



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE LICENCIATURA EN COMERCIO
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“COMPETITIVIDAD EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR MANUFACTURERO
DEL CANTÓN LATACUNGA”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de Licenciadas en
Comercio

Autoras:

Catota Oña Jhoana Morayma

Lutuala Catota Alida Fernanda

Tutor:

Dr. Julio Salazar Molina

Latacunga - Ecuador

Agosto – 2022

DECLARACIÓN DE AUDITORIA

Yo, **Catota Oña Jhoana Morayma** y **Lutuala Catota Alida Fernanda**, declaramos ser autoras del presente proyecto de investigación: “**COMPETITIVIDAD EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR MANUFACTURERO DEL CANTÓN LATACUNGA**”, siendo el **Dr. Julio Salazar** tutor del presente trabajo; y eximo expresamente al Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de nuestra exclusiva responsabilidad.



Catota Oña Jhoana Morayma

C.I. 172597333-1



Lutuala Catota Alida Fernanda

C.I. 050288071-9

AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO

En calidad de tutor del trabajo de investigación sobre el título: “**COMPETITIVIDAD EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR MANUFACTURERO DEL CANTÓN LATACUNGA**”, de Catota Oña Jhoana Morayma y Lutuala Catota Alida Fernanda, de la carrera de Licenciatura en Comercio, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requisitos metodológicos y aporte científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Concejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, agosto 2022

Tutor

Firma



Dr. Julio Salazar

C.I. 050117350-4

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas; por cuanto, las postulantes Catota Oña Jhoana Morayma y Lutuala Catota Alida Fernanda, con el Título del Proyecto de Investigación; **“COMPETITIVIDAD EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR MANUFACTURERO DEL CANTÓN LATACUNGA”**, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúnen los méritos suficientes para ser sometidos al acto de Sustentación Final del Proyecto.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, agosto 2022

Para constancia firman:



Msc. Efrén Montenegro

C.I: 050220999-2

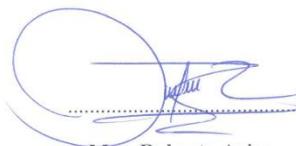
Lector 1 (Presidente)



Mgs. Jenny Guaigua

C.I: 180306157-9

Lector 2



Mgs. Roberto Arias

C.I: 050212373-0

Lector 3

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado en primer lugar a un ser de luz quien me cuida, me guía y protege, quien vive en mi mente y en mis sueños y a quien nunca olvidaré ni él lo hará, porque desde donde se encuentre velará por mí, a usted Papi Luis, aunque tarde cumpliendo su deseo. A mi madre y mis hermanos por ser el pilar fundamental de mi vida que gracias a su amor, comprensión y apoyo mutuo e incondicional que me han brindado en el transcurso del tiempo para poder cumplir mis metas y propósitos planteados. A mi niño, quien me da alegría y tristeza, pero sin él no tendría razón mi existencia. Finalmente, a mi esposo quien me ha dado fuerza y motor para seguir adelante.

Alida Fernanda

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado A Dios principalmente por ser quien en toda mi vida me he encomendado para no desmayar en todas mis acciones y siempre me ha guiado por el camino de la sabiduría.

A mis padres, ya que son mi pilar fundamental, por brindarme su cariño y me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi perseverancia, mi empeño, y todo ello de una manera desinteresada y con un amor incondicional. A mis hermanos, que han sido un apoyo durante este proceso y siempre me han estado alentado con sus palabras. Finalmente, este proyecto me dedico a mí misma por nunca rendirme y hacer lo posible para culminar esta etapa.

Jhoana Morayma

UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOTPAXI

TITULO: COMPETITIVIDAD EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR MANUFACTURERO DEL CANTON LATACUNGA

AUTORAS: Catota Oña Jhoana Morayma

Lutuala Catota Alida Fernanda

RESUMEN DEL PROYECTO

Hoy en día las empresas dependen de factores internos y externos que les permitan desarrollarse y mantenerse en el mercado, por lo cual es necesario determinar qué tan fuertes son ante la competencia. En la presente investigación se estimó el índice de competitividad de empresas del sector manufacturero del Cantón Latacunga. Para esto se utilizó el enfoque cuantitativo, con una muestra de 267 empresas, tomando como referencia la base de datos del servicio de rentas internas de los establecimientos activos. La competitividad empresarial se ve reflejado en el precio y la calidad del producto en relación a sus competidores, por otro lado, es la capacidad que tienen las empresas de generar y mantener su crecimiento dentro de un entorno socioeconómico. Para esto, se estimó el índice de competitividad empresarial mediante la adaptación del Mapa de Competitividad del BID, utilizando datos primarios recopilados a través de un cuestionario de 43 preguntas en el que se estudiaron 7 variables internas de la empresa como: planificación estratégica, producción y operación, calidad, comercialización, recursos humanos, finanzas y contabilidad e innovación. Una vez obtenido el índice de competitividad empresarial que es de 0,58 que se encuentra en la tercera etapa (superior) y tomado como referencia el índice cantonal de la investigación realizada por Cepeda Diana y Solís Viviana en el año 2019 es de 0,72 y con este valor se calculó el índice de competitividad de las empresas del sector manufacturero del cantón Latacunga cuyo resultado fue de 0,65 valor que se encuentra dentro de la III etapa de competitividad considerado como superior según Fernández y Gómez. Y por último los resultados de la investigación muestran que no todas las empresas poseen normas de calidad y certificaciones ISO, lo cual indica que es uno de los factores que resta ventaja para ser competitivos.

Palabras claves: Competitividad empresarial, factores, sector manufacturero, variables.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

Title: “COMPETITIVENESS IN THE COMPANIES OF MANUFACTURING SECTOR AT LATACUNGA CANTON”

AUTHORS: Catota Oña Jhoana Morayma

Lutuala Catota Alida Fernanda

ABSTRACT

Nowadays enterprises depends on internal and external factors, what allow to develop and stay in the market, so that it is necessary to determine how strong they are against the competition. Into current research, it was estimated the enterprises competitiveness index in the manufacturing sector from Latacunga Canton. For this, it was used the quantitative approach, with a 267 enterprises sample, taking as reference the database of active establishments internal revenue service. Business competitiveness is reflected in the price and product quality into relation to its competitors, on the other hand, it is the enterprises capacity of generating and maintained their growth within a socioeconomic environment. For this, it was estimated the business competitiveness index by adapting the BID Competitiveness Map, using collected primary data, through a 43-questions questionnaire, what it was studied enterprise 7 internal variables, such as: strategic planning, production and operation, quality, marketing, human resources, finance, accounting and innovation. Once, it got the business competitiveness index, what is 0.58, what is found in the third (higher) stage and taken as a reference, the made research cantonal index by Cepeda Diana and Solis Viviana in 2019 year is 0,72 and with this value, it was calculated the enterprises competitiveness index in the manufacturing sector from Latacunga canton, whose result was 0,65, a value what is within the III competitiveness stage, considered superior according to Fernandez and Gómez. And at the end, the research result show, which not all enterprises have with quality standards and ISO certifications, what indicates that it is factors one of factors that reduces the advantage to be competitive.

Keywords: Business competitiveness, factors, manufacturing sector, variables.

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal CERTIFICO que:

La traducción del resumen al idioma Inglés del trabajo de titulación cuyo título versa: **“COMPETITIVIDAD EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR MANUFACTURERO DEL CANTÓN LATACUNGA”** presentado por: **Catota Oña Jhoana Morayma y Lutuala Catota Alida Fernanda**, estudiantes de la carrera de: **Comercio**, perteneciente a la **Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas**, lo realizaron bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo a las peticionarias hacer uso del presente aval para los fines académicos legales.

Latacunga, agosto del 2022

Atentamente,


Mg. Marco Beltrán



DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC
CI: 0502666514

INDICE GENERAL

| | |
|---|------|
| DECLARACIÓN DE AUDITORIA | i |
| AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO | ii |
| APROBACIÓN DEL TRIBUNAL..... | ii |
| DEDICATORIA | iv |
| DEDICATORIA | v |
| RESUMEN DEL PROYECTO..... | vi |
| ABSTRACT..... | vii |
| AVAL DE TRADUCCIÓN | viii |
| 1 INFORMACIÓN GENERAL..... | 1 |
| 2 ANTECEDENTES | 2 |
| 3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN | 3 |
| 4 BENEFICIARIOS DEL PROYECTO..... | 5 |
| 4.1 Beneficiarios directos..... | 5 |
| 4.2 Beneficiarios Indirectos | 5 |
| 5 EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN | 5 |
| 5.1 Pregunta de investigación | 6 |
| 6 OBJETIVOS | 7 |
| 6.1 Objetivo General..... | 7 |
| 6.2 Objetivo Específico..... | 7 |
| 7 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICO | 9 |
| 7.1 Áreas funcionales de la empresa..... | 9 |
| 7.1.1 Recursos humanos | 9 |

| | | |
|--------|---|----|
| 7.1.2 | Producción | 9 |
| 7.1.3 | Finanzas | 9 |
| 7.1.4 | Mercadotecnia..... | 10 |
| 7.1.5 | Área de adquisiciones y abastecimiento | 10 |
| 7.2 | Áreas que favorecen a la competitividad | 10 |
| 7.2.1 | Gestión | 10 |
| 7.2.2 | Innovación..... | 11 |
| 7.2.3 | Producción | 11 |
| 7.2.4 | Recurso Humano..... | 11 |
| 7.3 | Análisis macro y micro | 11 |
| 7.3.1 | Nivel Macro | 12 |
| 7.3.2 | Factor social | 12 |
| 7.3.3 | Factor económico..... | 13 |
| 7.3.4 | Factor tecnológico..... | 14 |
| 7.3.5 | Factor político legal | 14 |
| 7.3.6 | Nivel Micro | 15 |
| 7.3.7 | Factor empresa | 15 |
| 7.3.8 | Factor proveedores..... | 15 |
| 7.3.9 | Factor intermediario..... | 16 |
| 7.3.10 | Factor cliente | 16 |
| 7.4 | FODA..... | 17 |
| 7.5 | Mapa de competitividad del BID..... | 20 |
| 7.6 | Competitividad empresarial | 22 |
| 7.7 | Competitividad..... | 22 |

| | | |
|-------|--|----|
| 7.7.1 | Evolución del concepto de la competitividad | 23 |
| 7.7.2 | Etapas de evolución de la competitividad..... | 24 |
| 7.8 | Factores que determinan la competitividad | 25 |
| 7.8.1 | Factores externos | 25 |
| 7.8.2 | Factores internos | 25 |
| 7.8.3 | Factores claves del éxito | 26 |
| 7.9 | Competitividad sistemática..... | 26 |
| 7.10 | Industria manufacturera | 27 |
| 7.11 | Clasificación del sector manufacturero..... | 27 |
| 7.12 | Estudio de la competitividad en el sector manufacturero Ecuador..... | 30 |
| 7.13 | Estudio de la competitividad en el sector manufacturero Latacunga | 31 |
| 8 | METODOLOGÍA | 33 |
| 9 | POBLACIÓN Y MUESTRA..... | 34 |
| 9.1 | Población..... | 34 |
| 9.2 | Muestra | 35 |
| 9.2.1 | Cálculo de la muestra..... | 35 |
| 10 | ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS..... | 47 |
| 10.1 | Índice de competitividad cantonal | 48 |
| 10.2 | Índice de competitividad empresarial | 54 |
| 11 | ÍNDICE COMPETITIVIDAD EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR MANUFACTURERO DEL CANTÓN LATACUNGA. | 62 |
| 12 | IMPACTOS DEL PROYECTO | 62 |
| 12.1 | Impacto económico | 62 |
| 12.2 | Impacto social | 62 |

| | | |
|----|--------------------------------------|----|
| 13 | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 63 |
| | 13.1 Conclusiones | 63 |
| | 13.2 Recomendaciones | 64 |
| 14 | PRESUPUESTO | 65 |
| 15 | BIBLIOGRAFÍA | 66 |
| 16 | ANEXOS | 71 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1: Actividades y sistema de tareas en relación a los objetivos planteados | 8 |
| Tabla 2: Matriz FODA de la competitividad | 18 |
| Tabla 3: Matriz cruzada DAFO..... | 19 |
| Tabla 4: Áreas del Mapa de Competitividad..... | 21 |
| Tabla 5: Evolución del concepto de competitividad..... | 24 |
| Tabla 6: Etapas de evolución de la competitividad..... | 25 |
| Tabla 7: Valor Agregado Bruto cantón Latacunga en miles de dólares..... | 32 |
| Tabla 8: Distribución de la población | 35 |
| Tabla 9: Distribución de encuestas por parroquias | 37 |
| Tabla 10: Componentes de competitividad cantonal | 39 |
| Tabla 11: Componentes Índice Cantonal | 40 |
| Tabla 12: Componente Económico - Empresarial | 40 |
| Tabla 13: Componente Infraestructura..... | 41 |
| Tabla 14: Componente Socio-Demográfico..... | 41 |
| Tabla 15: Componente Institucional..... | 42 |
| Tabla 16: Componente Ambiente | 42 |
| Tabla 17: Variable Planificación e Indicadores de medición | 43 |
| Tabla 18: Variable Producción y Operación e Indicadores de medición | 44 |
| Tabla 19: Variable Calidad e Indicadores de medición | 44 |
| Tabla 20: Variable Comercialización e Indicadores de medición..... | 45 |
| Tabla 21: Variable Recursos Humanos e Indicadores de medición | 45 |
| Tabla 22: Variable Finanzas y Contabilidad e Indicadores de medición | 46 |
| Tabla 23: Variable Innovación e Indicadores de medición..... | 47 |
| Tabla 24: Productos que fabrican..... | 48 |
| Tabla 25: Componente Socio-Demográfico..... | 50 |
| Tabla 26: Componente Institucional | 51 |
| Tabla 27: Componente Infraestructura..... | 52 |
| Tabla 28: Componente Económico Empresarial..... | 53 |
| Tabla 29: Componente Ambiental | 53 |
| Tabla 30: Índice de competitividad cantonal | 54 |
| Tabla 31: Resultado Empresarial - Planificación..... | 54 |
| Tabla 32: Resultado Empresarial - Producción y Operación | 56 |
| Tabla 33: Resultado Empresarial – Calidad..... | 57 |
| Tabla 34: Resultado Empresarial - Comercialización..... | 58 |
| Tabla 35: Resultado Empresarial - Recursos Humanos | 58 |
| Tabla 36: Resultado Empresarial - Finanzas y Contabilidad | 59 |
| Tabla 37: Resultado Empresarial - Innovación | 60 |
| Tabla 38: Índice empresarial por variables | 61 |
| Tabla 39: Cálculo del índice de competitividad en las empresas del sector manufacturero del cantón Latacunga..... | 62 |

Tabla 40: Presupuesto 65

TABLA DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1: Cuadro sinóptico de la metodología..... 38

1 INFORMACIÓN GENERAL

Título del proyecto: Competitividad en las empresas del sector manufacturero del cantón Latacunga”

Fecha de inicio: abril 2022

Fecha de finalización: agosto 2022

Lugar de ejecución: Provincia de Cotopaxi, Cantón Latacunga

Facultad que auspicia: Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Carrera que auspicia: Licenciatura en Comercio

Proyecto de investigación vinculado: Administración y Economía para el Desarrollo Humano y Social –Economía Popular y Solidaria de la Universidad Técnica de Cotopaxi

Equipo de trabajo:

Catota Oña Jhoana Morayma C. I: 1725973331

Lutuala Catota Alida Fernanda C. I: 0502880719

Tutor de investigación: Dr. Julio Salazar C. I: 0501173504

Área de conocimiento: Administración

Línea de investigación: Administración y Economía para el Desarrollo Humano y Social

Sub líneas de investigación: Comercio y Administración de Empresas.

2 ANTECEDENTES

La industria manufacturera o actividad secundaria, se refiere a aquellas unidades económicas que se dedican a la transformación física, química y electrónica de materiales, sustancias o componentes en productos nuevos. Los materiales, sustancias o componentes transformados son materias primas procedentes de la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la pesca la explotación de minas y canteras, así como productos de otras actividades manufactureras (Sanchez, 2012).

