5: De las instituciones.

Las principales instituciones públicas con las que se encuentran vinculadas son: Servicio de Rentas Internas (SRI); Empresa Eléctrica Quito (EEQ); Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS); Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT); todas estas instituciones en casi el 100% de vinculación ya que las nuevas normas del Gobierno las exigen para no tener sanciones, inclusive penales.

Para el 98,36 por ciento de las empresas analizadas, el nivel de satisfacción con los servicios brindados por parte de las instituciones públicas oscila entre el 76 al 100 por ciento. Mientras que tan solo el 1,64 por ciento de la muestra indica el nivel de satisfacción esta entre el 51 al 75 por ciento.

El 55,74 por ciento señalan que el Instituto Ecuatoriano de propiedad Intelectual protege la ley de propiedad privada a través de la Ley de Propiedad Intelectual.

De las empresas encuestadas, el 65,63 por ciento se encuentran afiliadas a la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha y el 21,88 la Cámara de Comercio de Quito. Las empresas establecen que la formación de defensa de sus intereses logra a través de agremiaciones, capacitaciones y ferias. El 33,33 por ciento indica no saber ni conocer asociaciones que defiendan los intereses de las empresas.

El 44,44 por ciento de las empresas indica no saber ni conocer en qué sentido influye la inseguridad y la corrupción en el ejercicio de sus actividades de la empresa, sin embargo; el 28,57 de las empresas indican existe una reducción de las ventas y el 15,87 afirma tener inconvenientes con los trámites debido a la corrupción en las instituciones públicas.

- Sección 6: Infraestructura Física

Respecto a la calidad y disponibilidad de transporte terrestre, marítimo y aéreo, 38 empresas califican como muy bueno. En cuanto a telecomunicaciones también lo califican de muy bueno. De igual forma la distribución de energía y gas las 33 califican como muy bueno, al igual que los servicios sanitarios.

Las empresas indican que si contribuyen entre un 0 al 25 por ciento en programas terrestres, marítimos, puertos y aeropuertos, telecomunicaciones, distribución de energía eléctrica, gas, y servicios sanitarios.

- Sección 7: Mercado Financiero

Los productos del sistema financiero que utilizan las empresas están destinados a actividades como compra de maquinaria con el 51,09 por ciento, el 19,57 para pago a proveedores y el 9,78 por ciento lo usa para capital de trabajo.

El 36,27 por ciento de las empresas analizadas determinan las necesidades financieras a través de flujo de fondos / presupuesto de caja; y el 23,53 para liquidez y rentabilidad.

El 4,91 por ciento de los créditos otorgados correspondientes a entidades del estado el 95,08 a entidades privadas.

Los cambios tecnológicos, la reestructuración industrial y la investigación y desarrollo se financian con los bancos privados en un 63,93 por ciento, seguidos por fondo propio con 8,20. Sin embargo, el 21,31 por ciento indica no conocer que organismos colaboran con las actividades antes mencionada.

- Sección 8: Eficiencia del Mercado Laboral

Según la investigación realizada, el 46,95 por ciento del personal que trabaja en las empresas del Subsector CIU C25 tienen formación académica secundaria. Las principales destrezas y habilidades que les

caracteriza son la agilidad en el manejo de maquinaria, responsabilidad, conocimientos técnicos y habilidades de soldadura.

El 34,43 por ciento de las empresas miden la eficiencia y productividad de su fuerza laboral a través de indicadores de producción y el 25,41 a través del cumplimiento de objetivos.

El nivel de productividad que tiene la fuerza laboral del subsector es considerada como “muy buena” con un 90,16 por ciento y “buena” con un 9,84.

Los aspectos que estimulan la productividad son: la política salarial con el incremento obligatorio del salario representa el 70,49 por ciento y el 24,59 por el reconocimiento del desempeño de los empleados.

Ninguna de las empresas analizadas su personal pertenece a un sindicato.

La relación entre trabajadores y empleados es “muy buena” en un 67,21 por ciento y “buena” en un 32,79 por ciento.

El 65,67 por ciento considera que la capacitación es el principal programa de desarrollo personal y profesional dentro de las empresas. En contradicción a lo dicho el 10,45 señala que no tienen ningún programa ni política al respecto.

Un 83,61 por ciento de representantes de las empresas encuestadas afirman que la ley laboral influye positivamente en cumplir lo ordenado por el Estado en relación a procesos de contratación y afiliación al IESS el 3,28 indica se incrementó la afiliación al IESS

- Sección 9: Desarrollo Tecnológico

El 36,07 por ciento de las empresas encuestadas señalan que la competencia dispone maquinaria nueva y actualizada, el 3,28 sistemas de diseño y el 60,66 por ciento no tiene fortalezas tecnológicas.

El 88,52 por ciento de las empresas encuestadas no han realizado ningún cambio en productos ni en procesos a través de copias a la competencia, mientras que el 6,56 por ciento sí realizaron copias en los procesos de fabricación.

En el área de marketing el 65,57 por ciento no ha realizado ninguna innovación, en el área administrativa el 85,25; en la financiera un 93,44, en producción el 47,54 y en cuanto a recursos humanos el 49,18 por ciento.

Respecto al nivel de flexibilidad de los directivos para adoptar cambios, en su mayoría es “muy bueno” con un 63,93 por ciento, el 32,79 lo considera “bueno” y el 3,28 por ciento “regular”.

El 55,56 por ciento de las empresas adquieren maquinaria nueva, el 31,75 compran maquinaria usada en buen estado y el 12,70 adquieren la más moderna del mercado.

El 38,71 por ciento de las empresas encuestadas no realizan actividades para promover la creatividad y la innovación; el 33,87 hace análisis de “investigación y desarrollo”, y el 8,06 por ciento contrata personal calificado para enfocarse en el mejoramiento de procesos.

El 8,20 por ciento de las empresas tienen productos patentados y el 3,28 han patentado los procesos.

El 93,44 por ciento de las empresas analizadas no conocen programas que ofrezcan las universidades para mejorar la competitividad. Solo el 6,56 por ciento indica haber participado y tener conocimiento de universidades que dan capacitación, tales como la Escuela Politécnica del Ecuador y la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

- Sección 10: Medio Ambiente

Los principales desechos y desperdicios generados por las empresas del Subsector CIU C25 son metálicos con el 59,53 por ciento, chatarra con el 35,82, gases líquidos y vidrio representados con el 1,49 por ciento.

El 98,36 por ciento de las empresas encuestadas afirman que los desperdicios tienen un bajo impacto en la ubicación geográfica donde se encuentran sus instalaciones.

El principal medio utilizado para el tratamiento de los desperdicios es el reciclaje con el 42,42 por ciento. El 36,36 por ciento indica la venta de chatarra y el 16,67 por ciento reutiliza los desperdicios.

El 96,72 por ciento de las empresas indican que no mantienen ningún tipo de plan de remediación. El 1,64 maneja un plan con un centro especializado de tratamiento de afluentes y el otro 1,64 por ciento tiene un plan de recolección ambiental. Algunas empresas indican que capacitan a su fuerza laboral para un buen manejo de los insumos y la reducción de desperdicios.

- Sección 11: Gestión Gerencial.

El 46,39 por ciento del equipo gerencial del CIU C25 tiene educación universitaria (Tercer Nivel), el 34,51 tiene especialización, 10,08 maestrías y el 9,02 por ciento representado por bachilleres.

El 54,10 por ciento indica no mantener ningún plan estratégico para enfrentar la competencia; sin embargo, el 45,90 indica si mantiene un plan.

Los presupuestos específicos más utilizados por las gerencias son presupuestos anuales de gastos, ventas y producción.

El 98,36 de las empresas si tienen misión y el 1,64 por ciento no tiene establecida.

Los objetivos estratégicos que desean alcanzar a mediano plazo son incremento de ventas con el 35,25 por ciento; mejorar la calidad de los productos 21,31, innovar productos el 10,66 y adquirir nueva maquinaria el 8,20 por ciento. Los objetivos son definidos por alta gerencia en un 65,57 por ciento.

Las principales acciones tomadas por la gerencia para mejorar la competitividad son analizar costos representada con el 36,76 por ciento, reducción de desperdicios 27,94 y el 16,18 por ciento no tiene establecidas las estrategias.