Las actividades más destacadas dentro del sector manufacturero son: “Alimentación y Bebidas”; “Fabricación de Coque, Productos de la Refinación de Petróleo y 47 Combustible nuclear”; “Fabricación de Substancias y Productos Químicos”; "Fabricación de Productos de Caucho y de Plástico", "Fabricación de otros Productos Minerales no Metálicos"; y “Fabricación de Vehículos Automotores, Remolques y Semirremolques"; estas seis actividades cubren el 79% del sector y el 63 de la producción nacional (Sanchez, 2012).

Las empresas en la industria manufacturera representan el segundo rubro más importante en la generación de ventas de la economía ecuatoriana, en términos nominales. El desarrollo de este sector promueve el crecimiento y fortalece la economía de un país, por lo que se convierte en un pilar fundamental. De igual manera, este sector genera gran cantidad de plazas de empleos y es generador de riquezas para el país. En su proceso de crear valor se encargan de coordinar, controlar, dirigir procesos de elaboración de productos con un mayor nivel de valor agregado, para que mejore la capacidad de diferenciación y, sobre todo, tengan un menor nivel de volatilidad en los precios (Mogro et. Al,2020)

El sector industrial manufacturero en la ciudad de Latacunga presenta ciertas deficiencias tanto en el manejo de sus recursos económicos y financieros como en la implementación de nuevos procesos productivos, nueva organización institucional, nueva distribución de planta, acceso a nueva tecnología, falta de capacitación al personal. Por esta razón las micros, pequeñas y medianas industrias de la ciudad de Latacunga deben estar en un constante desarrollo e innovación en sus procesos y así poder sobresalir en el mercado con sus productos y de esta manera obtener ingresos económicos. (Espín et. al, 2019)

3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación surge debido a que, en el año 2019, Ecuador ha obtenido 55,74 puntos en el Índice de Competitividad, publicado por el Foro económico Mundial, su puntuación ha empeorado respecto al informe de 2018 en el que obtuvo 55,85 puntos. Ese valor sitúa a Ecuador en el puesto número 90, es decir que tiene un nivel de competitividad mundial bastante deficiente si lo comparamos con el resto de los 141 países del ranking. Su situación tiende a descender, ya que en 2018 estaba en el puesto 86 (datosmacro.expansion.com, 2019). Motivo por el cual se ve la necesidad de llevar a cabo un estudio sobre la competitividad en el sector manufacturero del cantón Latacunga, por medio del cual se conocerá de manera metodológica cuales son las variables que intervienen en el índice de competitividad.

En la actualidad, las empresas que pertenecen al sector manufacturero enfrentan nuevos escenarios y retos debido al aumento de la competitividad y la internacionalización (Mogro et. al, 2020). Han sido pocas las empresas que han buscado internacionalizarse, ya que temen introducir sus productos en nuevos mercados, debido al desconocimiento de las prácticas comerciales y legales, sin embargo, a pesar de las dificultades las empresas deberían esforzarse por encontrar nuevos mercados.

En el año 2019 se realizó un estudio que demuestra la competitividad de las PYMES del sector manufacturero por tal razón, esta investigación pretende identificar si la competitividad de las empresas incrementó o disminuyó en el mercado.

Así mismo, esta investigación se da debido a la escasez de estudios de medición de competitividad en las empresas del sector manufacturero y el desconocimiento de las áreas en las cuáles las empresas son fuertes o competitivas, disminuyendo la oportunidad de crecimiento que dicha área le puede ofrecer.

Es de vital importancia conocer cuáles son los pilares fundamentales que tienen mayor relevancia para medir el índice de competitividad en el sector manufacturero mediante fuentes de información, actualizada y directa. Para determinar la competitividad se aplicó la metodología del mapa de competitividad del BID, los mismos que permitirán describir las áreas que influyen en la competitividad. En tal virtud nos permite presentar una investigación con resultados fiables y con un impacto positivo para el sector ya antes mencionado.

Posteriormente se determina que, este ejemplar beneficiará a las empresas del sector manufacturero del cantón Latacunga, ya que mediante el proyecto de investigación se encontrará áreas de fortalezas y debilidades en las que deberán trabajar para progresar y así lograr una sostenibilidad económica, sociocultural y ecológica, lo cual les permitirá mejorar la competitividad.

4 BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

4.1 Beneficiarios directos

Los beneficiarios directos son las 871 empresas del sector manufacturero del cantón Latacunga.

4.2 Beneficiarios Indirectos

En la presente investigación se beneficiará indirectamente a los 171,302 habitantes que conforman la población económicamente activa (PEA) según estimaciones y proyecciones del sistema nacional de información (SIN).

5 EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

Según estimaciones del Banco Central del Ecuador (BCE), la economía ecuatoriana crecería al cierre de 2021 en 3,55% y, en el año 2022 en 2,54%. Es así que, el año 2021 ha sido un año de recuperación de la economía ecuatoriana tras un 2020 con enormes pérdidas a causa de la pandemia. El sector industrial manufacturero cuenta con sectores que han crecido, mantenido y decrecido su nivel de valor agregado bruto (VAB), en comparación de 2019 y 2020 (Camara de Industrias y Produccion (CIP), 2021).

La competitividad es un factor fundamental, para que las empresas puedan mejorar o mantener el crecimiento y desarrollo dentro de un entorno socioeconómico, con el fiel propósito de erradicar la pobreza e implementar fuentes de trabajo para la ciudadanía.

El poco interés que se da al sector manufacturero impide que este progrese, ya que no cuenta con presupuesto suficiente para poder desarrollarse y esto conlleva también a que no se pueda ofrecer productos de calidad.

Al no ser competitivas las empresas del sector manufacturero tendrán una caída de sus ventas, menor participación en el mercado y posteriormente cesarán sus actividades.

Un entorno competitivo conduce naturalmente a las empresas a reestructurarse o concentrarse con objeto de aumentar su eficacia productiva. Para una organización que se mueve en ambientes muy competitivos, contar con recursos humanos con el conocimiento experto, las competencias, las habilidades y la experiencia indispensables para competir ventajosamente en un ambiente global significarán la diferencia entre el éxito y el fracaso. (Rodríguez, 2005)

Es por ello, que la investigación está enfocada en estimar el índice de competitividad en las empresas del sector manufacturero del cantón Latacunga, se desconoce en qué son fuertes y débiles, a partir de ello se puede buscar cambios que ayuden al crecimiento del sector.

5.1 Pregunta de investigación

¿Cuál es el grado de competitividad de las empresas del sector manufacturero del cantón Latacunga?

6 OBJETIVOS

6.1 Objetivo General

- Determinar el grado de competitividad, mediante la aplicación del mapa de competitividad BID, para conocer el crecimiento y desarrollo en las empresas del sector manufacturero del Cantón Latacunga.

6.2 Objetivo Específico

- Fundamentar teóricamente los conceptos que engloban la competitividad en el sector manufacturero del cantón Latacunga.
- Diagnosticar a las empresas del sector manufacturero del cantón Latacunga.
- Calcular la competitividad de las empresas del sector manufacturero en el cantón Latacunga mediante la metodología del BID

Tabla 1: Actividades y sistema de tareas en relación a los objetivos planteados

| Objetivos específicos | Actividad | Resultado de la actividad | Descripción de la actividad (técnicas e instrumentos) |
|--|--|--|--|
| <p>Objetivo 1</p> <p>Fundamentar teóricamente los conceptos que engloban la competitividad en el sector manufacturero del cantón Latacunga.</p> | <p>Búsqueda de información teórica acerca de la competitividad en general y en el sector manufacturero que intervienen en la investigación, para que permita sustentar la información adquirida.</p> | <p>Mapa de competitividad BID.</p> <p>Variables del mapa de Competitividad BID</p> <p>La Competitividad</p> | <p>Revisión de material bibliográfico. Sustento teórico mediante; el internet, libros, revistas, artículos científicos. Fichas bibliográficas, Tesis</p> |
| <p>Objetivo 2</p> <p>Diagnosticar a las empresas del sector manufacturero del cantón Latacunga</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Descargar la base de datos desde la página del SRI. • Depurar la base de datos | <p>Elaboración del FODA.</p> | <p>Descarga de la base de datos existente en la página de Servicio de Rentas Internas (SRI), a fin de definir a las empresas manufactureras.</p> |
| <p>Objetivo 3</p> <p>Calcular la competitividad de las empresas del sector manufacturero mediante la metodología del BID</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Aplicar la metodología de competitividad empresarial del BID. | <p>Análisis e interpretación de resultados de la metodología BID.</p> <p>Índice de competitividad del sector manufacturero</p> | <p>Investigación de campo.</p> |

Fuente: Elaboración propia.

7 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICO

7.1 Áreas funcionales de la empresa

7.1.1 Recursos humanos

Esta área tiene como objetivo principal reclutar a los elementos humanos, desarrollarlos y, en su caso, separarlos de la organización. Los selecciona según las características, necesidades de las áreas y puestos específicos del trabajo (esto se conoce como empleo y abarca el reclutamiento, elección, contratación e inducción del personal; así como promociones, transferencias y ascensos). Se ocupa también del pronóstico e inventario de recursos humanos y de la rotación de puestos y personal; así como de la capacitación, entrenamiento, desarrollo, remuneración equitativa y competitiva de los empleados, el adecuado manejo de las relaciones laborales, otorgamiento de servicios, prestaciones, y cuidado de las personas e instalaciones (Universidad Nacional Autónoma de México, 2018).

7.1.2 Producción

Se encarga de elaborar productos, mediante la coordinación de materiales, equipo, instalaciones y mano de obra. Abarca desde la llegada de la materia prima hasta la culminación del bien o producto: capta necesidades y selecciona proveedores, dirige compras y abastecimiento y control de inventarios (Hernandez, et. al, 2005).

7.1.3 Finanzas

Según Hernandez, et. al (2005), obtiene y distribuye los recursos monetarios. Maneja todo el dinero de la organización y busca conseguir mejores rendimientos (inversión, disponibilidad de efectivos, etc.)

Funciones:

- Financiamiento
- Contraloría
- Pago de obligaciones

7.1.4 *Mercadotecnia*

Se refiere al ciclo de ventas y toda la distribución. Abarca la planeación del producto, la investigación de mercados, almacén, publicidad, distribuidores y colocación del producto. Las funciones que en esta área se llevan a cabo son investigación, planeación, desarrollo del producto, precio, distribución de logística, administración de ventas, comunicación, estrategia (Hernandez, et. al, 2005).

7.1.5 *Área de adquisiciones y abastecimiento*

Esta área tiene las funciones de abastecimientos de materiales, también depende de un adecuado tráfico de mercancías, embarques oportunos, así como un excelente control de inventarios. Verifica que las comparas locales e internacionales que se realizan sean las más apropiadas (Hernandez, et. al, 2005).

7.2 *Áreas que favorecen a la competitividad*

Según Chiriboga (2013) detalla las siguientes áreas:

7.2.1 *Gestión*

Incluye tareas administrativas típicas, tomas de decisión, mínimo tiempo en el proceso decisión y acción, finanzas, mercadeo, actividades post venta relaciones estrechas con los clientes, capacitación y planeación estratégica. Estas tareas forman parte del conjunto de factores críticos para el éxito en un mercado específico.

7.2.2 Innovación

Las acciones en este campo constituyen un elemento central para la competitividad, ya sea para capturar mercados, para introducir nuevos productos y procesos, para ser más productivo o para competir en precios. La importancia de la innovación tecnológica es inequívoca en la medida en que el resultado económico de la empresa está íntimamente ligado con su capacidad de generar eficientemente progreso técnico, en especial en el contexto internacional.

7.2.3 Producción

Las acciones en este campo constituyen un elemento central para la competitividad, ya sea para capturar mercados, para introducir nuevos productos y procesos, para ser más productivo o para competir en precios. La importancia de la innovación tecnológica es inequívoca en la medida en que el resultado económico de la empresa está íntimamente ligado con su capacidad de generar eficientemente progreso técnico, en especial en el contexto internacional.

7.2.4 Recurso Humano

Contempla el conjunto de condiciones que caracterizan las relaciones de trabajo y los aspectos que influyen en la productividad, calificación y flexibilidad de la mano de obra. En este sentido, la tarea central es definir y aplicar principios de organización y operación de procesos de trabajo que mejoren continuamente la calidad de los productos y procesos. Es importante, también, motivar a los trabajadores a participar en los desafíos competitivos y hacerlos partícipes de las ganancias derivadas del aumento de eficiencia.

7.3 Análisis macro y micro

7.3.1 Nivel Macro

Incluye la vinculación de la estabilización económica y liberalización, con la capacidad de transformación. Compuesto por las condiciones macroeconómicas estables, particularmente una política cambiaria realista y una política comercial que estimule la industria local (CEPAL, 2001). Este nivel contiene, Política presupuestaria, Política monetaria, Política fiscal, Política de competencia, Política cambiaria y Política comercial (Ferrer, 2005).

7.3.2 Factor social

Según Kotler y Armstrong (2003) “Se compone de instituciones y otras fuerzas que afectan los valores, percepciones, preferencias y comportamientos básicos de la sociedad. La gente crece en una determinada sociedad que moldea sus creencias y valores básicos, y absorbe una visión del mundo que define sus relaciones con otros”. (Pág.141) citado por (Calle, 2015).

El área social es una de las más afectadas con la crisis económica que tiene el país, la migración de una ciudad a otra como consecuencia de la pobreza por falta de empleo, pocas oportunidades educativas y los recursos que lo asignan en el presupuesto general del estado no es suficiente para satisfacer las demandas de los diferentes sectores.

Así mismo en los dos últimos años el sector manufacturero en el cantón Latacunga se ha visto afectado por la pandemia ya que algunas empresas han cerrado sus negocios y otras empresas han reducido la mano de obra, a consecuencia de esto las personas desempleadas han buscado otros medios de solventar la economía, mediante la migración y han buscado también nuevas ideas de negocios.

7.3.3 *Factor económico*

Este factor toma consideración los índices que tienen incidencia en la economía del país de su población y por ende en las empresas, a continuación se analiza cada uno de estos:

- **La inflación**

La inflación es un factor que no puede ser controlado por los directivos del supermercado por tanto representa una amenaza para el mismo. La cual se vería reflejada con el decremento de sus utilidades (Cordones & Veloz, 2012).

La tasa de variación anual del IPC en Ecuador en mayo de 2022 ha sido del 3,4%, 5 décimas superior a la del mes anterior. La variación mensual del IPC (Índice de Precios al Consumo) ha sido del 0,6%, de forma que la inflación acumulada en 2022 es del 2,2% (expansion.com/ Datosmacro.com, 2022) .

Consideramos que la inflación afecta a las empresas del sector manufacturero del cantón Latacunga en su mayoría, ya que esto significa un incremento en los precios de la materia prima e insumos y por ende del producto terminado; con este hecho, las empresas se verán obligado a ofertar sus productos en un precio más alto. Como es de conocimiento nacional el incremento de la inflación representa una amenaza para las empresas.

- **El PIB**

El Producto Interno Bruto (PIB) creció 4,2% en 2021, superando la proyección más reciente de 3,55% presentada por el Banco Central del Ecuador (BCE).

Para 2022, el Banco Central del Ecuador estima un crecimiento económico de 2,8%, impulsado por la recuperación de la inversión y el dinamismo del consumo de los hogares. Esta

previsión de crecimiento de 2,8% incorpora el efecto del conflicto entre Rusia y Ucrania en las exportaciones ecuatorianas, como también los decretos y reformas económicas aprobadas a escala nacional (Banco Central del Ecuador , 2022).

7.3.4 Factor tecnológico

En lo referente al aspecto tecnológico podemos argumentar que representa una oportunidad para las empresas del cantón Latacunga del sector manufacturero, ya que cuentan con la oportunidad de tecnificar sus procesos en la elaboración de sus productos, con el transcurrir del tiempo las entidades van experimentado nuevas necesidades de equipamiento técnico, para lo cual las grandes organizaciones productoras de tecnología han diseñado maquinaria y equipos para cubrir esas necesidades.

Podemos determinar que entre las ventajas que ofrece la tecnología es la optimización de recursos y a la vez los empleados u obreros que las manejen cuentan con la posibilidad de actualizarse constantemente en sus conocimientos.

7.3.5 Factor político legal

Hace referencia al conjunto de leyes, normas, estatutos, disposiciones establecidas por el gobierno a las cuales se debe una nación con el objeto de regular todas las actividades políticas y legales. Las leyes dictaminadas en un país pueden influir en las decisiones de las organizaciones en cuanto a su accionar (Cordones & Veloz, 2012).

Los factores políticos son muy importantes para las empresas porque permiten determinar pautas de comportamiento con normas o leyes para evitar cualquier tipo de abuso que se pueda presentar por parte de la empresa.

7.3.6 Nivel Micro

Se refiere a los requerimientos tecnológicos e institucionales. Constituido por la capacidad empresarial para desarrollar procesos de mejora continua y asociaciones y redes de empresas (CEPAL, 2001). Un sector de actividad económica en general no es competitivo por sí misma, especialmente si no cuenta con un entorno de apoyo a proveedores, o servicios orientados a la producción, o una presión competitiva basada en las alianzas. La competitividad en el nivel micro está basada en la interacción; donde el aprendizaje por interacciones estratégicas es clave en el proceso de innovación, especialmente cuando se constituyen ventajas competitivas dinámicas. Este nivel contiene, Capacidad de gestión, Estrategias empresariales, Gestión de la innovación, Mejores prácticas en el ciclo completo de producción, Integración en redes de cooperación tecnológicas, Logística empresarial, Interacción de proveedores y productores (Ferrer, 2005).

Según Cordones y Veloz (2012) considera los siguientes factores en el nivel microambiente:

7.3.7 Factor empresa

La empresa es un factor interno de gran importancia puesto que engloba todos los recursos necesarios para la actividad empresarial; es así que podemos mencionar que las empresas del sector manufacturero cuentan con una excelente fortaleza, al poseer: un recurso humano comprometido con sus funciones y sobre todo siente a la empresa como parte de sí mismos; el recurso tecnológico que se ha ido modernizando con el transcurrir del tiempo.

7.3.8 Factor proveedores

Los proveedores cumplen con sus obligaciones y en momentos del incremento de la demanda de productos desempeñan su papel eficientemente mediante el aprovisionamiento y

lo hacen empleando el justo a tiempo de tal manera que las empresas del sector manufacturero se encuentran satisfechos con la labor de sus proveedores.

7.3.9 Factor intermediario

En lo referente al factor intermediarios realizamos un análisis desde dos puntos de vista y es que los intermediarios por una parte representan un aspecto favorable para las empresas del sector manufacturera en el sentido en que gracias a ellos se produce un ingreso económico significativo para sus empresas puesto que estos constituyen clientes potenciales y fieles, al mismo tiempo permiten que los productos que se expenden en la empresa se comercialicen en otros lugares; por tanto ayudan a la publicidad y reconocimiento de las empresas. Por otra parte, los intermediarios constituyen un aspecto desfavorable en el momento en que, estos, deben aumentar el precio de los productos con el objetivo de obtener utilidades.

7.3.10 Factor cliente

Los clientes constituyen la parte más esencial de una empresa ya que la satisfacción plena de las necesidades es el principal objetivo que persigue una entidad. Se puede diferenciar en primer lugar los clientes internos, que están representados por los empleados de la entidad, constituyen el talento humano y que en la actualidad es muy representativo. Por otra parte, tenemos los clientes externos de la organización, representados por los consumidores e intermediarios ajenos a la entidad y son el motor que mueve a la organización y sus volúmenes de ventas. Considerando lo que antecede se puede decir que los clientes tanto internos como externos de la empresa constituyen una fortaleza para las empresas del sector manufacturero.

Las empresas del sector manufacturero del cantón Latacunga en el nivel micro deberían adquirir nuevos equipos tecnológicos modernizados, personal capacitado, proveedores puntuales, clientes potenciales e intermediarios fieles de esta manera permitirán que los

productos se comercialicen en otros lugares y de la misma manera ayudara a que las empresas tengan reconocimiento de su marca, estos factores se convierten en una fortaleza que ayudara a las empresas del sector manufacturero a crecer y generar utilidades a los empresarios y a la ciudadanía.

7.4 FODA

El análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) es uno de los componentes más importantes de una estrategia o plan de Mercadotecnia. Te permite fotografiar la situación de una marca, empresa o competidor. Un buen análisis FODA puede detonar fácilmente Objetivos y Estrategias que sean efectivas para la consecución de un plan de mercadotecnia. (Soto) citado por (Cervantes G. , 2013).

Tabla 2: Matriz FODA de la competitividad

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Constante búsqueda de innovación en los productos. • Existencia de sistemas productivos locales. • Ubicación en puntos estratégicos. • Existencia de insumos y materias primas en la región. | <ul style="list-style-type: none"> • Costos cambiantes de los proveedores en las materias primas. • Marketing. • Falta de expansión de la comercialización de productos a otras regiones. |
| OPORTUNIDADES | AMANEZAS |
| <ul style="list-style-type: none"> • Aparición de nuevas tecnologías. • Facilidad de acceso a créditos mediante políticas financieras del gobierno. • Aumento de la población. • Aparición de nuevos canales de distribución. • Nuevos mercados. | <ul style="list-style-type: none"> • Crisis económica. • Inflación. • Aumento de la competencia. • Altos costos en los insumos. • Existencia de nuevos productos sustitutos. |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3: Matriz cruzada DAFO

| | | Factor Interno | | | | |
|-----------------------|----------------------|---|---|---|--|---|
| Matriz DAFO | | Fortalezas | <ul style="list-style-type: none"> • Constante búsqueda de innovación en los productos. • Existencia de sistemas productivos locales. • Ubicación en puntos estratégicos. • Existencia de insumos y materias primas en la región. | Debilidades | <ul style="list-style-type: none"> • Costos cambiantes de los proveedores en las materias primas. • Marketing. • Falta de expansión de la comercialización de productos a otras regiones. | |
| Factor externo | Amenazas | <ul style="list-style-type: none"> • Crisis económica. • Inflación. • Aumento de la competencia. • Altos costos en los insumos. • Existencia de nuevos productos sustitutos. | Estrategias FA | Utilizar la innovación para lograr la diferenciación e impedir la entrada de los productos sustitutos en el mercado, | Estrategia DA | Implementar un plan de Marketing a través de redes sociales para poder llegar a más personas y competir con nuevos productos sustitutos |
| | Oportunidades | <ul style="list-style-type: none"> • Aparición de nuevas tecnologías. • Facilidad de acceso a créditos mediante políticas financieras del gobierno. • Aumento de la población. • Aparición de nuevos canales de distribución. • Nuevos mercados. | Estrategia FO | <p>Ampliar la cobertura del mercado aprovechando la capacidad de la tecnología.</p> <p>Aprovechar la localización estratégica para posicionar en nuevos mercados.</p> | Estrategia DO | Aprovechar los créditos financieros para expandir los productos a otras regiones utilizando el marketing digital. |

Fuente: Elaboración propia

7.5 Mapa de competitividad del BID

El mapa de competitividad fue desarrollado por el BID y adaptado por la Cámara de Comercio de Medellín y Antioquía, para ser utilizado en el diagnóstico organizacional de las Pyme. Esta herramienta visualiza a la organización como un sistema integrado por ocho áreas los cuales son: planeación estratégica, producción y operaciones, aseguramiento de la calidad, comercialización, contabilidad y finanzas, capital humano, gestión ambiental y sistema de información, que al interconectarse mejoran el desempeño de la organización (Camarena & Saavedra, 2019).

Tabla 4: Áreas del Mapa de Competitividad

| AREAS DE COMPETITIVIDAD | CONCEPTO | Autores |
|------------------------------------|---|---|
| Planificación estratégica | Es la que permite establecer la orientación y actividades futuras de las empresas; se encuentra ligada al rol y al trabajo de los altos directivos. | (Saavedra, 2012) |
| Producción y operaciones | Se ocupa de la producción de bienes y servicios, y permite a las organizaciones alcanzar sus metas mediante la eficiente adquisición y utilización de recursos. | (Melo Torres, Sanches Sulú, & Corbelle Cacabelos, 2020) |
| Aseguramiento de la calidad | Son todas las actividades que se llevan a cabo con el fin de ofrecer un producto o servicio libre de defectos y que a la vez satisfaga las necesidades del consumidor cliente. | (Marín, 2015) |
| Comercialización | Es el proceso que se realiza con el fin de que el producto o servicio llegue del productor al consumidor final, teniendo como premisa incrementar la participación en el mercado. | (Saavedra, 2012) |
| Contabilidad y Finanzas | Permite la generación de información para la toma de decisiones, siendo una valiosa herramienta cuando es utilizada para visualizar el futuro de la empresa a través de las proyecciones financieras. | |
| Recursos Humanos | El manejo de los recursos humanos puede ser concebido como una estrategia empresarial que manifiesta la importancia de la relación individual frente a las relaciones colectivas entre gestores, directivos o trabajadores, propiciando una participación activa de todos los trabajadores de la empresa. | |
| Gestión ambiental | Es el conjunto estructurado de principios, normas técnicas, procesos y actividades, orientado a administrar los intereses, expectativas y recursos relacionados con los objetivos de la política ambiental. | (Galdos, 2019) |
| Sistema de información | El apoyo a las funciones operativas a través de las tecnologías de información resulta de vital importancia para desarrollar una estructura competitiva del negocio. | (Saavedra, 2012) |

Fuente: Elaboración propia

7.6 Competitividad empresarial

Existen varios conceptos sobre la competitividad de varios autores que no es fácil encontrar uno en que todos coincidan. Sin embargo, se expone lo siguiente:

Según Alcívar (2017) dice que la competitividad empresarial “es como la capacidad con la que cuenta una empresa u organización de cualquier tipo, para desarrollar y mantener ventajas comparativas que le permiten poseer y preservar una posición destacada en el entorno socioeconómico en que se desenvuelve. Estas ventajas comparativas son únicas de la empresa, por lo tanto, los competidores no las poseen”.

También Ibarra (2017) manifiesta que la competitividad empresarial se deriva de la ventaja competitiva que tiene una empresa a través de sus métodos de producción y de organización (reflejados en precio y en calidad del producto final) en relación con los de sus rivales en un mercado específico.

Por otra parte, Labarca (2007) señala a la competitividad de una empresa es su capacidad para suministrar bienes y servicios igual o más eficaz y eficiente que sus competidores.

7.7 Competitividad

La competitividad es, en primer lugar, un concepto relativo, toda vez que un país, un sector o una firma son competitivos con relación a otro país, otro sector u otra firma. En segundo lugar, la competitividad es multidimensional, ya que puede verse desde diferentes planos interdependientes: el organizacional, el sectorial, el regional o el nacional. Es, entonces, un fenómeno que va más allá de la problemática de las unidades productivas y que abarca dimensiones endógenas y exógenas. En tercer lugar, es un término que se asocia,

invariablemente, a la estrategia, lo cual es acertado si se tiene en cuenta que el éxito de la misma se vincula directamente con la forma en que se utilizan las capacidades competitivas (recursos y competencias) para permanecer y/o crecer en el mercado de referencia. Por último, la competitividad se relaciona de manera directa con el posicionamiento, toda vez que una buena posición en el mercado queda determinada por aspectos diferenciales que se nutren de las ventajas competitivas. (Monterroso, 2016)

Para Michael Porter la competitividad está determinada por la productividad, definida como el valor del producto generado por una unidad de trabajo o de capital. La productividad es función de la calidad de los productos (de la que a su vez depende el precio) y de la eficiencia productiva. La competitividad se presenta en industrias específicas y no en todos los sectores de un país. Este autor creó el término competitividad de las naciones y lo definió como la habilidad de los países para crear valor agregado y aumentar el bienestar de la población. (Fernandez & Gomez, 2014)

Una empresa es competitiva cuando logra desarrollar productos o servicios de calidad, pero a menor costo frente a la competencia, cumpliendo con las expectativas de los clientes, así mismo las organizaciones buscan ser competitivas buscando nuevas técnicas y estrategias de negocios y junto con esto poder mantenerse en el mercado.

7.7.1 Evolución del concepto de la competitividad

La Real Academia Española define a la competitividad como la capacidad de competir y como la rivalidad para la consecución de un fin. Por su parte competir encuentra dos acepciones: Dicho de dos o más personas, contender entre sí, aspirando unas y otras con empeño a una misma cosa. Dicho de una cosa, igualar a otra análoga, en la perfección o en las

propiedades. No obstante, las diferentes posiciones sobre este concepto no han sido pacíficas a lo largo de la historia. (Sarango, 2019).

Tabla 5: Evolución del concepto de competitividad

| Autores | Concepto |
|-----------------------------------|---|
| 1776 Economistas clásicos | Los que han identificado los cuatro factores: tierra, sol, recursos naturales y fuerza laboral. |
| 1817 David Ricardo | Con su ley del ventaja comparativa, que ya subraya como los países deberían competir. |
| 1867 Economistas marxistas | Quienes han destacado el efecto del ambiente sociopolítico en el desarrollo económico, de allí la idea comunista de que cambiar el contexto político debería proceder al desenvolvimiento económico. |
| 1905 Max Weber | Sociólogo alemán, quien estableció la relación entre valores, creencias religiosas y el desenvolvimiento económico de las naciones. |
| 1942 Joseph Schumpeter | Quien enfatizó el rol del emprendedor como un factor de competitividad, subrayando que el progreso es el resultado de los desequilibrios que favorecen la innovación y la mejora tecnológica. |
| 1965 Alfred y Peter | Quienes desarrollan con más profundidad el concepto de administración como un factor principal para la competitividad. |
| 1982 Robert Solow | Quién ha estudiado los factores subyacentes al crecimiento económico en los Estados Unidos entre 1948 y 1982 para destacar la importancia de la educación, la innovación tecnológica y los crecientes conocimientos técnicos. |
| 1990 Michael Porter | Finalmente, quién ha tratado de integrar todas estas ideas en un modelo sistemático llamado el diamante de la ventaja nacional. |

Fuente: (Sarango, 2019)

7.7.2 Etapas de evolución de la competitividad

La incorporación de los principios de competitividad al desarrollo de las funciones, actividades y operaciones de la empresa, permite a esta incrementar su nivel de competitividad, ahora bien, la efectividad con que se apliquen estos 38 principios determinará el nivel de esa competitividad que la empresa esté alcanzando, o bien el nivel en que se encuentre. Las etapas

de evolución de la competitividad son cuatro, cada una de ellas tiene un nombre específico y una serie de características que las distinguen: (Fernandez & Gomez, 2014)

Tabla 6: Etapas de evolución de la competitividad

| Etapa | Nombre | Porcentaje | Característica |
|--------------|---------------|-------------------|----------------------------------|
| Etapa I | Incipiente | 0,25 | Muy bajo nivel de competitividad |
| Etapa II | Aceptable | 0,50 | Regular nivel de competitividad |
| Etapa III | Superior | 0,75 | Buen nivel de competitividad |
| Etapa IV | Sobresaliente | 1 | Muy alto nivel de competitividad |

Fuente: (Fernandez & Gomez, 2014)

7.8 Factores que determinan la competitividad

7.8.1 Factores externos

La organización es un sistema abierto que interactúa con su entorno debido a que toma de él recursos que transforma en productos y los distribuye nuevamente al entorno; por lo cual se ve afectado por factores externos que afectan su desempeño, estas últimas están conformadas por un entorno específico y un entorno general. Es decir, los factores externos son aquellas variables que se derivan del entorno de actuación de la empresa, que se dividen en dos grupos, el primero son las variables sociales, económicas, políticas y legales que afectan por igual al funcionamiento de las empresas situadas en un determinado lugar, y el segundo grupo al conjunto de características estructurales que moldean el entorno sectorial o industrial bajo el cual se desarrolla la competencia entre empresas. (Cuentas & Marriaga, 2018).