El 51,52 por ciento de las empresas afirman que la planificación y el control son las principales actividades de la cadena de valor. El 25,76 por ciento no sabe que actividades conforman la cadena de valor y el 22,73 indica la actividades que agregan valor son producción, venta y distribución.

6.1.2 Relativas a las Brechas Competitivas

- Sección 1: Mercado

Los factores de éxito tomados en cuenta para determinar el grado de competencia del mercado ecuatoriano fueron: El 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.

Éstos factores tienen una calificación ponderada de 1,74 sobre cuatro y su equivalente WEF 3,05 sobre 7. Esta valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad menos importante.

Los factores de éxito mejor calificados son Estado del desarrollo de clúster con 2,80 sobre cuatro y 4,90 sobre siete. Y el otro es Grado de dominio del mercado nacional con 2,60 sobre cuatro y 4,55 sobre siete.

CUADRO No. 180
BRECHAS COMPETITIVAS SECCIÓN 1: MERCADO

FACTORES DE ÉXITO	Calificación ponderada/4	Equivalente Índice WEF
10.01 Índice del tamaño del mercado nacional	1,40	2,45
6.15 Sofisticación del comprador	1,32	2,31
11.04 Naturaleza de la ventaja competitiva nacional	2,20	3,85
6.02 Grado de dominio del mercado nacional	2,60	4,55
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 clúster (Expansión)	2,80	4,90
12.01 Capacidad de innovación	1,00	1,75
TOTAL	13,92	24,36
CALIFICACIÓN PROMEDIO	1,74	3,05

Fuente: Datos capítulo 5

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- Sección 2: Mercadeo

Los factores de éxito tomados en cuenta para determinar el grado de competencia del mercado ecuatoriano fueron: grado de comercialización, grado de orientación al cliente y calidad de los proveedores locales; los mismo que en promedio tienen una calificación ponderada 2,72 sobre cuatro y su equivalente WEF 4,75 sobre siete. Esta valoración significa que se encuentra entre una situación de fortaleza menos importante.

El factor de mayor ponderación es calidad de proveedores con 3,40 sobre cuatro y su equivalente WEF 5,95.

CUADRO No. 181
BRECHAS COMPETITIVAS SECCIÓN 2: MERCADEO

FACTORES DE ÉXITO	Calificación ponderada / 4	Equivalente Índice WEF
11.08 Grado de Comercialización	2,75	4,81
6.14 Grado de Orientación al cliente	2,00	3,50
11.02 Calidad de proveedores	3,40	5,95
TOTAL	8,15	14,26
CALIFICACIÓN PROMEDIO	2,72	4,75

Fuente: Datos capítulo 5

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- 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 en la materia prima, alcance y efecto de los impuestos de productos terminados y peso de las regulaciones gubernamentales.

En promedio estos factores tienen una calificación ponderada de 1,23 sobre cuatro y su equivalente WEF 2,16 sobre 7. Lo que significa que se encuentra entre una situación de debilidad muy imprtante.

Para obtener la ponderación no se tomó en cuenta los factores con calificación 0,00.

CUADRO No. 182
BRECHAS COMPETITIVAS SECCIÓN 3: APERTURA
COMERCIAL

FACTORES DE ÉXITO	Calificación ponderada /4	Equivalente Índice WEF
10.02 Índice del tamaño del mercado extranjero	1,90	3,33
6.10 Aranceles	0,80	1,40
6.04 Alcance y efecto de los impuestos para Materia Prima	0,00	0,00
6.04 Alcance y efecto de los impuestos para productos terminados	0,00	0,00
1.09 Peso de las regulaciones gubernamentales	1,00	1,75
TOTAL	3,70	6,48
CALIFICACIÓN PROMEDIO	1,23	2,16

Fuente: Datos capítulo 5

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- Sección 4: Gobierno

Los factores de éxito tomados en cuenta para el grado de competencias del gobierno ecuatoriano fueron: requisitos para iniciar un negocio, transparencia en las políticas de gobierno, eficacia de los ministerios públicos.

Estos factores tienen en promedio una calificación ponderada de 1,43 sobre cuatro y su equivalente WEF 2,51 sobre siete. Ésta valoración significa que el factor se encuentra en una situación de debilidad muy importante.

CUADRO No. 183
BRECHAS COMPETITIVAS SECCIÓN 4: GOBIERNO

FACTORES DE ÉXITO	Calificación ponderada /4	Equivalente Índice WEF
6.06 Requisitos para iniciar un negocio	1,5	2,63
1.12 Transparencia en las políticas del gobierno	1,25	2,19
1.19 Eficacia De Los Ministerios Públicos	1,55	2,71
TOTAL	4,30	7,53
CALIFICACIÓN PROMEDIO	1,43	2,51

Fuente: Datos capítulo 5

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- Sección 5: De las Instituciones

Los factores de éxito que determinan 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, que en promedio tienen una calificación ponderada de 2,17 sobre cuatro y su equivalente WEF 3,79 sobre siete.

Esta valoración significa que se encuentra en una situación de debilidad menos importante.

CUADRO No. 184
BRECHAS COMPETITIVAS SECCIÓN 5: DE LAS INSTITUCIONES

FACTORES DE ÉXITO	Calificación Ponderada /4	Equivalente Índice WEF
1.04 Confianza del público en el gobierno	2,20	3,85
1.02 Protección de la propiedad intelectual	2,70	4,73
1.14 Costos de la delincuencia y la violencia en las empresas	1,60	2,80
TOTAL	6,50	11,38
CALIFICACIÓN PROMEDIO	2,17	3,79

Fuente: Datos capítulo 5

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- 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 2,34 sobre cuatro y su equivalente WEF 4,10 sobre siete. Esta valoración significa que se encuentra como debilidad menos importante.

CUADRO No. 185
BRECHAS COMPETITIVAS SECCIÓN 6: INFRAESTRUCTURA FÍSICA

FACTORES DE ÉXITO	Calificación ponderada /4	Equivalente Índice WEF
2.01 Calidad general de la infraestructura	2,34	4,10
TOTAL	2,34	4,10
CALIFICACIÓN PROMEDIO	2,34	4,10

Fuente: Datos capítulo 5

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- Sección 7: Mercado Financiero

Para el grado de competencia del mercado financiero ecuatoriano se tomaron como: La facilidad del acceso a créditos, financiamiento a través del mercado local de capitales, disponibilidad de los servicios financieros y restricción en los flujos de capital.

La calificación ponderada de estos factores alcanzo 1,55 sobre cuatro y su equivalente WEF 2,71 sobre siete. Esta valoración significa una debilidad menos importante.

CUADRO No. 186
BRECHAS COMPETITIVAS SECCIÓN 7: MERCADO
FINANCIERO

FACTORES DE ÉXITO	Calificación ponderada /4	Equivalente Índice WEF
8.04 Facilidad de acceso al crédito	1,60	2,80
8.03 Financiamiento a través del mercado local de capital	1,60	2,80
8.01 Disponibilidad de los servicios financieros	1,00	1,75
8.06 Restricción en los flujos de capital	2,00	3,50
TOTAL	6,20	10,85
CALIFICACIÓN PROMEDIO	1,55	2,71

Fuente: Datos capítulo 5

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- Sección 8: Eficiencia del Mercado Laboral

Los factores 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.

Estos factores tienen una calificación ponderada de 1,90 sobre cuatro y su equivalente WEF 3,21 sobre siete, Esta valoración equivale a una debilidad menos importante.

CUADRO No. 187
BRECHAS COMPETITIVAS SECCIÓN 8: EFICIENCIA DEL
MERCADO LABORAL

FACTORES DE ÉXITO	Calificación ponderada /4	Equivalente Índice WEF
5.02 Tasa de matriculación en la educación superior	1,00	1,05
7.06 Paga y productividad	2,15	3,77
7.02 Flexibilidad en la determinación de los salarios	1,35	2,36
7.01 Cooperación en las relaciones empleador-trabajador	2,10	3,68
5.07 Disponibilidad local de formación y servicios de investigación	2,80	4,90
7.04 Prácticas de contratación y despido	2,00	3,50
TOTAL	11,40	19,26
CALIFICACIÓN PROMEDIO	1,90	3,21

Fuente: Datos capítulo 5

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- Sección 9: Desarrollo Tecnológico

Los factores de éxito tomados en cuenta para determinar el grado de competencia del desarrollo tecnológico 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; que en promedio tienen una calificación ponderada de 1,10 sobre cuatro y su equivalente WEF 1,93 sobre siete, considerando así una debilidad muy importante.