7.8.2 Factores internos

Los factores internos se refieren a las variables propias de cada empresa, a los recursos (físicos, técnicos, financieros, etc.) y a las habilidades y conocimientos (tecnológicos,

organizativos, directivos, etc.) que una vez analizados ayudan a la obtención de ventajas competitivas. (Cuentas & Marriaga, 2018)

7.8.3 Factores claves del éxito

Los factores claves del éxito (FCE) son áreas, aspectos o sucesos limitados de éxito que aseguran en gran medida un rendimiento competitivo, están directamente relacionados con el logro de la visión, misión y objetivos a largo plazo. Los FCE pueden ser factores internos, como recursos, habilidades, competencias, atributos, condiciones, o factores relacionados con el mercado o el entorno (externos), son áreas de resultados en las que el rendimiento se puede medir y evaluar. (Cuentas & Marriaga, 2018).

7.9 Competitividad sistemática

La competitividad sistémica es la interacción de cuatro niveles económicos y sociales de un país o región determinada: el macro, meta, meso y micro, entre los cuales se presenta la necesidad un trabajo en conjunto bajo el esquema de colaboración mutua, ya que sí se impulsan de manera coordinada y coherente estrategias, políticas u otros esfuerzos, se tendrá como resultado una competitividad, fortaleciendo así la economía de los países o regiones donde se desarrolle y por ende mejorando las condiciones sociales de su población. Por lo tanto, para el logro de este objeto de desarrollo es necesario que en los cuatro niveles se presente un involucramiento importante participación por parte de todos los actores de una sociedad, sí este esfuerzo se logra se podrá generar una cultura empresarial y una conciencia de la necesidad de un esfuerzo coordinado para mejorar la competitividad y así obtener los resultados esperados (Benavides, et, al, 2004).

La competitividad, es lo que permite a una empresa ser exitosa en el mundo en el que se desenvuelve, una empresa es competitiva cuando, logra desarrollar producto y servicios de

mayor calidad que las empresas competidoras, para mantenerse en el mercado de manera sostenible.

7.10 Industria manufacturera

Dentro del sector industrial, se encuentra la industria manufacturera, que se refiere dentro del ámbito de la economía, como aquella que se encarga de la conversión de la materia prima que se obtiene de la naturaleza en un producto elaborado con una utilidad determinada, con el objetivo de ser usado para ventas a los consumidores (Ramos, 2014).

Se denomina como industria manufacturera a aquella industria que se dedica exclusivamente a la transformación de diferentes materias primas en productos y bienes terminados y listos para que ser consumidos o bien para ser distribuidos por quienes los acercarán a los consumidores finales (Ucha, 2022).

El sector manufacturero se refiere a la transformación de materia prima mediante el uso de maquinarias, equipos, herramienta y mano de obra para la obtención de un producto listo para la venta.

7.11 Clasificación del sector manufacturero

Dentro de los conformantes del sector industrial Ramos (2014) menciona 10 grupos que son los que se presentan a continuación:

1) Productos alimenticios, bebidas y tabaco. Este grupo del sector manufacturero tiene como función la transformación de los alimentos tanto del consumo humano como del consumo animal. Al igual que cualquier otra industria manufacturera pasa por varias etapas de procesamiento, que incluye desde la manipulación de los alimentos hasta el envasado y conservación de productos comestible, algunos de estos productos son: Carnes y lácteos,

preparación de frutas y legumbres (conservas), molienda de trigo maíz y café, azúcar (blanca y morena), aceites y grasas comestibles (vegetales), alimentos para animales, otros productos alimenticios, bebidas alcohólicas, refrescos y tabaco.

2) Textiles, prendas de vestir e industrias del cuero. La industria textil se dedica; principalmente, a la fabricación de telas, hilos, fibras y otros productos relacionados. Dentro de esta industria, también se identifica la manufactura del calzado. En esta Industria se procesan tanto fibras naturales como el algodón, fibras sintéticas elaboradas con colorantes y suavizantes, hasta fibras artificiales que son específicamente una proteína animal o vegetal procesada. Entre estos están: Hilados y tejidos de fibras blandas, hilados y tejidos de fibras duras, otras industrias textiles, prendas de vestir, cuero y calzado.

3) Industrias de la madera y sus derivados, incluidos muebles. La industria maderera abarca desde que las personas plantan en el suelo los árboles hasta la transformación de la madera en objetos que las personas compran usualmente. En esta industria se encuentran: Aserraderos, tableros; otros productos de madera y corcho.

4) Fabricación de artículos de paja. En el Ecuador, la fabricación de artículos de paja en especial de sombreros de paja toquilla¹⁸, es muy común en Montecristi, provincia de Manabí. Es por esto que la paja es elaborada principalmente en: Sombreros, cesto, entre otros.

5) Fabricación de papel y productos de papel. La industria papelera elabora papel a través de celulosa, que proviene de los árboles como el pino, aunque también se usa algodón para su elaboración. Esta industria puede ser considerada dentro de la industria maderera, porque la materia prima para la elaboración de sus productos es la misma: pulpa de celulosa. Entre sus productos principales está: Papel y cartón, imprentas y editoriales. En cuanto a las

imprentas y editoriales, se refiere a la producción y edición de libros, folletos y novelas, entre otros.

6) Fabricación de sustancias químicas medicinales y productos botánicos de uso farmacéutico, químicos, derivados del petróleo y del carbón, de caucho plástico. La industria química tiene como objetivo fundamental transformar materias primas, sean naturales o artificiales, para la satisfacción de necesidades de los consumidores y poder mejorar su calidad de vida. Petróleo y derivados, petroquímica básica, fertilizantes, plaguicidas, colorantes, resinas sintéticas, fibras químicas y productos farmacéuticos, entre otros.

7) Industrias metálicas básicas. Se encarga de fundir metales ferrosos y no ferrosos a partir de chatarra como partes de autos, barras de hierro, placas o cables. Se incluyen: Industrias básicas de hierro y acero, industrias básicas de metales no ferrosos.

8) Fabricación de productos metálicos, maquinaria y equipo. La industria de maquinaria y equipo elabora, mediante procesos mecánicos y técnicos, aparatos fijos y móviles o manuales, que son comprados por otras industrias para usos como la construcción, actividades industriales, en la agricultura o incluso en el hogar; ejemplos:

Muebles metálicos, productos metálicos estructurales, otros productos metálicos, equipo eléctrico y no eléctrico, electrodomésticos, equipos móviles, vehículos; carrocerías, motores, partes y accesorios para los carros, equipo y material de transporte.

9) Fabricación de productos minerales no metálicos Vidrio y productos de vidrio, cemento hidráulico, productos a base de minerales no metálicos.

10) Otras industrias manufactureras, fabricación de joyas Relojes, equipo e instrumento médico y dental, lentes, cámaras, fotocopidora, joyas y orfebrería; otras industrias

manufactureras: artículos de oficina, dibujo y pintura; velas y veladoras; películas, placas y papel para fotografía, instrumentos musicales, artículos deportivos, juguetes (excepto los de plástico), sellos metálicos y de goma; escobas, cepillos y similares; cierres de cremalleras. Una de las industrias que más aporta a la economía del país es la industria de alimentos y bebidas. Los productos de la industria que más se exportan son: vehículos y sus partes, extractos y aceites de vegetales, manufacturas de metales y jugos y conservas.

7.12 Estudio de la competitividad en el sector manufacturero Ecuador

- **Ecuador presenta un sector manufacturero débil en comparación a la mayoría de países de América Latina.**

El Valor Agregado Manufacturero (VAM) ecuatoriano creció, en valores corrientes, al 8.6% anual entre 2000 y 2004, presentando el mayor crecimiento de América Latina. Sin embargo, en términos per cápita, el país ocupa el puesto 13 en la región, demostrando su escasa capacidad industrial. El VAM ecuatoriano sólo representó el 1% del VAM de América Latina en 2004, superando, entre los países de la Comunidad Andina, únicamente a Bolivia (UTEPI, 2007).

- **Las exportaciones manufactureras ecuatorianas muestran poca capacidad para adaptarse a la tendencia de la demanda mundial.**

En 2004, las exportaciones ecuatorianas de los veinte productos manufactureros más dinámicos a nivel mundial sumaron apenas \$10 por habitante, lo que provocó que el país ocupara el puesto 12 en el ranking de dinamismo exportador manufacturero de América Latina. Solamente las exportaciones ecuatorianas de seis de estos bienes han crecido a tasas más altas

que la media mundial y esto no ha sido suficiente para mejorar su posicionamiento en el mercado internacional (UTEPI, 2007).

Según las estimaciones del Banco Central del Ecuador, el sector industrial manufacturero cuenta con sectores que han crecido, mantenido y decrecido su nivel de valor agregado bruto (VAB), en comparación de 2019 y 2020. Entre el primer semestre de 2021 y el mismo periodo de 2020, los sectores más afectados por la pandemia fueron los ligados a la fabricación de equipos de transporte con un decrecimiento del 19,3%; la producción de madera cayó un 12,5%; y la elaboración de cacao y confites registra una caída del 6,2%. (Camara de Industrias y Produccion (CIP), 2021).

7.13 Estudio de la competitividad en el sector manufacturero Latacunga

El sector secundario que corresponde a manufactura e industria con el 13%; crea expectativa ya que el sector industrial no genera empleos suficientes para mejorar las condiciones de vida de la población, el desarrollo industrial se ha visto restringido en los últimos años por varios factores como la mano de obra calificada que generan las grandes ciudades como Quito, Guayaquil y Cuenca, el sector industrial en el cantón se basa principalmente en la agroindustria con las plantaciones florícolas, brocoleras y lácteos, se debe propiciar un incremento del sector industrial. (Gobierno autonomo descentralizado municipal latacunga, 2016).

Tabla 7: Valor Agregado Bruto cantón Latacunga en miles de dólares

| SECTOR | MONTO | % |
|--|------------------------|----------------|
| Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca | \$ 422.445,00 | 25,23% |
| Explotación de minas y canteras | \$ 1.571,00 | 0,09% |
| Manufactura | \$ 109.675,00 | 6,55% |
| Suministro de electricidad y de agua | \$ 22.130,00 | 1,32% |
| Construcción | \$ 221.670,00 | 13,24% |
| Comercio | \$ 183.929,00 | 10,99% |
| Actividades de alojamiento y comidas | \$ 7.783,00 | 0,46% |
| Transporte, información y comunicaciones | \$ 212.049,00 | 12,67% |
| Actividades financieras | \$ 33.641,00 | 2,01% |
| Actividades profesionales e inmobiliaria | \$ 130.890,00 | 7,82% |
| Administración pública | \$ 82.821,00 | 4,95% |
| Enseñanza | \$ 145.313,00 | 8,68% |
| Salud | \$ 24.088,00 | 4,43% |
| Otros servicios | \$ 26.144,00 | 1,56% |
| ECONOMIA TOTAL | \$ 1.624.149,00 | 100,00% |

Fuente: (De La Cruz, 2018)

En el cantón, las industrias manufactureras que más aportan a la economía son la industria metalmecánica, papel, industria maderera, alimentos y bebidas, que están destinados al consumo nacional, así como al mercado exportador. Latacunga es la ciudad que mayor aporta a la economía a nivel provincial, a través de diferentes actividades y comercio (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Cotopaxi, 2015). Las industrias que contribuyen más al VAB provincial en el año 2016 son: fabricación de productos de molienda, panadería y fideos con un 36,91%, producción y conservación de cárnicos 25,22%, productos lácteos

12,9%, textiles y cuero 5,55% del total del VAB del sector manufacturero. Además, para el año 2016 según información presentado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) se tienen 2130 empresas y un monto de ventas de \$ 155.346.967 millones de USD en el sector manufacturero, donde la mayor parte de industrias se concentran en la Microempresa con un 98.18%, seguidas de las pequeñas empresas con el 4,60% y en menor participación las medianas y grandes empresas. Sin embargo, en términos de ventas el que mayor aporta al sector con un 56,91% es la grande empresa, mientras 26,50% corresponde a las medianas, el 15,54% a las pequeñas y apenas el 1,05% a la microempresa. (De La Cruz, 2018)

8 METODOLOGÍA

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo con fuentes secundarias, pues los datos obtenidos son numéricos y estadísticos, recopilados de las diferentes empresas del sector manufacturero, mediante una encuesta que se realizó al gerente, una vez adquirido los datos se procede a tabular de acuerdo a la metodología del modelo del mapa de competitividad.

Para la investigación documental se realizó una revisión bibliográfica de fuentes primarias y secundarias, los cuales aportaron de manera explícita al desarrollo del problema, es decir documentación que contiene información sobre la competitividad.

Se lleva a cabo una investigación de campo, debido a que se levantó información mediante una encuesta previamente estructurada de manera directa, con cada uno de los gerentes de las 267 empresas manufactureras del cantón Latacunga, que fueron determinadas en la muestra, con el propósito de responder al problema planteado y estar al tanto de la realidad de las empresas,

Es una encuesta a través de un cuestionario que se estableció según la distribución de las empresas ubicadas en las diferentes parroquias del cantón Latacunga, Para la elaboración del cuestionario se tomó como referencia el mapa de competitividad del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (Saavedra, 2012) el cual posee 43 preguntas que fueron dirigidas a los propietarios de las empresas del sector manufacturero del cantón Latacunga.

9 POBLACIÓN Y MUESTRA

9.1 Población

Los siguientes datos se obtuvieron del (Servicio de Rentas Internas) de la provincia de Cotopaxi de las cuales se filtraron las empresas que pertenecen al sector manufacturero que se encuentren registradas como contribuyentes activos.

A continuación, se presenta el desglose, por parroquias de las empresas del sector manufacturero del cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi:

Tabla 8: Distribución de la población

| N.º | Parroquias | Empresas | Porcentaje |
|------------|-------------------------------|-----------------|-------------------|
| 1 | Once de Noviembre (Ilinchisi) | 11 | 1,26% |
| 2 | Alaquez | 18 | 2,07% |
| 3 | Belisario Quevedo | 34 | 3,90% |
| 4 | Eloy Alfaro | 159 | 18,25% |
| 5 | Guaytacama | 29 | 3,33% |
| 6 | Ignacio Flores | 97 | 11,14% |
| 7 | Joseguango Bajo | 9 | 1,03% |
| 8 | Juan Montalvo | 47 | 5,40% |
| 9 | La Matriz | 145 | 16,65% |
| 10 | Latacunga | 20 | 2,30% |
| 11 | Mulalo | 136 | 15,61% |
| 12 | Poalo | 7 | 0,80% |
| 13 | San Buenaventura | 28 | 3,21% |
| 14 | San Juan de Pastocalle | 32 | 3,67% |
| 15 | Tanicuchi | 53 | 6,08% |
| 16 | Toacaso | 46 | 5,28% |
| | Total | 871 | 100% |

Fuente: (Servicio de Rentas Internas)

9.2 Muestra

Siendo una población finita, la muestra se escogió de acuerdo a una metodología aleatoria y probabilística

9.2.1 Cálculo de la muestra

La fórmula para calcular la muestra cuando se conoce el tamaño de la población y la misma es finita es la siguiente:

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

N = tamaño de la población 871 (manufactureras)

N = Universo o población

p = Probabilidad de ocurrencia (50% = 0.5)

q = Probabilidad de no ocurrencia (50% = 0.5)

Z = Nivel de confianza deseado (95%= 1.96 desviaciones estándar)

$(N-1)$ = Corrección que se usa para muestras grandes mayores de 30

E = Límite aceptable de error muestral (5% = 0.05)

Reemplazamos los datos en la formula se tiene:

$$n = \frac{(871)(0,5)(0,5)(1,96)^2}{(871 - 1)(0,05)^2 + (0,5)(0,5)(1,96)^2}$$

$$n = 266,79$$

$$n = 267$$

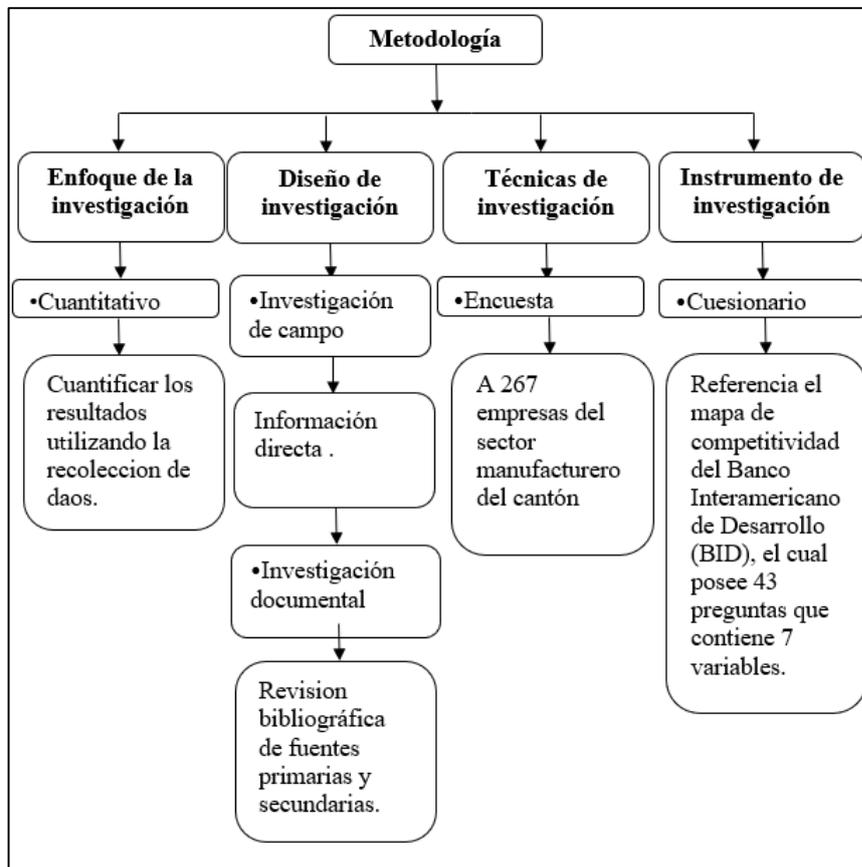
Se establece como error máximo aceptable del 5% con un nivel de confianza del 95%, el tamaño de la muestra que se aplicará en la recolección de información será de 267 encuestas.

Tabla 9: Distribución de encuestas por parroquias

| N° | Parroquias | Empresas | Porcentaje | Ponderación |
|-----------|----------------------------------|-----------------|-------------------|--------------------|
| 1 | Once de Noviembre (Ilinchisi) | 11 | 1,26% | 3 |
| 2 | Alaquez | 18 | 2,07% | 6 |
| 3 | Belisario Quevedo | 34 | 3,90% | 10 |
| 4 | Eloy Alfaro | 159 | 18,25% | 49 |
| 5 | Guaytacama | 29 | 3,33% | 9 |
| 6 | Ignacio Flores | 97 | 11,14% | 30 |
| 7 | Joseguango Bajo | 9 | 1,03% | 3 |
| 8 | Juan Montalvo | 47 | 5,40% | 14 |
| 9 | La Matriz | 145 | 16,65% | 44 |
| 10 | Latacunga | 20 | 2,30% | 6 |
| 11 | Mulalo | 136 | 15,61% | 42 |
| 12 | Poalo | 7 | 0,80% | 2 |
| 13 | San Buenaventura | 28 | 3,21% | 9 |
| 14 | San Juan de Pastocalle | 32 | 3,67% | 10 |
| 15 | Tanicuchi | 53 | 6,08% | 16 |
| 16 | Toacaso | 46 | 5,28% | 14 |
| | Total | 871 | 100,00% | 267 |

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 1: Cuadro sinóptico de la metodología



Fuente: Elaboración propia

Para calcular la competitividad de las empresas del sector manufacturero, se tomó el mapa de competitividad BID (Cepeda & Solís, 2019), el mismo que se aplicara en el estudio de las empresas, mediante el cual se va a estimar el índice empresarial, seguidamente se realiza un promedio simple con el dato del índice cantonal para obtener el índice sectorial.

Índice Cantonal

Para estimar el índice de competitividad cantonal se tomó como referencia la investigación de (Cepeda & Solís, 2019), que se ha realizado una adaptación del Índice de Competitividad Territorial aplicado a los Cantones de Heredia, Costa Rica, (Fonseca

Hernández, 2012), que explica la competitividad cantonal por medio de 5 componentes, 18 variables y 39 indicadores, distribuidos de la siguiente forma:

Tabla 10: Componentes de competitividad cantonal

| Componente | Nombre | Variable | Indicador | Peso |
|------------|------------------------|----------|-----------|------|
| Primero | Económico -Empresarial | 3 | 8 | 20% |
| Segundo | Infraestructura | 6 | 8 | 20% |
| Tercero | Socio-Demográfico | 3 | 12 | 20% |
| Cuarto | Institucional | 2 | 6 | 20% |
| Quinto | Ambiental | 4 | 5 | 20% |
| | Total | 18 | 39 | 100% |

Fuente: (Cepeda & Solís, 2019).

En el presente trabajo se adaptó el índice antes mencionado a la realidad del cantón Latacunga por lo que se distribuyó el 100% en pesos de 23,5% a los componentes económico empresarial, infraestructura, socio-demográfico e institucional, mientras que al componente ambiental se le asignó un peso de 6%, debido a que no todas las variables iniciales fueron utilizadas por inconvenientes de acceso a la información. Los componentes aplicados en la estimación del índice cantonal del Cantón Latacunga, son los siguientes:

Tabla 11: Componentes Índice Cantonal

| Componente | Nombre | Variable | Indicador | Peso |
|------------|------------------------|----------|-----------|-------|
| Primero | Económico –Empresarial | 3 | 5 | 23.5% |
| Segundo | Infraestructura | 3 | 5 | 23.5% |
| Tercero | Socio-Demográfico | 3 | 9 | 23.5% |
| Cuarto | Institucional | 1 | 4 | 23.5% |
| Quinto | Ambiental | 1 | 1 | 6% |
| | Total | 11 | 24 | |

Fuente: (Cepeda & Solís, 2019).

Una vez determinado el peso para cada componente, se redistribuyó a cada variable, eliminando aquellas que no existe información o el acceso a la misma es restringido, obteniendo lo siguiente:

El componente económico-empresarial a utilizar cuenta con tres variables y cuatro indicadores con su peso especificado el mismo que se observa en la tabla N° 12.

Tabla 12: Componente Económico - Empresarial

| Variable | Indicador | Peso % |
|---|--|--------------|
| Componente económico-empresarial | | 23,5% |
| Mercado Laboral | Razón PEA cantón / nacional | 6,17% |
| Localización de empresas | # empresas micro, pequeñas y medianas | 6,17% |
| | Cantidad de exportaciones por provincia. | 6,17% |
| Disponibilidad de servicio | Acceso a electricidad | 4,99% |

Fuente: (Cepeda & Solís, 2019).

El componente infraestructura a utilizar cuenta con tres variables y cuatro indicadores con su peso especificado el mismo que se observa en la tabla N° 13.

Tabla 13: Componente Infraestructura

| Variable | Indicador | Peso % |
|-----------------------------------|---|---------------|
| Componente Infraestructura | | 23,5% |
| Financiera | # Entidades financieras bancos estatales y privados | 4,70% |
| Educativo | # Escuelas | 3,53% |
| | # Colegios | 3,53% |
| Tecnológica | Índice de brecha tecnológica | 5,87% |
| | Penetración Internet | 5,87% |

Fuente: (Fonseca Hernández, 2012).

El componente socio-demográfico a utilizar cuenta con tres variables y nueve indicadores con su peso especificado el mismo que se observa en la tabla N° 14.

Tabla 14: Componente Socio-Demográfico

| Variable | Indicador | Peso % |
|-------------------------------------|--|---------------|
| Componente socio-demográfico | | 23,50% |
| Demografía | Años esperanza de vida | 1,84% |
| | Razón densidad poblacional (población Km2) | 3,00% |
| | % Población pobre | 3,00% |
| | # Población con discapacidad | 1,83% |
| | # Nacimientos | 1,83% |
| Educación | % Cobertura matricula primaria | 3,00% |
| | % Cobertura matricula secundaria | 3,00% |
| Seguridad | Tasa de Robo y Hurto | 3,00% |
| | Tasa de Mortalidad por homicidios | 3,00% |

Fuente: (Cepeda & Solís, 2019).

El componente institucional a utilizar cuenta con una variable y cuatro indicadores con su peso especificado el mismo que se observa en la tabla N° 15.

Tabla 15: Componente Institucional.

| Variable | Indicador | Peso % |
|---------------------------------|---|---------------|
| Componente Institucional | | 23,50% |
| Gestión municipal | Índice de desarrollo y gestión municipal | 8,37% |
| | Índice de planificación, participación ciudadana y rendición de cuentas municipales | 5,53% |
| | Índice de gestión de servicios municipales económicos | 5,69% |
| | Índice de gestión de servicios sociales municipales | 3,91% |

Fuente: (Cepeda & Solís, 2019).

El componente ambiental a utilizar cuenta con una variable y un indicador con su peso especificado el mismo que se observa en la tabla N° 16.

Tabla 16: Componente Ambiente

| Variable | Indicador | Peso % |
|-----------------------------|---|---------------|
| Componente ambiental | | 6,00% |
| Acceso y calidad del agua | Escala desigualdad en el acceso al agua | 6,00% |

Fuente: (Cepeda & Solís, 2019).

Definida la matriz que comprende los componentes, variables, indicadores y peso relativo, se procedió a la recolección de datos secundarios del Cantón y cada una de las variables tiene su ponderación respectiva. Posterior a ello, se investigó los datos de estos indicadores como estándares a nivel mundial y con ello se estableció el indicador que nos entrega el Índice cantonal.

Índice de Competitividad Empresarial

Para determinar la competitividad empresarial se utilizó la herramienta del Mapa de Competitividad del BID por ser la que más se adapta a la realidad zonal, sin embargo, los indicadores y sus pesos relativos fueron modificados y ajustados a la realidad latacungueña, dando mayor peso a los más representativos de la realidad empresarial, así como disminuyendo el peso de los poco ajustados. Los indicadores fueron reestructurados de la siguiente manera:

Primera Variable - Planificación. - Incluye 5 indicadores:

Tabla 17: Variable Planificación e Indicadores de medición

| ORDEN | INDICADOR | PESO |
|--------------------------------------|---------------------------------|-------------|
| 1 | Plan de Negocios | 40% |
| 2 | Horizonte de planeación | 20% |
| 3 | Cartera de Productos | 10% |
| 4 | Asignación de Funciones | 10% |
| 5 | Manuales Descripción de Puestos | 20% |
| Total, variable Planificación | | 100% |

Fuente: (Cepeda & Solís, 2019)

En esta variable se asignó el mayor peso a un Plan de negocios, que corresponde al 40%, porque permite al propietario estructurar una empresa en cada una de las tareas y áreas en que se va a desenvolver, estrategias, clientes, etc. Permitiendo tener muy bien establecidos los pasos a seguir de cara al futuro; seguido por las variables de horizonte de planeación y manuales de descripción de puestos con el 20% de ponderación debido a que la planificación en sus diferentes tiempos permite implementar políticas adecuadas de dirección, administración, gestión y control. En este aspecto, la cartera de productos tiene un porcentaje de 10% pues el número de productos no le hace a una empresa competitiva.

Segunda Variable - Producción y Operación. - Incluye 5 indicadores.

Tabla 18: Variable Producción y Operación e Indicadores de medición

| Orden | Indicador | Peso |
|--------------|---|-------------|
| 1 | Automatización de Procesos | 30% |
| 2 | Tecnología | 30% |
| 3 | Mantenimiento | 20% |
| 4 | Recursos Energéticos | 20% |
| | Total, Variable Producción y Operación | 100% |

Fuente: (Cepeda & Solís, 2019)

Se estableció un mayor peso a la automatización de procesos y tecnología porque permiten aumentar los volúmenes de producción y calidad en comparación con productos realizados a mano. Respecto al mantenimiento y uso de los recursos energéticos, se estableció un peso del 20% en razón que al llegar la maquinaria a paralizarse forma parte de una disminución de la producción.

Tercera variable – Calidad. - Incluye 7 indicadores

Tabla 19: Variable Calidad e Indicadores de medición

| Ord | Indicador | Peso |
|------------|--------------------------------|-------------|
| 1 | Aceptación de Tecnología | 14,28% |
| 2 | Técnicas de Calidad | 14,28% |
| 3 | Tipo de Técnicas de Calidad | 14,28% |
| 4 | Control de Calidad | 14,28% |
| 5 | Comercialización | 14,28% |
| 6 | Garantía | 14,28% |
| 7 | Certificaciones | 14,28% |
| | Total, Variable Calidad | 100% |

Fuente: (Cepeda & Solís, 2019)

En esta variable se considera que todos los indicadores son igual de importantes por lo que asignó un peso de 14,28% a cada indicador.

Cuarta Variable – Comercialización. - Incluye 4 indicadores:

Tabla 20: Variable Comercialización e Indicadores de medición.

| Ord | Indicador | Peso |
|-----|---|-------------|
| 1 | Comercialización | 30% |
| 2 | Precios del mercado | 20% |
| 3 | Canales de Comercialización | 30% |
| 4 | Publicidad | 10% |
| | Total, Variable Comercialización | 100% |

Fuente: (Cepeda & Solís, 2019)

El área de Comercialización se enfoca en el destino que tiene la producción se le asignó un peso de 30%, La forma de fijar los precios en el mercado es otro factor que se considera en la competitividad, con un peso del 20% Respecto a los canales de distribución son importantes pues de ahí se conoce cómo llega el producto hasta el destino final, asignando un peso del 30% y por último la publicidad que tiene un peso del 10%.

Quinta Variable – Recursos Humanos. - Incluye 6 variables:

Tabla 21: Variable Recursos Humanos e Indicadores de medición

| Ord | Indicador | Peso |
|-----|---|-------------|
| 1 | Socios | 20% |
| 2 | Contratación | 15% |
| 3 | Tipo de contratos | 15% |
| 4 | Rotación de Personal | 25% |
| 5 | Capacitación | 20% |
| 6 | Afiliación | 5% |
| | Total, Variable Recursos Humanos | 100% |

Fuente: (Cepeda & Solís, 2019).

Dentro de la variable Recursos Humanos, se utilizó 6 indicadores: socios con un peso de 20%, Selección de personal con un peso de 15%, Contratos con un peso de 15%, Rotación del personal con un peso de 25%, Capacitaciones al personal con un peso de 20% y Afiliación a seguros (públicos-privados) con un peso de 5%, dándonos un peso total de 100%.

Sexta Variable – Finanzas y Contabilidad. - Incluye 13 indicadores

Tabla 22: Variable Finanzas y Contabilidad e Indicadores de medición

| Ord | Indicador | Peso |
|--|--------------------|-------------|
| 1 | Contabilidad | 7,69% |
| 2 | Registros | 7,69% |
| 3 | Activos | 7,69% |
| 4 | Pasivos | 7,69% |
| 5 | Financiamiento | 7,69% |
| 6 | Adquisiciones | 7,69% |
| 7 | Formas de Pago | 7,69% |
| 8 | Materia Prima | 7,69% |
| 9 | Capital de Trabajo | 7,69% |
| 10 | Cuentas por Cobrar | 7,69% |
| 11 | Cuentas por Pagar | 7,69% |
| 12 | Utilidades | 7,69% |
| 13 | Costos | 7,69% |
| Total, Variable Finanzas y Contabilidad | | 100% |

Fuente: (Cepeda & Solís, 2019)

En esta variable se recopila datos referentes a las fuentes de financiamiento que tienen las empresas, la forma de pago con la que generalmente trabajan, lo que permite determinar si la empresa tiene o no liquidez. En cuanto se refiere a las cuentas por cobrar y pagar son indicadores que determinan las relaciones que tienen las empresas con sus clientes y proveedores.

Séptima Variable – Innovación: Incluye 7 indicadores.