El factor más importante es Capacidad de Innovación con una calificación ponderada de 1,90 sobre 4 o su equivalente WEF 3,33 sobre siete.

CUADRO No. 188
BRECHAS COMPETITIVAS SECCIÓN 9: DESARROLLO
TECNOLÓGICO

FACTORES DE ÉXITO	Calificación ponderada /4	Equivalente Índice WEF
9.01 Disponibilidad de las últimas tecnologías	0,85	1,49
9.02 Nivel de la empresa en absorción de tecnología	1,25	2,19
12.01 Capacidad de innovación	1,90	3,33
12.04 Colaboración Universidad-Industria en I&D	0,50	0,88
1.01 Derechos de propiedad	1,00	1,75
TOTAL	5,50	9,64
CALIFICACIÓN PROMEDIO	1,10	1,93

Fuente: Datos capítulo 5

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

- Sección 10: Gestión Gerencial.

Los factores de éxito tomados en cuenta para determinar el grado de competencia de la gestión gerencial fueron: disposición para delegar autoridad y amplitud de cadena de valor; que en promedio tienen una calificación ponderada de 2,43 y su equivalente WEF de 4,25 sobre siete; teniendo en cuenta que es una debilidad menos importante.

CUADRO No. 189
BRECHAS COMPETITIVAS SECCIÓN 10: GESTIÓN
GERENCIAL

FACTORES DE ÉXITO	Calificación ponderada /4	Equivalente Índice WEF
11.09 Disposición para delegar autoridad	2,55	4,46
11.05 Amplitud de la cadena de valor	2,30	4,03
TOTAL	4,85	8,49
CALIFICACIÓN PROMEDIO	2,43	4,25

Fuente: Datos capítulo 5

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

6.1.3 Relativas a los Pilares WEF

- Primer Pilar: Instituciones

Ecuador, en este primer pilar de las instituciones tiene un índice de 3,20 y el subsector CIU C25: fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo tiene un índice de 2,83 lo que refleja que mantiene una tendencia similar al nivel nacional.

CUADRO No. 190
PRIMER PILAR: INSTITUCIONES

CODIGO	FACTORES DE ÉXITO	EQUIVALENTE	INDICE
		INDICE WEF CIU C25	WEF ECUADOR
1.01	Derechos de propiedad	1,75	3,40
1.04	Confianza del público en el gobierno	3,85	2,60
1.02	Protección de la propiedad intelectual	4,73	2,80
1.09	Peso de las regulaciones gubernamentales	1,75	3,00
1.12	Transparencia en las políticas del gobierno	2,19	4,00
1.14	Costos de la delincuencia y la violencia en las empresas	2,80	4,40
1.19	Eficacia De Los Ministerios Públicos	2,71	4,00
	TOTAL	19,78	
	CALIFICACIÓN PROMEDIO	2,83	3,46

Fuente: Datos capítulo 5

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

(Nota: El promedio del Índice WEF Ecuador esta dado por la suma de todos los componentes que conforman el pilar instituciones).

- Segundo Pilar: Infraestructura

Ecuador, en el segundo pilar de la infraestructura tiene un índice de 3,50 y el subsector CIU C25 tiene un índice de 4,10.

CUADRO No. 191
SEGUNDO PILAR: INFRAESTRUCTURA

CODIGO	FACTORES DE ÉXITO	EQUIVALENTE	INDICE
		INDICE WEF CIU C25	WEF ECUADOR
2.01	Calidad general de la infraestructura	4,10	3,90
	TOTAL	4,10	
	CALIFICACIÓN PROMEDIO	4,10	3,50

Fuente: Datos capítulo 5

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

(Nota: El promedio del Índice WEF Ecuador esta dado por la suma de todos los componentes que conforman el pilar infraestructura)

- Quinto pilar: Formación y educación superior.

En el quinto pilar Ecuador tiene un índice de 3,80 y el Subsector CIU C25 Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo tiene un índice 2,98.

CUADRO No. 192**QUINTO PILAR: FORMACIÓN Y EDUCACIÓN SUPERIOR**

CODIGO	FACTORES DE ÉXITO	EQUIVALENTE	INDICE
		INDICE WEF CIU C25	WEF ECUADOR
5.02	Tasa de matriculación en la educación superior	1,05	39,80
5.07	Disponibilidad local de formación y servicios de investigación	4,90	3,06
	TOTAL	5,95	
	CALIFICACIÓN PROMEDIO	2,98	3,80

Fuente: Datos capítulo 5

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

(Nota: El promedio del Índice WEF Ecuador esta dado por la suma de todos los componentes que conforman el pilar Formación y Educación Superior).

- Sexto pilar: Eficiencia de los bienes del mercado.

En el sexto pilar Ecuador tiene un índice WEF de 3,70 mientras que el subsector CIU C25 tiene un índice de 2,71. En este pilar no se está tomando en cuenta el factor 6.04 para la ponderación ya que tienen valor 0,00.

CUADRO No. 193**SEXTO PILAR: EFICIENCIA DE LOS BIENES DEL MERCADO**

CODIGO	FACTORES DE ÉXITO	EQUIVALENTE	INDICE
		INDICE WEF CIU C25	WEF ECUADOR
6.01	Intensidad de la competencia local	1,75	4,30
6.02	Grado de dominio del mercado nacional	4,55	3,10
6.04	Alcance y efecto de los impuestos para Materia Prima	0,00	0,00
6.04	Alcance y efecto de los impuestos para productos terminados	0,00	0,00
6.06	Requisitos para iniciar un negocio	2,63	13,00
6.09	Prevalencia de las barreras comerciales-nacionales	2,80	3,20
6.10	Aranceles	1,40	7,20
6.14	Grado de Orientación al cliente	3,50	3,80
6.15	Sofisticación del comprador	2,31	3,40
	TOTAL	18,94	
	CALIFICACIÓN PROMEDIO	2,71	3,70

Fuente: Datos capítulo 5

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

(Nota: El promedio del Índice WEF Ecuador esta dado por la suma de todos los componentes que conforman el pilar eficiencia de los bienes del mercado).

- Séptimo pilar: Eficiencia del mercado laboral

En éste séptimo pilar de eficiencia del mercado laboral tiene un índice de 3,50; mientras que en el subsector CIU C25 tiene un índice de 3,33.

CUADRO No. 194**SÉPTIMO PILAR: EFICIENCIA DEL MERCADO LABORAL**

CODIGO	FACTORES DE ÉXITO	EQUIVALENTE	INDICE WEF
		INDICE WEF CIU C25	ECUADOR
7.01	Cooperación en las relaciones empleador- trabajador	3,68	3,90
7.02	Flexibilidad en la determinación de los salarios	2,36	4,10
7.04	Prácticas de contratación y despido	3,50	3,10
7.06	Paga y productividad	3,77	3,30
	TOTAL	13,31	
	CALIFICACIÓN PROMEDIO	3,33	3,50

Fuente: Datos capítulo 5

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

(Nota: El promedio del Índice WEF Ecuador esta dado por la suma de todos los componentes que conforman el pilar eficiencia del Mercado Laboral).

- Octavo pilar: Desarrollo del mercado financiero

En el octavo pilar Ecuador tiene un índice de 3,60; mientras que el subsector analizado CIU C25 tiene un índice de 2,71.

CUADRO No. 195
OCTAVO PILAR: DESARROLLO DEL MERCADO
FINANCIERO

CODIGO	FACTORES DE ÉXITO	EQUIVALENTE	INDICE
		INDICE WEF CIU C25	WEF ECUADOR
8.01	Disponibilidad de los servicios financieros	1,75	4,10
8.03	Financiamiento a través del mercado local de capital	2,80	3,30
8.04	Facilidad de acceso al crédito	2,80	2,80
8.06	Restricción en los flujos de capital	3,50	2,60
	TOTAL	10,85	
	CALIFICACIÓN PROMEDIO	2,71	3,60

Fuente: Datos capítulo 5

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

(Nota: El promedio del Índice WEF Ecuador esta dado por la suma de todos los componentes que conforman el pilar Desarrollo del Mercado Financiero).