Tabla 23: Variable Innovación e Indicadores de medición

| Ord | Indicador | Peso |
|-----------------------------------|-------------------------|-------------|
| 1 | Innovación de Productos | 20% |
| 2 | Problemas | 10% |
| 3 | Tecnología | 10% |
| 4 | Creación de Valor | 10% |
| 5 | Cambios | 20% |
| 6 | Horizonte de Cambio | 20% |
| 7 | Innovación | 10% |
| Total, Variable Innovación | | 100% |

Fuente: (Cepeda & Solís, 2019)

Para esta última variable, se ha considerado pesos ponderados, siendo la más fuerte la frecuencia con la que realiza modificaciones en su producto con un 20%, seguido con el tiempo en el que deciden mejorarlo. Los problemas es un indicador que resalta en cuáles factores cree tener inconvenientes las empresas y que no les permita estar en constante cambio. Uno de los indicadores es la manera de enfocar la innovación, sea esta solo por moda o por exigencias del mercado.

10 ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Una vez procesada la información, los resultados obtenidos nos arrojaron que de las 267 empresas encuestadas el 29% corresponden a la fabricación de prendas de vestir o industria textil, el 2% a artesanías como la joyería, el 14% se dedican a la fabricación de bloques, el 6% elaboración de quesos, el 6% al calzado, 3% a los artículos para deportes, el 14% elaboración de pan y sus derivados, el 1% elaboración de chocolate, el 4% fabricación de muebles de madera, 1% fabricación de escobas y cepillos, el 1% accesorios de plásticos para carrocería, el

4% fabricación de puertas de metal, 3% fabricación de tejidos, 2% maletas y sus derivados, 7% productos cárnicos, 3% accesorios para el hogar y el 2% corresponden a la producción de bebidas alcohólicas. En ese sentido, la industria textil o la fabricación de prendas de vestir, elaboración de pan y sus derivados y la fabricación de bloques, son las industrias más fuertes en el sector manufacturero ocupando el 29% y 14% respectivamente del cantón Latacunga.

Tabla 24: Productos que fabrican

| ¿Qué fabrica? | Porcentaje |
|--|-------------------|
| Prendas de vestir | 29% |
| Artesanía-Joyería | 2% |
| Fabricación de bloques | 14% |
| Elaboración de quesos | 6% |
| Calzado | 6% |
| Artículos para deporte | 3% |
| Elaboración de pan y sus derivados | 14% |
| Elaboración de chocolate | 1% |
| Fabricación de escobas y cepillos | 1% |
| Accesorios de plásticos para carrocería | 1% |
| Fabricación de puertas y ventanas de metal | 4% |
| Artículos para construcción de losas | 2% |
| Fabricación de tejidos | 3% |
| Fabricación de maletas y sus derivados | 2% |
| Productos cárnicos | 7% |
| Accesorios para el hogar | 3% |
| Bebidas alcohólicas | 2% |
| Total | 100% |

Fuente: Encuesta Aplicada.

10.1 Índice de competitividad cantonal

Para el ICC se consideraron componentes como: socio-demográfico, institucional, infraestructura, económico-empresarial y ambiental, cabe mencionar que los datos obtenidos para el índice de competitividad cantonal se tomaron de referencia (Cepeda & Solís, 2019) con

el tema “**COMPETITIVIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR MANUFACTURERO DEL CANTÓN LATACUNGA**” los cuales se detallan a continuación:

El componente socio-demográfico posee las siguientes variables: demografía, educación y seguridad; en las cuales se encuentran indicadores relevantes como: años de esperanza de vida con el valor de 1 multiplicado por su peso da un nuevo valor de 0,0184, razón densidad poblacional con el valor de 1 multiplicado por su peso da un nuevo valor de 0,03, número de población con discapacidad con el valor de 1 multiplicado por su peso da un nuevo valor de 0,0183, porcentaje de cobertura matrícula primaria con el valor de 1 multiplicado por su peso da un nuevo valor de 0,03, porcentaje de cobertura matrícula secundaria con el valor de 1 multiplicado por su peso da un nuevo valor de 0,03; así como indicadores de menor valor como son: porcentaje de población pobre con el valor de 0,15 multiplicado por su peso da un nuevo valor de 0,0046, número de nacimientos con el valor de 0,85 multiplicado por su peso da un nuevo valor de 0,0156, tasa de robo y hurto con el valor de 0,69 multiplicado por su peso da un nuevo valor de 0,0206 y tasa de mortalidad por homicidios con el valor de 0,90 multiplicado por su peso da un nuevo valor de 0,0271. Sumados los resultados de la operación nos da un valor de 0,1946, el mismo que es una parte del ICC.

Tabla 25: Componente Socio-Demográfico

| COMPONENTE SOCIO-DEMOGRÁFICO | | | | | | |
|-------------------------------------|--|--------------------------------|-------------------------|--------------|---------------|----------------|
| Variable | Indicador | Datos cantón | Estándar mundial | valor | peso % | 23,50 % |
| Demografía | Años esperanza de vida | 76,4 | 72,04 | 1,00 | 1,84% | 0,0184 |
| | Razón densidad poblacional (población Km2) | 144,41 | 14,52 | 1,00 | 3,00% | 0,0300 |
| | % Población pobre | 64,70% | 10% | 0,15 | 3,00% | 0,0046 |
| | # Población con discapacidad | 2,22% | 15% | 1,00 | 1,83% | 0,0183 |
| | # Nacimientos | 7661,00 | 18,89 | 0,85 | 1,83% | 0,0156 |
| | Educación | % Cobertura matrícula primaria | 93,92% | 93,50% | 1,00 | 3,00% |
| % Cobertura matrícula secundaria | | 84,78% | 76,43% | 1,00 | 3,00% | 0,0300 |
| Seguridad | Tasa de Robo y Hurto | 13% | 8,91% | 0,69 | 3,00% | 0,0206 |
| | Tasa de Mortalidad por homicidios | 2,10% | 1,90% | 0,90 | 3,00% | 0,0271 |
| | | | | | Total | 0,1946 |

Fuente: (Cepeda & Solís, 2019).

El componente institucional posee la variable de gestión municipal, en el cual se encuentran indicadores relevantes como: índice de planificación, participación ciudadana y rendición de cuentas municipales con un valor de 1 multiplicado por su peso da un nuevo valor de 0,0553, índice de gestión de servicios municipales económicos con un valor de 1 multiplicado por su peso da un nuevo valor de 0,0569, índice de gestión de servicios sociales municipales con el valor de 1 multiplicado por su peso da un nuevo valor de 0,0391; así como indicadores de menor valor como son: índice de desarrollo y gestión municipal con un valor de 0,50 multiplicado por su peso da un nuevo valor de 0,0419. Al sumar estos resultados da un valor total de 0,1932, el mismo que es una parte de ICC. Ver tabla N° 26

Tabla 26: Componente Institucional

| COMPONENTE INSTITUCIONAL | | | | | | |
|---------------------------------|---|---------------------|-------------------------|--------------|---------------|----------------|
| Variable | Indicador | Datos cantón | Estándar mundial | Valor | Peso % | 23,50 % |
| Gestión municipal | Índice de desarrollo y gestión municipal | 37,31% | 74,55% | 0,50 | 8,37% | 0,0419 |
| | Índice de planificación, participación ciudadana y rendición de cuentas municipales | 86,38% | 60,57% | 1,00 | 5,53% | 0,0553 |
| | Índice de gestión de servicios municipales económicos | 66,67% | 60,97% | 1,00 | 5,69% | 0,0569 |
| | Índice de gestión de servicios sociales municipales | 100% | 52,38% | 1,00 | 3,91% | 0,0391 |
| | Total | | | | | |

Fuente: (Cepeda & Solís, 2019)

El componente infraestructura posee las siguientes variables: financiera, educativo y tecnológico; en las cuales se encuentran indicadores relevantes como: número de entidades financieras, bancos estatales y privados con el valor de 1 multiplicado por su peso da un nuevo valor de 0,0470, índice de brecha tecnológica con el valor de 1 multiplicado por su peso da un nuevo valor de 0,0587; así como indicadores de menor valor como son: número de escuelas con el valor de 0,44 multiplicado por su peso da un nuevo valor de 0,0156, número de colegios con el valor de 0,46 multiplicado por su peso da un nuevo valor de 0,0161 y la penetración a internet con el valor de 0,62 multiplicado por su peso da un nuevo valor de 0,0366. Sumados todos estos resultados da un valor total de 0,1740, el mismo que es parte del ICC. Ver tabla 27

Tabla 27: Componente Infraestructura

| COMPONENTE INFRAESTRUCTURA | | | | | | |
|-----------------------------------|---|---------------------|-------------------------------|--------------|---------------|---------------|
| Variable | Indicador | Datos cantón | Estándar mundial | valor | peso % | 23,50% |
| Financiera | # Entidades financieras bancos estatales y privados | 107 | 12,6 | 1,00 | 4,70% | 0,0470 |
| Educativo | # de escuelas | 65 | 1 colegio por cada 1.361 hab. | 0,44 | 3,53% | 0,0156 |
| | # de colegios | 67 | 1 colegio por cada 1.361 hab. | 0,46 | 3,53% | 0,0161 |
| Tecnológica | Índice de brecha tecnológica | 10,07% | 53% | 1,00 | 5,87% | 0,0587 |
| | Penetración Internet | 16084 | 51,50% | 0,62 | 5,87% | 0,0366 |
| | | | | | Total | 0,1740 |

Fuente: (Cepeda & Solís, 2019).

El componente económico empresarial posee las siguientes variables: mercado laboral, localización de empresas y disponibilidad de servicios; en las cuales se encuentran indicadores relevantes como Razón PEA cantonal con el valor de 1 multiplicado por su peso da un nuevo valor de 0,0617 y Acceso a la electricidad con el valor 1 multiplicado por su peso da un nuevo valor de 0,0499; así como indicadores de menor valor como son número de empresas micro, pequeñas y medianas con el valor de 0,01 multiplicado por su peso da un nuevo valor de 0,0007 y la cantidad de exportaciones con el valor de 0,03 multiplicado por su peso da un nuevo valor de 0,0021. Sumados todos estos nuevos valores da un total de 0,1144, el cual es parte del ICC. Ver tabla N° 28.

Tabla 28: Componente Económico Empresarial

| COMPONENTE ECONÓMICO EMPRESARIAL | | | | | | |
|---|---------------------------------------|---------------------|-------------------------|--------------|---------------|----------------|
| Variable | Indicador | Datos cantón | Estándar mundial | Valor | Peso % | 23,50 % |
| Mercado Laboral | Razón PEA cantón / nacional | 1,31% | 1,05% | 1,00 | 6,17% | 0,0617 |
| Localización de empresas | # empresas micro, pequeñas y medianas | 0,05 | 4,66 | 0,01 | 6,17% | 0,0007 |
| | Cantidad de exportaciones | 0,01 | 28,52% | 0,03 | 6,17% | 0,0021 |
| Disponibilidad de servicio | Acceso a electricidad | 63441 | 87,38% | 1,00 | 4,99% | 0,0499 |
| Total | | | | | | 0,1144 |

Fuente: (Cepeda & Solís, 2019).

El componente ambiental posee la variable de acceso y calidad del agua; el cual se encuentra el indicador de escala desigualdad en el acceso al agua con el valor de 0,66 multiplicado por su peso da un nuevo valor de 0,04, el cual forma parte del ICC. Ver tabla N° 29.

Tabla 29: Componente Ambiental

| COMPONENTE AMBIENTAL | | | | | | |
|----------------------------------|---|---------------------|-------------------------|--------------|---------------|--------------|
| Variable | Indicador | Datos cantón | Estándar mundial | Valor | Peso % | 6,00% |
| Acceso y calidad del agua | Escala desigualdad en el acceso al agua | 60,36% | 91% | 0,66 | 6,0% | 0,04 |
| Total | | | | | | 0,04 |

Fuente: (Cepeda & Solís, 2019).

Con el ICC calculado, los datos demuestran que la mayor fortaleza que tiene el cantón es en el componente socio-demográfico con el 0,1946, seguido del componente institucional con 0,1932, componente infraestructura 0,1740, componente económico-empresarial 0,1144 y

por último componente ambiental 0,04. Después de haber analizado cada una de los componentes con sus diferentes variables e indicadores, el resultado final es la obtención de un Índice Cantonal de 0,7161, valor que se encuentra dentro de la 2da etapa de competitividad considerada como aceptable según José León, datos que se resumen en la tabla N° 30.

Tabla 30: Índice de competitividad cantonal

| ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD CANTONAL | |
|--|---------------|
| Componentes | Total |
| Socio-demográfico | 0,1946 |
| Institucional | 0,1932 |
| Infraestructura | 0,1740 |
| Económico Empresarial | 0,1144 |
| Ambiental | 0,0400 |
| Total | 0,7161 |

Fuente: (Cepeda & Solís, 2019).

10.2 Índice de competitividad empresarial

Planificación

Esta variable reporta los siguientes resultados consolidados:

Tabla 31: Resultado Empresarial - Planificación

| Indicador | Plan de Negocios | Horizonte de Planeación | Cartera de Productos | Asignación de funciones | Manuales de Descripción de Puestos |
|----------------------------------|-------------------------|--------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|---|
| Promedio | 0,52 | 0,39 | 0,22 | 0,33 | 0,20 |
| Ponderación | 40% | 20% | 10% | 10% | 20% |
| Promedio ponderado factor | | | 0,38 | | |

Fuente: Encuestas.

De las 267 empresas encuestadas, el 52% de las empresas gira su negocio en torno al Plan de Negocios, tiene definido y socializa la visión, misión, objetivos y políticas dentro de la empresa mediante rótulos colocados en las áreas administrativas, ésta variable se ubica en 0,52 de competitividad, es decir, es una fortaleza que la mayor parte de empresas tiene.

Respecto al horizonte de tiempo, el 51% de las empresas tiene su planeación a corto plazo, debido a que los consumidores exigen de manera continua cambios en los productos, cabe indicar que la planificación a mediano plazo lo aplican el 28% de las empresas.

En cuanto se refiere al número de productos que producen, el 46% de las empresas produce entre 4 y 6 productos, enfocándose no solamente en un solo producto sino también en otros derivados. Este variable reporta un índice del 0,22 y aporta con el 10% para el índice de la variable Planificación.

El 67% de las empresas indica que no dispone de descripciones escritas de todos los puestos de trabajo, sin embargo, el trabajador recibe instrucciones precisas sobre la responsabilidad que tiene una vez que es contratado.

En cuanto se refiere a la existencia de una manual de descripción de puestos de trabajo, el 63% de las empresas indica que no tiene un manual de puestos definido, indicando que aquellos puestos que tienen definidas las funciones son los Gerenciales, este aporta con un índice de 0,20. El índice total que reporta estas variables es de 0,38.

Producción y Operación

Tabla 32: Resultado Empresarial - Producción y Operación

| Indicador | Automatización de procesos | Tecnología | Mantenimiento | Recursos Energéticos |
|---------------------------|----------------------------|------------|---------------|----------------------|
| Promedio | 0,31 | 0,48 | 0,78 | 0,99 |
| Ponderación | 30% | 30% | 20% | 20% |
| Promedio ponderado factor | 0,59 | | | |

Fuente: Encuestas.

Del total de las empresas encuestadas, el 69% mantiene un proceso de producción de forma semiautomatizado, sin embargo, apuntan a implementar la tecnología como es el caso de las empresas de confección para mejorar los tiempos de producción

El 52% de las empresas indica que la tecnología, la actividad humana y otros factores productivos ayudan totalmente a realizar un trabajo eficiente, pero no descartan automatizar el proceso de producción con tecnología modernizada.

En cuanto se refiere al mantenimiento que deben hacer a la maquinaria, el 60% de las empresas señala que lo hacen anualmente pues existe una planificación con la finalidad de no disminuir la producción.

De la encuesta realizada el 99% indica que utiliza energía eléctrica para el proceso de producción. El índice total que reporta esta variable es de 0,59.

Calidad

Tabla 33: Resultado Empresarial – Calidad

| Indicador | Aceptación de técnicas de calidad | Técnicas de Calidad | Tipos de Técnicas de Calidad | Control de Calidad | Garantía |
|--|--|----------------------------|-------------------------------------|---------------------------|-----------------|
| Promedio | 0,70 | 0,70 | 0,50 | 0,70 | 0,01 |
| Ponderación Promedio ponderado factor | 14,28% | 14,28% | 14,28% | 14,28% | 14,28% |
| | | | 0,52 | | |

Fuente: Encuestas.