- Noveno pilar: Preparación tecnológica.

En este noveno pilar Ecuador en el índice WEF tiene una calificación de 3,60; mientras que el subsector CIU C25 tiene un índice de 1,84 muy debajo del análisis WEF.

CUADRO No. 196
NOVENO PILAR: PREPARACIÓN TECNOLÓGICA

CODIGO	FACTORES DE ÉXITO	EQUIVALENTE	INDICE
		INDICE WEF CIU C25	WEF ECUADOR
9.01	Disponibilidad de las últimas tecnologías	1,49	4,50
9.02	Nivel de la empresa en absorción de tecnología	2,19	4,30
	TOTAL	3,68	
	CALIFICACIÓN PROMEDIO	1,84	3,60

Fuente: Datos capítulo 5

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

(Nota: El promedio del Índice WEF Ecuador esta dado por la suma de todos los componentes que conforman el pilar Preparación Tecnológica).

- Décimo pilar: Tamaño del mercado

En el décimo pilar WEF Ecuador tiene una calificación de 3,90, mientras que en análisis realizado del subsector CIU C25 tiene un índice de 2,32.

CUADRO No. 197
DÉCIMO PILAR: TAMAÑO DEL MERCADO

CODIGO	FACTORES DE ÉXITO	EQUIVALENTE	INDICE
		INDICE WEF CIU C25	WEF ECUADOR
10.01	Índice del tamaño del mercado nacional	2,45	3,70
10.02	Índice del tamaño del mercado extranjero	2,19	4,40
	TOTAL	4,64	
	CALIFICACIÓN PROMEDIO	2,32	3,90

Fuente: Datos capítulo 5

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

(Nota: El promedio del Índice WEF Ecuador esta dado por la suma de todos los componentes que conforman el pilar Tamaño del mercado)

- Décimo primer pilar: Satisfacción de la empresa

En el décimo primer pilar Ecuador obtiene un índice de 3,70 y el subsector analizado CIU C25 fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo obtuvo un índice de 4,67 lo que indica está sobre el índice WEF.

CUADRO No. 198
DÉCIMO PRIMER PILAR: SOFISTICACIÓN DE LA EMPRESA

CODIGO	FACTORES DE ÉXITO	EQUIVALENTE	INDICE WEF
		INDICE WEF CIU C25	INDICE WEF ECUADOR
11.02	Calidad de proveedores	5,95	4,10
11.03	Estado del desarrollo de clúster (Expansión)	4,90	3,50
11.04	Naturaleza de la ventaja competitiva nacional	3,85	3,20
11.05	Amplitud de la cadena de valor	4,03	3,40
11.08	Grado de Comercialización	4,81	3,70
11.09	Disposición para delegar autoridad	4,46	3,50
	TOTAL	28,00	
	CALIFICACIÓN PROMEDIO	4,67	3,70

Fuente: Datos capítulo 5

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

(Nota: El promedio del Índice WEF Ecuador esta dado por la suma de todos los componentes que conforman el pilar Sofisticación de la empresa).

- Décimo segundo pilar: Innovación

En este décimo segundo pilar de innovación Ecuador tiene un índice WEF de 3,00; mientras que el subsector CIU C25 tiene un índice de 1,99 muy debajo del índice WEF.

CUADRO No. 199
DÉCIMO SEGUNDO PILAR: INNOVACIÓN

CODIGO	FACTORES DE ÉXITO	EQUIVALENTE	INDICE
		INDICE WEF CIU C25	WEF ECUADOR
12.01	Capacidad de innovación	1,75	3,00
12.01	Capacidad de innovación	3,33	3,00
12.04	Colaboración Universidad-Industria en I&D	0,88	3,40
	TOTAL	5,96	
	CALIFICACIÓN PROMEDIO	1,99	3,00

Fuente: Datos capítulo 5

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

(Nota: El promedio del Índice WEF Ecuador esta dados por la suma de todos los componentes que conforman el pilar Innovación).

6.1.4 Índice de Competitividad Global

En el cuadro que esta 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 C25: Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo.

Dentro de este contexto los “requerimientos básicos” a nivel nacional obtuvieron una calificación en el índice WEF de 4,40 mientras que el subsector CIU C25 obtuvo un 3,50; lo cual genera una brecha de 0,96.

Los factores “promotores de eficiencia en el Ecuador” tienen una calificación de 3,70 en el índice WEF, sin embargo el subsector CIU C25 tiene una calificación de 2,60; una diferencia del 1,1 del obtenido a nivel nacional.

En cuanto a los factores de innovación y sofisticación, la calificación obtenida a nivel nacional es de 3,40 y la calificación del subsector CIU C25 es de 3,30 inferior en 0,10 al de la WEF.

CUADRO No. 200
ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD GLOBAL

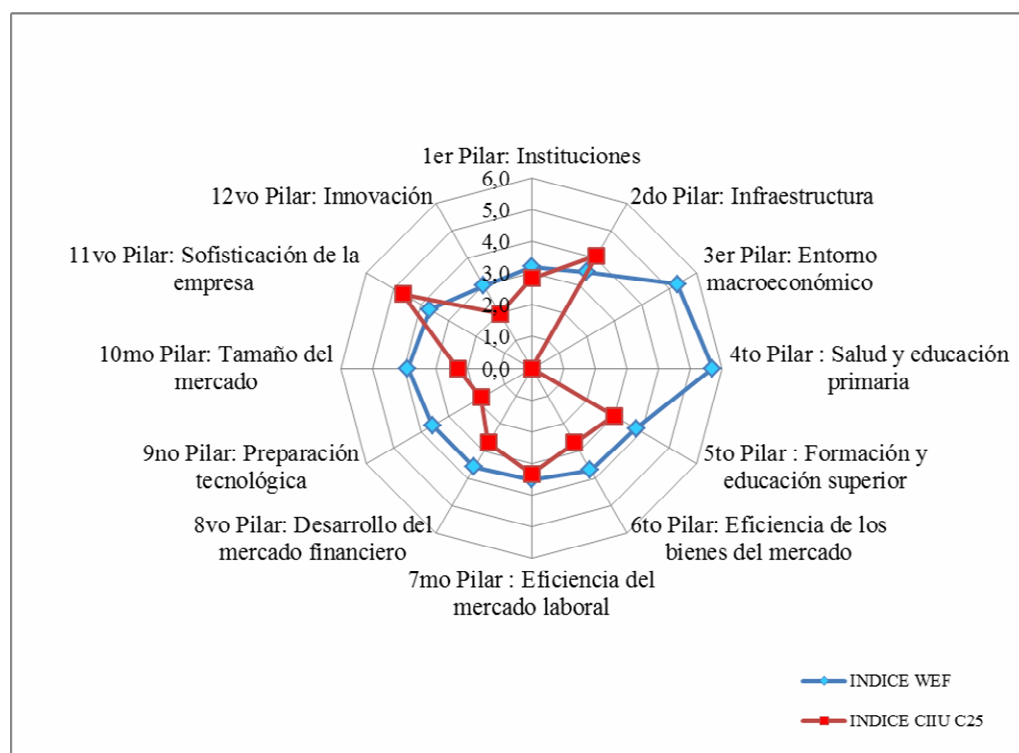
ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD GLOBAL	SCORE (1 - 7)	
	ECUADOR	CIU C25
REQUERIMIENTO BÁSICO	4,40	3,50
1er Pilar: Instituciones	3,20	2,80
2do Pilar: Infraestructura	3,50	4,10
3er Pilar: Entorno macroeconómico	5,30	*
4to Pilar: Salud y educación primaria	5,70	*
PROMOTORES DE EFICIENCIA	3,70	2,60
5to Pilar: Formación y educación superior	3,80	3,00
6to Pilar: Eficiencia de los bienes del mercado	3,70	2,70
7mo Pilar: Eficiencia del mercado laboral	3,50	3,30
8vo Pilar: Desarrollo del mercado financiero	3,60	2,70
9no Pilar: Preparación tecnológica	3,60	1,80
10mo Pilar: Tamaño del mercado	3,90	2,30
FACTORES DE INNOVACIÓN Y SOFISTICACIÓN	3,40	3,30
11vo Pilar: Sofisticación de la empresa	3,70	4,70
12vo Pilar: Innovación	3,00	2,00

Fuente: Datos capítulo 5

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

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 C25.

GRÁFICO No. 133
APROXIMACIÓN A LA BRECHA COMPETITIVA
ECUADOR - CIU C25



Fuente: Fuente: Datos capítulo 5

Elaborado por: Evelyn Navarrete / Fausto Bayas

6.2 RECOMENDACIONES

6.2.1 Al gobierno

Después de haber analizado el desarrollo del presente trabajo y concluido lo antes mencionado, se recomienda al gobierno:

- Incentivar el comercio exterior mediante nuevas normas que generen mayor exportación de los productos. Se puede efectuar mediante la disminución de aranceles a la producción.
- Generar reformas tributarias dependiendo el tamaño de las empresas, para así incentivar a la creación de nuevas empresa y las ya establecidas incrementen su nivel de producción.
- Dar a conocer a las PYMEs los beneficios incluidos en el Código de la producción para que puedan hacer un correcto uso de los mismos en pro del desarrollo de la industria.
- Promover procesos que permitan incorporar alta tecnología a las PYMEs para fomentar la competitividad entre las empresas y por tal motivo incrementar los niveles de productividad y estándares de calidad.
- Implementar controles en las instituciones públicas para que se disminuya la corrupción y burocracia en los trámites que son necesarios para crear y mantener una empresa.
- Otorgar mayor facilidad crediticia de Instituciones Financieras públicas a las PYMEs del subsector CIU C25 con el objetivo de incrementar el capital de trabajo y así generar mayores fuentes de trabajo lo que permitirá reducir el índice de desempleo en el país.

6.2.2 A la Cámara de la Pequeña Industria

- Informar mensualmente por escrito o vía correo electrónico, sobre las oportunidades que ofrece el Gobierno Nacional en relación al mercado, tecnología y al comercio exterior.
- Realizar capacitaciones y seminarios con personal altamente calificado que difundan estrategias y procesos nuevos para poder aplicar en las PYMEs ecuatorianas.
- Brindar asesoría tributaria, legal y laboral a las PYMEs para facilitar el manejo administrativo y evitar posibles sanciones por el desconocimiento sobre éstos ámbitos.
- Crear una base de datos de las empresas que conforman el Subsector CIIU C25 para poder generar estadísticas reales de los datos de cada empresa con el fin de poder realizar estudios exactos en un futuro.
- Realizar acuerdos comerciales con organizaciones internacionales con el objetivo de dar conocer el producto Ecuatoriano y fomentar alianzas que permitan aumentar las exportaciones hacia nuevos países.
- Crear alianzas estratégicas que promuevan acuerdos comerciales entre empresas con el objetivo de beneficiarse mutuamente en ámbitos de compra y venta de Materia Prima, Maquinaria.

- Brindar capacitaciones a las empresas de acuerdo a las necesidades de cada una, tomando en cuenta el clúster al que pertenece.
- Crear publicaciones de estudios realizados por las universidades para que las empresas tengan accesos a los resultados que estos arrojen; con el objetivo de ponerlos en práctica o corregir aspectos que no beneficien a las empresas.

6.2.3 A las PYMEs del Distrito Metropolitano de Quito

- Asignar un presupuesto para investigación y desarrollo en las PYMEs y así tener una visión de nuevas tendencias en procesos de producción y generar productos de mayor calidad.
- Implementar un plan estratégico para conocer las fortalezas de la competencia y que afectan directamente a la empresa.
- Fomentar políticas que generen un buen ambiente laboral dentro de cada empresa que incentiven al personal a realizar un trabajo de calidad.
- Establecer un plan de mercadeo continuo y analizar los resultados, para poder expandirse en el mercado nacional.
- Realizar un estudio de mercados extranjeros con el objetivo de expandirse internacionalmente y conocer cuáles son los requisitos que tiene cada país para el ingreso de nuevos productos.

- Capacitar constantemente al personal con el fin de actualizar sus conocimientos y se puedan desenvolver de una mejor manera en sus funciones y que esto genere una mayor productividad.
- Llevar un adecuado control contable, financiero y laboral con el objetivo de cumplir todas las exigencias que diferentes instituciones del Estado obligan a las empresas.
- De acuerdo a la investigación realizada, las empresas deben generar cambios en áreas administrativas, financieras para tener mejores resultados internos.
- Patentar todos sus productos y procesos con el fin de que no sean copiados por la competencia local, de esta forma se pone una traba para que otras empresas copien exactamente los productos y procesos de la empresa.

6.2.4 A la Pontificia Universidad Católica del Ecuador

- Educar a los estudiantes con una visión empresarial y emprendedora para la creación de nuevas empresas con responsabilidad social y ética.
- Generar nuevos proyectos de investigación que den a conocer la situación actual de los sectores productivos en el país en busca de mejoras.

- Mantener una relación con las PYMEs ofreciendo apoyo de capacitación y asesoría continuo en áreas como financiera, marketing, productividad, contabilidad y auditoría.
- Incentivar a los estudiantes a realizar pasantías en las PYMEs y puedan brindar sus conocimientos actualizados con respecto a la competitividad micro empresarial.
- Crear cursos de capacitación a costos accesibles, dirigidos al personal de las PYMEs que necesiten mejorar sus conocimientos en base a nuevas tendencias de producción.
- Analizar anualmente las PYMEs que conforman los sectores productivos para tener estadísticas actualizadas y poder comparar los cambios que se hayan generado dentro de cada periodo y así ofrecer recomendaciones para implementar mejoras en cada empresa.

BIBLIOGRAFIA

1. AMPRES y OTROS. (1997). *Libro blanco de la microempresa*. San Salvador, El Salvador: Editorial FOMMI. Noviembre 1997.
2. ANSOFF, I. (1985). *La dirección y su actitud ante el entorno*. Ediciones Deusto.
3. ANSOFF, Igor. (1997). *La dirección estratégica en la práctica empresarial*. U.S.A.: Addison-Wesley Iberoamericana.
4. BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. DIRECCION GENERAL DE ESTUDIOS. CONSEJO NACIONAL DE COMPETITIVIDAD. *Boletín de competitividad*. No. 1 Junio 2002.
5. BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO - BID. (1995). *Estrategia de Desarrollo Empresarial en Uruguay*. Washington D.C.
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. BRIONES, Carlos. (1998). *Microempresa y transformación productiva*. San Salvador, El Salvador: FLACSO.
8. BUENO CAMPOS, Eduardo. (1996). *Dirección Estratégica de la Empresa*. Madrid - España: Ediciones Pirámide. S.A.
9. 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*. San José, Costa Rica: Oficina Internacional del Trabajo (OIT), PRONAMYPE, PROMICRO. Febrero del 2000.
10. CASTILLO ARTAVIA, Geovanny y CHÁVEZ GÓMEZ, Luis Fernando. (2001). *PYMES: "Una oportunidad de desarrollo para Costa Rica"*. Costa Rica: FUNDES.
11. CASTRO MONGE, Ligia Maria y EVANGELINA GAVARRETE, Maglione. (1999). *Análisis de competitividad: Argentina, Brasil, Chile*. INCAE.
12. COLCYT, SELA CARACAS, VENEZUELA. *Comisión Latinoamericana de Ciencia y Tecnología del SELA*.
13. DÁVALOS, Marino y ESPINEL, Ximena. (1987). *Documento marco sobre las micro, pequeñas y medianas empresas*. Quito, Ecuador: Fundación Ecuador. 1998.