El 70% de las empresas manufactureras aplican el concepto de calidad en la entrega de los productos, exigencia que los clientes tienen presente cuando compran este producto. Como es un índice promedio entre sus variables, aporta con el 0,70 para construir el índice total de la variable. Respecto a las técnicas de calidad que utilizan con mayor énfasis, el 52% de las empresas aplica la gestión por Procesos, seguida por el 10% de las empresas que se guían con Manuales de Calidad.

El 50% de las empresas giran en torno a las Normas ISO (Normas de Calidad) pues en su concepto de aplicación consideran que implementar un sistema de calidad tiene un alto costo (inversión) que será recuperable a mediano plazo. El control de calidad de las empresas lo lleva en base a las sugerencias de los clientes, pues el 64% de las empresas indica que la opinión del cliente es la que cuenta para la mejora de los productos.

El 99% de las empresas manufactureras manifiestan que sus productos no tienen garantía, pero mencionan que los productos cuentan con sus respectivos estándares de calidad. El índice total que reporta esta variable es de 0,52.

Comercialización

Tabla 34: Resultado Empresarial - Comercialización

| Indicador | Comercialización | Precios del mercado | Canales de comercialización | Publicidad |
|----------------------------------|------------------|---------------------|-----------------------------|------------|
| Promedio | 0,30 | 0,64 | 0,75 | 1,00 |
| Ponderación | 40% | 20% | 30% | 10% |
| Promedio ponderado factor | | 0,57 | | |

Fuente: Encuestas.

La comercialización en las empresas manufactureras del Cantón Latacunga tiene como principal mercado local, se corrobora que el 70% de las empresas prepara sus productos para dicho mercado. El principal canal de distribución es el Directo (empresa - cliente), por lo que apenas el 18% de las empresas comercializa su producto por medio de canales detallista y el 8% mediante distribuidores.

Respecto a la publicidad, el 74% de las empresas opta por dar a conocer su producto por medio del vendedor. El índice total que reporta esta variable es de 0,57.

Recursos Humanos

Tabla 35: Resultado Empresarial - Recursos Humanos

| Indicador | Familias | Contratación | Tipo de contratos | Rotación del Personal | Capacitación | Afiliación |
|----------------------------------|----------|--------------|-------------------|-----------------------|--------------|------------|
| Promedio | 0,33 | 0,72 | 0,65 | 0,60 | 1,00 | 0,01 |
| Ponderación | 20% | 15% | 15% | 25% | 20% | 5% |
| Promedio ponderado factor | | | | 0,62 | | |

Fuente: Encuestas.

Esta variable evalúa de manera prioritaria de contratar al personal, en donde el 72% de las empresas contratan de manera directa al personal, eso significa que, los futuros postulantes para el trabajo deben cumplir varios requisitos planteados por las empresas para poder acceder a una oportunidad de trabajo. En este aspecto se ha considerado el factor de rotación de personal, pues el 60% de las empresas considera tener una baja rotación de personal debido a que los mismos familiares trabajan y no consideran contratar personal externo. Respecto a la capacitación del personal, todas las empresas enfocan su capacitación en diferentes áreas: trabajo en equipo, manipulación de equipos, manejos de almacenes de control de inventarios y procesos de transformación El índice de esta variable marca el 0,62.

Finanzas y Contabilidad

Tabla 36: Resultado Empresarial - Finanzas y Contabilidad

| Indicador | Contab. | Act. | Pas. | Financ. | Adq. | Forma de Pago | Mat. Prima | Cap. de Trab. | CXC. | CXP | Util. |
|----------------------------------|---------|-------|-------|---------|-------|---------------|------------|---------------|-------|-------|-------|
| Promedio | 1,00 | 1,00 | 0,36 | 0,97 | 0,63 | 0,25 | 0,78 | 0,63 | 0,94 | 0,99 | 1,00 |
| Ponderación | 7,69% | 7,69% | 7,69% | 7,69% | 7,69% | 7,69% | 7,69% | 7,69% | 7,69% | 7,69% | 7,69% |
| Promedio ponderado factor | | | | | | 0,78 | | | | | |

Fuente: Encuestas

Con respecto a sus activos el promedio que estas empresas manejan es de USD. 12.500,50 (Doce mil quinientos dólares con cincuenta centavos) aproximadamente, distribuidos en dinero en efectivo, terrenos, edificios, herramientas, insumos, materiales entre otros. Respecto a sus pasivos, las empresas se mantienen un promedio de USD 7.500,50 (siete mil quinientos dólares con cincuenta centavos).

De acuerdo a la evaluación entre dos cuentas contables primordiales como Cuentas por Cobrar y Cuentas por Pagar, se determina que las empresas recuperan las cuentas por cobrar

en el tiempo establecido y corresponde al 94% de las empresas que se maneja con esta política, de la misma manera las cuentas por pagar las cancelan en el plazo establecido y corresponde al 87%. Otro de los aspectos importantes dentro de esta variable es que el 81% de las empresas decide reinvertir sus utilidades en el desarrollo de éstas, sea en la adquisición de tecnología, así como también en la innovación de los productos, variable que se tratará a continuación. El índice de esta variable es de 0,78 esto quiere decir que la mayor parte de empresas de este sector lleva una planificación financiera aceptable.

Innovación

Tabla 37: Resultado Empresarial - Innovación

| Indicador | Innovación | Problemas | Tecnología | Creación de valor | Cambios | Horizonte de cambio | Innovación |
|----------------------------------|------------|-----------|------------|-------------------|---------|---------------------|------------|
| Promedio | 0,46 | 1,00 | 0,55 | 1,00 | 0,06 | 0,06 | 1,00 |
| Ponderación | 20% | 10% | 10% | 10% | 20% | 20% | 10% |
| Promedio ponderado factor | | | | 0,47 | | | |

Fuente: Encuestas.

El índice en el que se ubican estas empresas manufactureras del cantón Latacunga es de 0,47 y consideran que deben enfocarse más en este aspecto, pues de las empresas que están innovando con poca frecuencia, se enfoca en la calidad del producto. Un aspecto que toman en cuenta para poder innovar son las necesidades y exigencias del mercado (52%) para ello toman en cuenta ideas de los trabajadores y directivos.

Para estimar el grado de competitividad empresarial se determinó un peso (%) a cada variable analizada, distribuido de la siguiente manera: el 16% para la Planificación Estratégica, el 16% para la Producción y Operación, el 10% para la Calidad, el 16% para la Comercialización, el 10% los Recursos Humanos, el 16% a Contabilidad y Finanzas y el 16%

a la Innovación. Es importante mencionar que los pesos ya estaban anteriormente definidos en el mapa de competitividad del BID.

En resumen, el índice empresarial se construyó de la siguiente manera:

Tabla 38: Índice empresarial por variables

| Variable | Valor | Peso | Índice |
|---------------------------------------|--------------|-------------|---------------|
| Planificación | 0,38 | 16% | 0,06 |
| Procesos y Operación | 0,59 | 16% | 0,09 |
| Calidad | 0,52 | 10% | 0,05 |
| Comercialización | 0,67 | 16% | 0,11 |
| Recursos Humanos | 0,62 | 10% | 0,06 |
| Finanzas y Contabilidad | 0,78 | 16% | 0,12 |
| Innovación | 0,47 | 16% | 0,08 |
| Índice empresarial manufactura | | 100% | 0,58 |

Fuente: Elaboración propia.

Analizada la información del ICE, los datos demuestran que la mayor fortaleza que tienen las empresas es en la variable finanzas con un valor de 0,12, seguido de la variable comercialización con un valor de 0,11, variable de procesos y operaciones con un valor de 0,09, variable innovación con un valor de 0,08 y su mayor debilidad se refleja en las variables, recursos humanos y planificación con un valor de 0.06 y calidad con un valor de 0,05

El Índice de competitividad empresarial estimado se ubica en 0,58; es decir, se encuentra en la etapa III – Superior.

11 ÍNDICE COMPETITIVIDAD EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR MANUFACTURERO DEL CANTÓN LATACUNGA.

Una vez estimados los índices cantonal y empresarial se construyó el índice de competitividad de las empresas del sector manufacturero del cantón Latacunga, realizando un promedio simple entre los índices antes mencionados, dándonos como resultado 0,65, que se encuentra en la Etapa III – Superior, lo que nos indica que a pesar de las limitaciones existentes se posee un nivel de competitividad superior al 50%.

Tabla 39: Cálculo del índice de competitividad en las empresas del sector manufacturero del cantón Latacunga

| | |
|--|-------------|
| ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD CANTONAL | 0,72 |
| ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL | 0,58 |
| ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD DEL SECTOR MANUFACTURERO | 0,65 |

Fuente: Elaboración propia.

12 IMPACTOS DEL PROYECTO

12.1 Impacto económico

El impacto que genera la presente investigación, es hacia las empresas del sector manufacturero del cantón Latacunga, puesto que ayuda a los propietarios o gerentes a la toma de decisiones, con el fin de crecer y ser competitivos dentro de su mercado. Al estar estas en una buena posición, generan empleo para los moradores del cantón.

12.2 Impacto social

Este proyecto de investigación enmarcado en la administración y economía para el desarrollo humano y social busca generar un impacto positivo en los empresarios del sector manufacturero del cantón Latacunga, a fin de potenciar la competitividad para abarcar nuevos mercados y posicionarse en la mente del consumidor

13 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

13.1 Conclusiones

- El mapa de competitividad BID permite medir la competitividad de las empresas a través de la evaluación de siete variables las cuales son: Planificación Estratégica, Producción y Operación, Finanzas y Contabilidad, Recursos Humanos, Calidad, Innovación y Comercialización.
- El análisis FODA es una herramienta que nos presenta el estado en el que se encuentran las empresas, de esta manera tratar de explotar las fortalezas, superar las debilidades, aprovechar las oportunidades del mercado, y defenderse ante amenazas externas que puedan afectar al crecimiento y desarrollo de las empresas.
- Se concluye que el índice de competitividad en las empresas del sector Manufacturero del cantón Latacunga es 0,65 el cual está ubicado dentro del rango de 0,51 a 0,75 valor que se encuentra en la 3ra etapa de competitividad, considerado como superior (buen nivel de competitividad), cabe destacar que existe un nivel más alto, considerado como sobresaliente y este se encuentra en un rango de 0,76 a 1,00, también que el índice empresarial en el cantón Latacunga es 0,58 como se observa en la tabla N°38 valor que se encuentra dentro de la 3ra etapa de competitividad considerada como superior según Fernández y Gómez N°5. En ese orden de ideas, se encontró que a nivel interno su área fuerte es la variable finanzas con un valor de 0,12, seguido de la variable comercialización con un valor de 0,11 y su mayor debilidad se refleja en la variable calidad con un valor de 0,05.

13.2 Recomendaciones

- Se recomienda a las empresas utilizar la metodología del mapa de competitividad BID, esto ayudará a las empresas a tomar en cuenta los factores de menor nivel para tomar acciones que permitan la mejora continua.
- Se recomienda a las empresas utilizar la herramienta FODA de manera permanente, con el fin de conocer las fortalezas y las debilidades que influyen en el desarrollo de sus empresas y tomar decisiones acertadas ante los retos o nuevas oportunidades de crecimiento.
- Se recomienda a los empresarios del sector manufacturero trabajar en las áreas que presentan falencias como es en calidad, que tiene un índice de 0,05, implementando un sistema de calidad que permita brindar al cliente la mayor satisfacción en el consumo de sus productos.

14 PRESUPUESTO

Tabla 40: Presupuesto

| Componente | Cantidad | Unidad de Medida | Valor Unitario\$ | Valor Total\$ |
|--|-----------------|-------------------------|-------------------------|----------------------|
| Equipo | | | | |
| Computadora (internet) | 200 | Horas | 0,6 | \$ 120,00 |
| Transporte y salida de campo | | | | |
| Movilización (pasajes) | 2 | Movilización | 80 | \$ 160,00 |
| Materiales y Suministros | | | | |
| Esferos | 4 | Unidad | 0,35 | \$ 1,40 |
| Cuaderno | 1 | Unidad | 1 | \$ 1,00 |
| Anillado | 2 | Unidad | 0,7 | \$ 4,90 |
| Empastado | 2 | Unidad | 20 | \$ 60,00 |
| Material bibliográfico y fotocopias | | | | |
| Copias | 800 | Unidad | 0,04 | \$ 32,00 |
| Impresiones | 500 | Unidad | 0,1 | \$ 50,00 |
| Hojas | 4 | Resmas | 4 | \$ 16,00 |
| Gastos Varios | | | | |
| Gastos | | Imprevistos | 70 | \$ 70,00 |
| TOTAL | | | | \$ 515,30 |

Fuente: Elaboración propia.

15 BIBLIOGRAFÍA

- Alcívar, A. (2017). *Competitividad en las empresas exportadoras de productos terminados* (Diagramación ed.). Guayaquil: UTEG. Obtenido de <https://www.uteg.edu.ec/wp-content/uploads/2019/11/COMPETITIVIDAD-EN-EMPRESAS-EXPORTADORAS.pdf>
- Banco Central del Ecuador . (31 de marzo de 2022). <https://www.bce.fin.ec/>. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/>: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1482-la-economia-ecuatoriana-crecio-4-2-en-2021-superando-las-previsiones-de-crecimiento-mas-recientes>
- Benavides, S., Muñoz, J., & Parada, A. (2004). Análisis de la Competitividad y los Encadenamientos Productivos. *Economía y Sociedad*. Obtenido de <file:///C:/Users/David-PC/Downloads/1097-Texto%20del%20art%C3%ADculo-2915-1-10-20110823.pdf>
- Calle, J. (2015). *Universidad Catolica de Santiago de Guayaquil*. Obtenido de Carrera de Ingeniería en Marketing : <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/4195/3/T-UCSG-PRE-ESP-MD-CM-34.pdf>
- Camara de Industrias y Produccion (CIP). (27 de diciembre de 2021). (CIP). Obtenido de (CIP): <https://www.cip.org.ec/2021/12/27/balance-del-sector-industrial-en-2021-y-proyecciones-de-la-cip-para-2022/>
- Camarena, M. S., & Saavedra, M. (2019). Competitividad de las Pyme y su relación con los sistemas de información. *Cuadernos de contabilidad*. 20(50). Obtenido de <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cuacont/article/view/28119>
- Cepeda, D., & Solís, V. (2019). *Universidad Técnica de Cotopaxi*. Obtenido de Facultad de Ciencias Administrativas.
- Cervantes, A. L. (2005). *Competitividad e internacionalizacion de las pequeñas y medianas empresas mexicanas"*. Obtenido de Universidad Nacional Autónoma de México, : <https://repositorio.unam.mx/contenidos/407429>
- Cervantes, G. (2013). *Universidad Nacional Autónoma de México*. Obtenido de Facultad de Contaduría y Administración : http://docencia.fca.unam.mx/~gcervantes/blog/FODA_GERMAN.pdf
- Chiner, E. (s.f.). *Investigación descriptiva mediante encuestas* . Obtenido de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19380/34/Tema%208-Encuestas.pdf>
- Chiriboga, D. (mayo de 2013). *Pontificia Universidad Catolica del Ecuador* . Obtenido de Facultad de ciencias Dministrativas y Contables :

<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/6306/T-PUCE-6492.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cordones, V., & Veloz, X. (febrero de 2012). *Universidad Tecnica de Cotopaxi*. Obtenido de Unidad Academca de Ciencias Administrativas y Humanisticas :
<http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/242/1/T-UTC-0113.pdf>

Cuentas, D. d., & Marriaga, L. M. (2018). *Universidad de la Costa*. Obtenido de Facultad de Ciencias Economicas:
<https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/36/1043019242%20-%201143148180.pdf?sequence=1>

datosmacro.expansion.com. (2019). *expansion.com/ Datosmacro.com*. Obtenido de expansion.com/ Datosmacro.com: <https://datosmacro.expansion.com/estado/indice-competitividad-global/ecuador#:~:text=Ecuador%20baja%20al%20puesto%2090%C2%BA,un%20alto%20nivel%20de%20prosperidad>.