14. DELGOBBO, A. y KANTIS, H. (1991). *Competitividad e internacionalización de las PYMES metalmecánicas*. Estudios de caso en la provincia de Santa Fe, Programa CFI-CEPAL. Documento de Trabajo N° 27 (LC/BUE/R.164).
15. DELOITTE & TOUCHE. *Ecuador Competitivo 2009*.
16. DORYAN, Eduardo; DE PAULA GUTIÉRREZ, Francisco y LÓPEZ Grettel. INCAE. (Abril 1999). *Análisis del Reporte Global de la Competitividad para Centroamérica*.
17. ECUADOR. 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]. *Vitrina bibliográfica Universidad Andina Simón Bolívar*.
18. FEA UGO. (1995). *Competitividad es calidad total*. México: Editorial Alfaomega.
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*. México: Mc Graw Hill Osborne.
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*. Buenos Aires: Andina.
23. HINKELAMMER, Franz. (1999). *El huracán de la globalización*. San José. Costa Rica: Editorial DEI.
24. IANNI, Octavio. (1996). *Teorías de la Globalización*. México: Editorial Siglo XXI.
25. KAIZEN, Imai, M. (1989). *La clave de la ventaja competitiva japonesa*. Mexico: Ediciones Cecsca.
26. KATZ, J. (1983). *Estrategias y ventajas comparativas dinámicas*. Cuaderno 1, Buenos Aires: Fundación Blanco.
27. KATZ, J. y Otros. (1986). *Desarrollo y crisis de la capacidad tecnológica latinoamericana*. Buenos Aires: BID/CEPAL/CIID/PNUD.
28. KOSACOFF. *El desafío de la Competitividad*. Buenos Aires: CEPAL/Alianza.
29. LANUSSE, J. A. (1993). *Diagnóstico de la Pequeña y Mediana Industria en el Ecuador, Quito, Ecuador*. INSOTEC.
30. LEAL, Gastón y Otros. (1990). *Diagnostico de la micro y pequeña empresa en Costa Rica*. Costa Rica: IDESPO, Universidad Nacional. Heredia. 1989.

31. MERCADO RAMÍREZ, Ernesto. (1998). *Productividad base de la competitividad*. México: Limusa.
32. MINTZBERG, H. (1988). *El proceso estratégico, conceptos, contextos y caos*. Prentice Hall.
33. 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.
34. NASH, Michael. (1983). *Cómo incrementar la productividad del recurso humano*. Bogotá. Colombia: Editorial Norma.
35. OBSERVATORIO DE LAS PYMES ESPAÑA. [<http://www.ipyme.org/ES/publicaciones/Paginas/publicaciones.aspx>].
36. OBSERVATORIO DE LAS PYMES MEXICO. [<http://www.observatoriopyme.org/encuestas-y-estudios/cifras-de-pymes/>].
37. OBSERVATORIO DE REDES EMPRESARIALES DE BARRABES AMERICA - INNOVACIÓN. [<http://observatoriodesempresariales.wordpress.com/2011/02/15/pymes-generan-88-de-empleos-en-america-latina/>]. *Tecnologías de información y comunicación, internacionalización y nuevos emprendimientos*.
38. OBSERVATORIO PYME. UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR. *Informe macro social y económico II trimestre del 2010*. Superintendencia de Bancos y Seguros.
39. ORGANIZACIÓN LATINOAMERICANA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA - OLAMP. [<http://www.ipyme.org>].
40. PALLARES, Villegas, Z. (1996). *La Mediana y Pequeña Industria frente al Mundo*. Bogotá, Colombia: ACOPI.
41. PÉREZ, Cesar. (2001). *Técnicas estadísticas con SPSS*. Madrid, España: Prentice Hall.
42. PINEDA SERNA, Leonardo. (Septiembre de 1997). *Pequeña y mediana empresa retos y oportunidades frente a la globalización de la tecnología*. Documento para la ONUDI, vol.1, No. 1.
43. PORTER, M. E. 1985. *Ventaja competitiva, creación y sostenimiento de un desempeño superior*. México: Cecsca.
44. PORTER, Michael. (1996). *Estrategias Competitivas. Técnicas para el análisis de los Sectores Industriales y de la Competitividad*. México: Ed. CECOSA.
45. RESTREPO PUERTA, Fernando. (Febrero de 2001). *Gestión estratégica y competitividad microeconómica*. Documento para el MBA. Universidad Externado de Colombia, Facultad de Administración de Empresas.

46. RODRÍGUEZ, Leonardo. (1985). *Planificación, organización y dirección de la pequeña empresa*. Glenview, U.S.A.: Ed. Scott, Foresman and Company.
47. RUIZ DURÁN, Clemente. (1982). *Porter Estrategia Competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. Mexico: Cecsá.
48. RUIZ DURÁN, Clemente. (Junio de 1995). *La crisis del capitalismo global George Soros en Crecimiento e innovación en las micro y pequeñas empresas en comercio exterior*. Mexico
49. SENGE, Peter. (1990). *La quinta disciplina*. México: Editorial McGraw Hill.
50. THOMPSON, Arthur y STRICKLAND III A. J. (1994). *Dirección y Administración Estratégicas: Conceptos, Casos y Lecturas*. México: Ed. Mc Graw Hill.
51. TOFFLER, Alvin. (1993). *La tercera ola*. Barcelona: Editorial Plaza y Janés.
52. VILLARÁN, Fernando. (1997). *Vision estrategica para el desarrollo y la promocion de la pequeña empresa*. Informe Ejecutivo.
53. 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].

ANEXOS

DETALLE DE LAS EMPRESAS DE LA INVESTIGACIÓN

RUC	EMPRESA	CIU
1790001997001	CERRADURAS ECUATORIANAS SA CESA	25.93.25
1790006840001	TORNILLOS, PERNOS Y TUERCAS TOPESA S.A.	25.99.15
1790009521001	HERRAMIENTAS AGRICOLAS NACIONALES CIA LTDA HANSA	25.93.14
1790197948001	ANILEC CA	25.93.27
1790314839001	MARTE INDUSTRIAS CA	25.11.03
1790374858001	ESACONTROL S.A (ENIECUADOR) - TECNOESA S.A	25.12.02
1790457567001	GALO G. ORBEA O. C LTDA	25.99.15
1790468674001	SURIMAX C LTDA	25.99.24
1790676056001	BOBARCO C LTDA	25.11.01
1790780880001	ESTRUCTURAS DE ALUMINIO SA ESTRUSA	25.11.01
1790989151001	CLAVESLAGARD CIA. LTDA.	25.93.25
1791361342001	ESTRUCTURAS DE ACERO ESACERO S.A. - METALECTRO S.A	25.11.01
1791712145001	LEONCABLES CIA. LTDA.	25.99.12
1791768841001	METALBOSCO Cía. Ltda.	25.93.28
1791802128001	CENTRO DEL ACERO STEEL CENTER CIA. LTDA	25.11.02
1791965698001	SEMACAR CIA. LTDA	25.11.02
1709622979001	AUTOFERPA	25.12.01
1790382176001	IMECANIC	25.11.03
1790705455001	PROMYCEF CIA. LTDA	25.11.03
1790817423001	SISBAL S.A	25.93.27
1791304543001	ANDICONS CONSTRUCTOR	25.11.01
1791323025001	ESYCMET Cía. Ltda.	25.11.01
1792097967001	E-MANUFACTURING CIA. LTDA.	25.11.03
1790031829001	FABRICA ECUATORIANA DE CERRADURAS SOCIEDAD ANONIMA, FECSA	25.11.03
1790046869001	ESMETAL SA	25.11.02
1790151697001	ACEROS INOXIDABLES PERALTA CIA LTDA	25.93.27
1790212734001	METALURGICA ECUATORIANA CIA. LTDA.	25.12.03
1790241599001	SICOMELEC SA INDUSTRIAL PARA LA CONSTRUCCION DE APARATOS MECANICOS Y ELECTRICOS	25.93.27
1790283518001	CROMO Y NIQUEL DEL ECUADOR CIA LTDA	25.11.03
1790346463001	COMPANIA ECUATORIANA TECNICA ALARCON C LTDA	25.99.24
1790372499001	PERFILAM C LTDA	25.11.03
1790562905001	ARTIME ARTICULOS METALICOS ECUATORIANOS C LTDA	25.99.12

RUC	EMPRESA	CIU
1790605841001	FREYSE, INDUSTRIAS PARA LA CONSTRUCCION COMPAÑIA LIMITADA	25.11.03
1790673111001	INDUSTRIAS METALICAS FLORES ALVARADO SA INMEFA	25.11.03
1790764559001	TEPROMEC TECNOLOGIA Y PRODUCCIONES MECANICAS C. LTDA.	25.12.01
1790770990001	CALDERAS Y SERVICIOS DEL ECUADOR CALSER SA	25.12.03
1790989526001	SERVIMATH C. LTDA.	25.12.01
1791243226001	TECNOLOGIA MECANICA Y CONSTRUCCIONES TECNOMECH S.A.	25.11.03
1791434595001	INDUSTRIAS METALICAS VERGARA INDUMEVER CIA. LTDA.	25.12.03
1791904516001	ESTRUCTEC ESTRUCTURAS & TECNOLOGIA S.A.	25.11.01
1791436393001	INDUSTRIA DE GALVANIZADOS Y CROMADOS INGALCROM S.A.	25.99.15
1792054206001	HIDROTHERM INGENIERIA Y THERMOHIDRAULICA CIA. LTDA.	25.12.03
1792077958001	MECANIZADOS VALLEJO VARGAS CIA. LTDA.	25.11.01
1792078873001	STORAGE SYSTEM DUQUEMATRIZ CIA. LTDA.	25.99.13
1708753056001	BUKARI	25.99.96
1792205522001	RUEDA CABRERA CIA. LTDA.	25.11.03
1792121566001	ESTRUCMON SOLUCIONES DE INGENIERIA CIA. LTDA.	25.11.01
1792166616001	MECANIZADOS Y MATRICERIA PAGRIEC CIA. LTDA.	25.11.02
1790605957001	JAIME ERNESTO SORIA ARCINIEGAS J.E.S.A. C LTDA	25.11.03
1790764559001	TEPROMEC TECNOLOGIA Y PRODUCCIONES METÁLICAS	25.11.03
1704886330001	MECATECH	25.11.03
1792096227001	TOENSO S.A. TOTAL ENGINEERING SOLUTIONS	25.11.01
1706594593001	METALICAS RUIZ	25.11.03
1792077338001	DISEÑO, MANTENIMIENTO, CONSTRUCCIONES ELECTROMECHANICAS Y CIVILES DICONSMSA CIA. LTDA.	25.11.01
1791352440001	FOBREM CIA. LTDA.	25.11.01
1792137942001	INDUSTRIA CEDEÑO CIA. LTDA	25.12.01
1791119878001	FIBRARQ	25.11.01
1791906594001	MANTENIMIENTO INDUSTRIAL, MORENO Y GUERRERO CIA. LTDA.	25.11.01
1791399927001	GYPERFIL S.A.	25.12.01
1791948904001	CONSTRUCCIONES METALICAS HORMIGONES CONSTRUMETHOR CIA. LTDA.	25.11.01
1791284615001	INPRODAL INDUSTRIAS Y PRODUCTOS DE ALUMINIO CIA. LTDA.	25.11.01
1792042348001	RACKS DEL PACIFICO RAPAC CIA. LTDA.	25.11.01
1791435397001	CISTEC SISTEMAS DE ESTRUCTURAS METALICAS	25.11.01
1792183332001	ALUMINUM STRUCTURES & DOMES FABRICACION CIA. LTDA.	25.11.01

1. Encuesta del Proyecto de Investigación: “Análisis de las brechas competitivas en las PYMEs de la industria manufacturera del Distrito Metropolitano de Quito”



ENCUESTA SOBRE “MEDICION Y ANALISIS DE LAS BRECHAS COMPETITIVAS EN LAS PYMEs DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”

Quito, __ de _____ de 20__

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

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

PRODUCTO	CANTIDAD	VALOR ANUAL

1.9 Producto innovado en el 2010

PRODUCTO	CANTIDAD	VALOR ANUAL

1.10 Código CIU _____

FACTORES DE COMPETITIVIDAD

SECCION 1 MERCADO

a. ¿Cuál es el tamaño de los segmentos de mercado, atendidos por su empresa?

SEGMENTOS	UNIDADES FÍSICAS (Anual)	VALOR US\$ (Anual)

b. ¿Cuál es el grado de participación de sus productos o servicios en los segmentos de mercado referidos?

SEGMENTO	PRODUCTO/SERVICIO	CANTIDAD	VALOR US\$
		%	%
		%	%
		%	%

c. ¿Quiénes son sus principales compradores?

COMPRADORES	PORCENTAJE
	%
	%
	%

d. ¿Cuáles son las características por las cuales su empresa es reconocida en el mercado?

e. ¿Qué ventajas o fortalezas tienen sus productos o servicios frente a la competencia nacional?

PRODUCTO 1 _____

PRODUCTO 2 _____

PRODUCTO 3 _____

f. ¿Qué ventajas o fortalezas tienen sus productos o servicios frente a la competencia internacional?

PRODUCTO 1 _____

PRODUCTO 2 _____

PRODUCTO 3 _____

g. ¿Qué canales de distribución utiliza para que lleguen sus productos al mercado interno?

h. ¿Qué mercados geográficos cubre su empresa a nivel nacional?

i. ¿Qué dificultades existe para ingresar y para permanecer en el mercado nacional?

j. ¿Qué dificultades existe para salir del mercado nacional?

k. ¿Qué las fortalezas tiene la competencia en el ámbito nacional?

l. ¿Cuál es el futuro de su mercado en cuanto a?

EXPANSIÓN _____

CONTRACCIÓN _____

COMPETENCIA _____

INNOVACIÓN _____

SECCION 2 MERCADEO

a. ¿Tiene su empresa un plan de mercadeo?

_____ SI _____ NO

b. ¿Quién es la persona responsable del plan de mercadeo?

c. ¿Cuáles son los objetivos de mercadeo para el 2011?

d. ¿Cuáles son las estrategias que maneja para asegurar la consecución de los objetivos?

e. ¿Cuál es su política de fijación de precios?

f. ¿Dispone de plan de promoción y publicidad? _____ SI _____ NO

g. ¿Cuáles son los ejes de su plan de promoción y publicidad?

h. ¿Con qué periodicidad hace investigaciones de mercado?

i. ¿Cuáles son los controles empleados para evaluar el cumplimiento del plan de mercadeo?

j. ¿Qué sistemas de servicio de post venta presta la empresa al cliente?

k. ¿Cuál es el porcentaje de cumplimiento que tiene la empresa con sus clientes?
_____ %

l. ¿Cuál es el porcentaje de cumplimiento que tienen sus proveedores nacionales y extranjeros con la empresa?

NACIONAL	EXTRANJERO
%	%

SECCION 3. APERTURA COMERCIAL

a. ¿Su empresa actualmente realiza exportaciones?

PRODUCTO	MONTO US\$ (Anual)	DESTINO

b. ¿Cómo realiza sus exportaciones?

Directamente _____ A través de terceros _____

c. ¿Tiene usted registro de exportador?

_____ SI _____ NO

d. ¿Quién le certifica el origen para los productos que exporta o que están en proceso de exportación?

e. ¿Con qué frecuencia está exportando?

MENSUAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL	ANUAL

f. ¿La empresa a que nuevos mercados piensa ingresar en el año 2012?

PRODUCTOS	MERCADO

g. ¿Cuáles son las restricciones que rigen para el ingreso de sus productos a dichos mercados?

h. ¿En que porcentajes afectan los aranceles en la entrada de sus productos a dichos mercados?

PRODUCTO 1	PRODUCTO 2	PRODUCTO 3
%	%	%

i. ¿Cuál es el porcentaje de volumen de producción que exporta?

1-25%	26-50%	51-75%	76-100%

j. ¿Qué insumos, materias primas o productos importa para el producto exportable y su peso en el costo del producto?

INSUMOS	% EN EL COSTO

k. ¿Qué porcentaje de su producto terminado utiliza la mezcla importada?

1-25%	26-50%	51-75%	76-100%

l. ¿Cuál es el régimen de importaciones que rige para los insumos, materias primas y productos que compra en el exterior?

m. ¿Cómo le beneficia o perjudica las políticas de fomento de exportaciones del gobierno?

n. ¿Quiénes son sus 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. ¿Qué incentivos ofrece el gobierno para la creación de PYMEs?

b. ¿Qué mecanismos ofrece el Gobierno para el desarrollo de las PYMEs?

c. ¿Qué políticas del Estado facilitan al sistema productivo su inserción en el comercio mundial?

d. ¿Qué tipo de políticas administra el gobierno para mejorar la competitividad del subsector en donde se encuentra inmersa su empresa?

e. ¿Cómo incide la política tributaria, financiera, laboral y de comercio exterior en el desarrollo de la competitividad de las PYMEs de su subsector?