De La Cruz, M. A. (2018). *Universidad Tecnica deAmbato*. Obtenido de Facultad de Contabilidad y Auditoria :
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/28792/1/T4376M.pdf>

Departamento Económico y de Comercio Exterior. (10 de 10 de 2019). *Criterios Digital*. Obtenido de Las exportaciones en la provincia de Cotopaxi:
<https://criteriosdigital.com/datos/deptoeconomicoycomercio/exportaciones-de-cotopaxi/>

Echeverri, P. A., Tovar, J. A., & Guevara, L. F. (2018). *Universidad Libre Seccional Pereira*. Obtenido de Facultad de ingeniería:
<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/17249/DISE%C3%91O%20DE%20UN%20MODELO%20DE%20COMPETITIVIDAD%20EMPRESARIAL.pdf?sequence=1>

Espín, C., Eugenio, C., & Villa, C. (2019). Innovación de procesos en la pequeña y mediana industria en el sector manufacturero de la ciudad de Latacunga. *Revista boletin redipe*, 149.

expansion.com/ Datosmacro.com. (2022). *IPC de Ecuador*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/ipc-paises/ecuador>

Fernandez, A. J., & Gomez, P. A. (2014). *Universidad ICESI*. Obtenido de Facultad de ciencias Economicas y Administrativas:
https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/77873/1/TG00814.pdf

- Ferrer, J. (2005). Competitividad Sistémica. Niveles analíticos para el fortalecimiento de sectores de actividad económica. *scielo*. Obtenido de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182005000100010#:~:text=La%20competitividad%20sist%C3%A9mica%20constituye%20un,del%20sector%2C%20un%20nivel%20meso
- Fonseca Hernández, R. (Julio de 2012). Índice de Competitividad Territorial aplicado a los Cantones de Heredia. *Economía y Sociedad No. 42*, 67 - 86. Obtenido de <http://www.revistas.una.ac.cr/economia>
- Galdos, J. (2019). *Universidad Continental*. Obtenido de Facultad de Ciencias de la Empresa: https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/6954/2/IV_FCE_308_TE_Galdos_Talaverano_2019.pdf
- Gobierno autonomo descentralizado municipal latacunga. (2016). *PDyOT_Latacunga*. Obtenido de PDyOT_Latacunga: https://www.latacunga.gob.ec/images/pdf/PDyOT/PDyOT_Latacunga_2016-2028.pdf
- Hernandez, F., Montero, G., & Martha, G. (2005). *Universidad Nacional Autonoma de Mexico*. Obtenido de Facultad de Contaduris y Adminstracion : <http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/2005/administracion/2/1250.pdf>
- Ibarra, M. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas. *Estudios Fronterizos*, 111-111. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/estfro/v18n35/2395-9134-estfro-18-35-00107.pdf>
- Jiménes, Y., & Suárez, M. (26 de Julio de 2014). *Univesidad Dr. Jose Gregorio Hernandez*. Obtenido de Jornadas Internas de Postgrado Dr. Adolfo Calimán González: <http://ujgh.edu.ve/wp-content/uploads/2021/03/IJIP-27.pdf>
- Labarca, N. (2007). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. *Omnia*, 4-4.
- Marín, L. (2015). *Universidad Nacional de Cordoba*. Obtenido de Facultad de Ciencias Economicas: <https://rdu.unc.edu.ar/bitstream/handle/11086/2689/Marin%2C%20Laura.%20Propuesta%20de%20medici%C3%B3n%20de%20la%20competitividad%20de%20las%20PYME%20radicadas%20en%20la%20provinc%20ia%20de%20C%C3%B3rdoba.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Melo Torres, L. I., Sanches Sulú, N. V., & Corbelle Cacabelos, F. (2020). Mapa de la Competitividad en microempresas de la agroindustria alimentaria. *revista espacios*, 41(05). Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n05/20410506.html>
- Meneses, J. (2008). *Universitat Oberta de Catalunya*. Obtenido de El cuestionario: <https://femrecerca.cat/meneses/publication/cuestionario/cuestionario.pdf>

Servicio de Rentas Internas . (s.f.). Obtenido de

<https://www.sri.gob.ec/catastros;jsessionid=DHL7dlWeXerL6TrfGtl5kbc>

Solano, J. A., Pérez, M. J., & Uzcátegui, C. d. (febrero de 2017). *Metodologías de Medición de la Competitividad*. UMET-Sede Machala. Obtenido de

<https://www.eumed.net/libros-gratis/actas/2017/empresas/10-metodologias-para-medir.pdf>

Ucha, F. (marzo de 2022). *Definición ABC*. Obtenido de

<https://www.definicionabc.com/economia/industria-manufacturera.php>

Ulloa, F. (21 de Mayo de 2021). *Polo de desarrollo productivo en Cotopaxi*. Obtenido de La

Gaceta: <https://lagaceta.com.ec/polo-de-desarrollo-productivo-en-cotopaxi/>

Universidad Nacional Autónoma de México. (2018). <http://fcasua.contad.unam.mx/>.

Obtenido de <http://fcasua.contad.unam.mx/>:

http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/20192/contaduria/1/LC_1157_051118_A_%20admon_basica_plan2016.pdf

UTEPI. (2007). *Competitividad Industrial del Ecuador. Programa Integrado entre el Ministerio de Industrias y Competitividad y la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industria*. Quito: Printed. Obtenido de

[https://www.unido.org/sites/default/files/2007-](https://www.unido.org/sites/default/files/2007-11/71791_TCB_No.17.Competitividad_Industrial_del_Ecuador_2007_0.pdf)

[11/71791_TCB_No.17.Competitividad_Industrial_del_Ecuador_2007_0.pdf](https://www.unido.org/sites/default/files/2007-11/71791_TCB_No.17.Competitividad_Industrial_del_Ecuador_2007_0.pdf)

ANEXOS

ANEXO 1. Encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
LICENCIATURA EN COMERCIO

Objetivo: Estimar el índice competitivo en las empresas del sector manufacturero del cantón Latacunga.

Esta encuesta está dirigido a los gerentes

Instrucciones: Lea detenidamente y conteste con la mayor veracidad posible.

Nota. La información proporcionada será utilizada para fines pedagógicos.

DATOS GENERALES

Género

- a. Femenino
- b. Masculino

Grado de instrucción

- a. Primaria
- b. Secundaria
- c. Técnico
- d. Universitario

A. FACTORES DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

1. *¿La empresa tiene un plan de negocios?*

- a. Si
- b. No
- c. Está en proceso

2. *Lo que se planifica.*

- a. Es a largo plazo
- b. Es a mediano plazo
- c. Es a corto plazo
- d. Es diario

3. *¿Con cuántos productos cuenta su empresa?*

- a. 1-3
- b. 4-6
- c. 7-9
- d. Más de 9

4. *¿Cómo se determinan las actividades a realizar por cada empleado?*

- a. Se espera que cada empleado trabaje en las tareas que se vayan presentando.
- b. Se disponen de descripciones escritas de todos los puestos de trabajo que especifican las funciones que desempeña cada empleado.
- c. No se disponen de descripciones escritas de todos los puestos de trabajo, pero el empleado recibirá instrucciones precisas sobre sus responsabilidades.

5. *¿Se dispone de una descripción de los puestos de trabajo?*

- a. Si
- b. No
- c. Sólo se tiene una idea

B. FACTORES DE PRODUCCIÓN Y OPERACIÓN.

6. ¿Qué fabrica?

- a. Prendas de vestir
- b. Artesanía-Joyería
- c. Fabricación de bloques
- d. Elaboración de quesos
- e. Calzado
- f. Artículos para deporte
- g. Elaboración de pan y sus derivados
- h. Elaboración de chocolate
- i. Harinas y sémolas de carne
- j. Fabricación de muebles de madera
- k. Fabricación de escobas y cepillos
- l. Accesorios de plásticos para carrocería
- m. Fabricación de puertas y ventanas de metal
- n. Artículos para construcción de losas
- o. Fabricación de tejidos
- p. Fabricación de maletas y sus derivados
- q. Productos cárnicos
- r. Accesorios para el hogar
- s. Bebidas alcohólicas

7. ¿Cómo es su proceso de producción?

- a. Manual
- b. Automatizado

c. Semiautomatizado.

8. *¿Los equipos, nivel de tecnología, personal y otros factores productivos permiten realizar a cabalidad el trabajo?*

a. Totalmente

b. Parcialmente

9. *¿Con qué frecuencia se realiza el mantenimiento de los equipos de producción?*

a. Mensual

b. Trimestral

c. Anual

d. Cuando la maquinaria presenta daños

e. Nunca se lo realiza.

10. *¿Para la operación de los equipos qué tipo de energía utiliza?*

a. Energía eléctrica.

b. Gas

c. Leña.

d. Una combinación de los recursos energéticos disponibles adaptándolos a los requerimientos del equipo.

e. Otro (especifique): _____

C. CALIDAD

11. *¿Aplica técnicas de calidad? En caso de que la respuesta sea no, pasar a la pregunta*

15

a. Si

b. No

12. *¿Cuáles son las técnicas de calidad que se aplica (maneja)?*

- a. Manuales
- b. A través de un proceso
- c. Siguiendo Manuales de Calidad
- d. Gestión de procesos
- e. Lluvias de Ideas
- f. Diagramas de Flujo
- g. Histograma
- h. Diagrama de Pareto
- i. Gráficos de Control
- j. Diagramas de Sectores
- k. Hojas de Comprobación
- l. Otros (especifique)
- m. No aplica

13. *¿Estas técnicas de calidad son?*

- a. Propias.
- b. Bajo normas ISO
- c. Normas INEN
- d. Otros (especifique)_____
- e. No aplica

14. *¿Cómo se lleva a cabo el control de calidad de su producto?*

- a. Según el diseño
- b. Según el consumidor
- c. Según expertos
- d. No aplica.

15. *¿El producto tiene garantía?*

- a. Si
- b. No
- c. Depende del producto.

D. COMERCIALIZACIÓN

16. *¿Qué mercados abarca con sus productos?*

- a. Local
- b. Regional
- c. Nacional
- d. Internacional (Extranjero).

17. *¿Cómo fija el precio de sus productos?*

- a. En relación a la competencia
- b. Dependiendo del cliente
- c. Agrega un porcentaje al costo
- d. Otros (especifique)_____

18. *¿Cuáles son los canales de comercialización específicos para la salida de sus productos?*

- a. Directos
- b. Detallistas
- c. Distribuidor

19. *¿Cuáles son los medios que utiliza para dar a conocer sus productos?*

- a. Radio
- b. Prensa
- c. Internet

- d. Vendedor
- e. Ninguno

E. RECURSOS HUMANOS

20. *¿Tiene empleados externos a la familia?*

- a. Si
- b. No

Si su respuesta es negativa, por favor, continúe en la pregunta N° 25.

21. *¿Qué método utiliza para la contratación del personal?*

- a. Entrevista directa
- b. Mediante vía telefónica
- c. Por Recomendaciones
- d. Otros(especifique)_____

22. *¿Los contratos se realizan?*

- a. Por actividad
- b. Por tiempo definido
- c. Por tiempo indefinido
- d. Por temporada

23. *¿La rotación de personal en la empresa es?*

- a. Alta
- b. Baja
- c. No existe rotación

24. *¿Qué tipo de capacitaciones brinda al personal? Selección múltiple*

- a. Buenas prácticas de manufacturas.

- b. Seguridad industrial.
- c. Manipulación de equipos.
- d. Manejo de almacenes y control de inventarios.
- e. Proceso de transformación.
- f. Trabajo en equipo.
- g. Ninguna
- h. Otros (especifique)_____

25. ¿A qué tipo de seguro están afiliados los trabajadores? Selección múltiple

- a. Seguro General (IESS)
- b. Seguro Campesino (IESS)
- c. Seguro Privado
- d. Ninguno

F. CONTABILIDAD Y FINANZAS

26. Usted lleva

- a. Contabilidad
- b. Registro de ingresos y gastos
- c. Ninguno

27. ¿Cuáles son mis activos (que tengo)? Selección múltiple

| Activos | | Valores Estimados |
|------------------------|--|-------------------|
| Dinero en efectivo | | |
| Terrenos | | |
| Casa | | |
| Semovientes (animales) | | |
| Herramientas y equipos | | |
| Materiales e Insumos | | |
| Vehículos | | |
| Maquinaria | | |
| Equipo de computación | | |

28. ¿Cuáles son mis pasivos (qué debo) Selección múltiple

| Pasivos | | Valores Estimados |
|--------------------------------|--|--------------------------|
| Préstamos (a corto plazo) | | |
| Préstamos (a largo plazo) | | |
| Hipotecas | | |
| Impuestos por pagar | | |
| Sueldos y beneficios por pagar | | |
| Otros (chulqueros) | | |

29. ¿Cuáles son sus fuentes de financiamiento?

- a. Banca comercial
- b. Cooperativas de ahorros y crédito
- c. Bancos micro financieros
- d. Préstamos personales
- e. Aportes de socios
- f. Otros (especifique): _____

30. ¿Cómo es la política de compras?

- a. Los pedidos se realizan sobre la marcha
- b. Se compra cuando los proveedores ofrecen un mejor precio
- c. Existe un indicador que muestra el nivel mínimo a partir del cual realiza el nuevo pedido

31. Indique los medios de pago que acepta por los productos que ofrece la empresa

- a. Dinero en efectivo.
- b. Cheques
- c. Tarjeta de crédito
- d. Traslaciones bancarias

- e. Otros (especifique)

32. ¿Cómo cancela la materia prima suministrada por los proveedores?

- a. Contado
- b. Crédito
- c. Contado y crédito
- d. Otros (especifique) _____

33. Respecto al capital de trabajo.

- a. Existe siempre una reserva para que la empresa pueda operar con normalidad.
- b. Algunas veces la empresa queda sin fondos para realizar compras de cualquier tipo.
- c. La empresa se mantiene con lo justo.

34. Respecto a las Cuentas por cobrar, éstas son recuperadas:

- a. A tiempo
- b. Plazo vencido
- c. Con intervención legal

35. Respecto a las Cuentas por pagar, éstas son pagadas:

- a. Antes de tiempo
- b. Plazo establecido
- c. Con tiempo de mora

36. Respecto a las utilidades.

- a. Se distribuyen proporcionalmente entre los socios de la empresa.
- b. No se generan utilidades.
- c. Una parte se reinvierte en el negocio y la otra se destina a distintos pagos.
- d. Otros (Especifique)_____

G. INNOVACIÓN

37. *¿Cree tener problemas para innovar su cartera de productos? En caso de ser negativa su respuesta pase a la pregunta 41.*

- a. Si
- b. No

38. *¿En qué factor cree tener problemas?*

- a. Producto
- b. Procesos
- c. Talento Humano

39. *¿Qué tan frecuente es la introducción de la tecnología en su empresa?*

- a. Frecuentemente
- b. Poco frecuente
- c. No se introduce nueva tecnología

40. *¿De qué otra forma podría crear valor? Selección Múltiple. Utilice la siguiente escala según la importancia donde:*

| | |
|--------------------------|---|
| Sin importancia | 0 |
| De poca importancia | 1 |
| Moderadamente importante | 2 |
| Importante | 3 |
| Muy importante | 4 |

| ALTERNATIVAS | |
|--------------------------------------|--|
| Mejorar el producto | |
| Mejorar la presentación del producto | |
| Mejorar la calidad del producto | |
| Incrementar la cuota del mercado | |
| Reemplazar productos o procesos | |
| Reducir el tiempo de fabricación | |
| Crear nuevos mercados | |
| Diversificar la producción | |
| Reducir el consumo de materiales | |
| Reducir el impacto ambiental | |
| Otros (especifique) | |

41. ¿Usted realiza cambios en sus productos?

- a. Si
- b. No

42. ¿Qué tan frecuente realiza cambios en su producto?

- a. Frecuentemente
- b. Poco frecuente
- c. No aplica.

43. ¿De qué manera se realiza la innovación en la empresa?

- a. Con el aporte de ideas, sugerencias o proyectos de parte de los trabajadores.
- b. De acuerdo a las necesidades y exigencias del mercado.
- c. De acuerdo a los conocimientos y creencias de los directivos.
- d. Otros (especifique): _____

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 2 Fotografías



“Encuesta a panadería”



“Encuesta a bloquera”



“Encuesta a confección”