Tributaria: _____

Financiera: _____

Laboral: _____

Comercio Exterior: _____

f. ¿En qué porcentaje afectan los costos de los servicios públicos (energía, agua, telefonía) la utilidad final de la empresa?

% ENERGIA	% AGUA	% TELEFONIA	% INTERNET

SECCION 5 DE LAS INSTITUCIONES

a. ¿Con cuáles instituciones públicas se encuentra vinculado como consecuencia de su actividad económica?

b. ¿En qué porcentaje se encuentra satisfecho con la prestación de sus servicios?

1-25%	26-50%	51-75%	76-100%

c. ¿De qué manera colaboran las instituciones públicas para la existencia de un mercado de libre competencia?

d. ¿De qué manera la ley le protege los derechos a la propiedad y a la iniciativa privada?

e. ¿Cuáles son las asociaciones o agremiaciones a las que su empresa se encuentra afiliada?

f. ¿De qué manera defienden sus intereses empresariales las asociaciones y agremiaciones a las que pertenece?

g. ¿De qué manera le influye la inseguridad y la corrupción en el ejercicio de sus actividades?

SECCION 6 INFRAESTRUCTURA FISICA

6.1. DEL ESTADO

a. ¿Cómo califica la calidad y disponibilidad de infraestructura física?

	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Transporte terrestre, marítimo y aéreo				
Telecomunicaciones				
Distribución de energía eléctrica y gas				
Puertos y aeropuertos				
Servicios sanitarios				

b. ¿En qué % influye en el desarrollo de sus actividades la infraestructura de?:

Transporte terrestre, marítimo y aéreo	Telecomunicaciones	Distribución de energía eléctrica y gas	Puertos y aeropuertos	Servicios sanitarios
%	%	%	%	%

c. ¿En qué % influye la consecución de nuevos mercados la infraestructura de?:

Transporte terrestre, marítimo y aéreo	Telecomunicaciones	Distribución de energía eléctrica y gas	Puertos y aeropuertos	Servicios sanitarios
%	%	%	%	%

6.2 DE LA EMPRESA

a. ¿Colabora el sector privado en el desarrollo de la infraestructura nacional?

Transporte terrestre, marítimo y aéreo	Telecomunicaciones	Distribución de energía eléctrica y gas	Puertos y aeropuertos	Servicios sanitarios

SECCION 7 MERCADO FINANCIERO

a. ¿Qué productos del sistema financiero utiliza actualmente la empresa para financiar sus actividades?:

Capital de trabajo	Importación de materias primas	Pago a proveedores	Compra de maquinaria	Proyectos de inversión	Otros

b. ¿Cómo determina las necesidades financieras de la empresa misma?

Flujo de fondos/presupuesto de caja	Indicadores financieros	Capacidad de endeudamiento	Liquidez y rentabilidad	Flujo operativo	Otros

c. ¿Hasta que porcentaje de los créditos que le otorgan las entidades bancarias privadas cubren la normal operación de la empresa?:

Capital de trabajo	Importación de materias primas	Pago a proveedores	Compra de maquinaria	Proyectos de inversión	Otros
%	%	%	%	%	%

d. ¿Hasta que porcentaje de los créditos que le otorgan los organismos de créditos estatales cubren la normal operación de la empresa para los siguientes rubros?:

Capital de trabajo	Importación de materias primas	Pago a proveedores	Compra de maquinaria	Proyectos de inversión	Otros
%	%	%	%	%	%

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. ¿Cuál es el promedio de formación que tiene el personal de su empresa?

Primaria	Secundaria	Tecnológica	Universitaria	Especialización	Maestría
%	%	%	%	%	%

b. ¿Cuáles son las principales destrezas y habilidades que caracterizan al personal de su empresa?

c. ¿Cómo mide la eficiencia y productividad de su fuerza laboral?

EFICIENCIA _____

PRODUCTIVIDAD _____

d. ¿Qué nivel de productividad cree que tiene la fuerza laboral de su subsector?
_____ %

e. ¿Cómo califica su nivel de productividad?

MUY BUENA	BUENA	REGULAR	DEFICIENTE

f. ¿Qué aspectos estimula su política salarial?

g. ¿Cómo influye el sindicato en el nivel de productividad de la empresa?
_____ %

h. ¿Cómo califica las relaciones entre patronos y trabajadores?

MUY BUENA	BUENA	REGULAR	DEFICIENTE

i. ¿Qué programas de desarrollo profesional y personal existen en su empresa?

j. ¿Qué programas y políticas maneja para el perfeccionamiento del personal?

k. ¿De qué manera influye la política laboral del gobierno en la contratación del personal?

SECCION 9 DESARROLLO TECNOLÓGICO

a. ¿Cuáles son los programas de mejoramiento continuo que tiene en marcha su empresa?

b. Para el desarrollo de procesos de mejoramiento continuo. ¿Qué entidad o personas le han colaborado en su implementación?

c. ¿Cuáles son las fortalezas tecnológicas que tienen la competencia que la diferencian de su empresa?

d. ¿Qué cambios en los productos o en los procesos productivos, se han realizado copiando lo que hacen los competidores locales?

e. ¿Qué innovaciones ha realizado la empresa en?:

Área de Marketing _____

Área administrativa _____

Área Financiera _____

Área Producción _____

Área Recursos Humanos _____

f. ¿Qué nivel de flexibilidad tienen los directivos de la empresa para adoptar cambios?

MUY BUENO	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE

g. ¿Cómo mide la eficiencia y productividad en su empresa?

EFICIENCIA _____

PRODUCTIVIDAD _____

h. ¿Para cubrir la necesidad de compra de maquinaria se recurre a?:

LA MÁS MODERNA DEL MERCADO	NUEVA Y CONVENCIONAL	USADA EN BUEN ESTADO	USADA

i. ¿Cuáles son las actividades de la empresa orientadas a promover el proceso de creatividad e innovación de productos y procesos?

j. ¿Cuáles productos y procesos son de creación propia de la empresa y se encuentran debidamente patentados?

PRODUCTOS _____

PROCESOS _____

k. ¿Qué organismos proveen financiación para programas de desarrollo de investigación y desarrollo en su empresa?

PRIVADOS _____

PUBLICOS _____

l. ¿Qué programas ofrecen las universidades para mejorar la competitividad empresarial?

m. ¿En qué programa conjunto universidad-empresa?

Participó _____

Participa _____

SECCION 10 MEDIO AMBIENTE

a. ¿Qué clase de desechos y desperdicios genera su empresa?

b. ¿Cuál es el impacto que generan estos desechos en la ubicación geográfica de su empresa?

c. ¿Qué medios utiliza la empresa para manejar desechos y desperdicios?

d. ¿Con qué planes de remediación cuenta su empresa?

e. ¿Qué programas de capacitación realiza la empresa para el manejo de remediación?

SECCION 11 GESTION GERENCIAL

a. ¿Qué porcentaje de educación tiene su equipo de trabajo gerencial?

Bachillerato	Universitario	Especialización	Maestría
%	%	%	%

b. ¿Cuenta con un plan estratégico para enfrentar la competencia?

____SI _____PERIODO ____NO

c. ¿Qué tipos de presupuestos específicos administra para su gestión empresarial?

d. ¿Cuál es la misión de su empresa?

e. Mencione dos objetivos estratégicos que desea alcanzar a mediano plazo

f. ¿Éstos objetivos fueron definidos solo por la alta gerencia o con el concurso de todo el personal?

g. ¿Qué medidas toma para mejorar la competitividad?

h. ¿Qué medidas toma para reducir sus costos?

i. ¿Qué actividades conforman la cadena de valor de la empresa que gerencia?

j. ¿Cuáles son los elementos de valor que añaden al producto que ofrece frente a la competencia?

SECCIÓN 12. COMENTARIOS

12.a Comentarios del entrevistado

12.b Comentarios del entrevistador

¡Muchas gracias!

Firma del encuestado

Firma del encuestador