

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

**SEDE QUITO**

**CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Tesis previa a la obtención del Título de: INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA:**

**ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DE LAS PYMES UBICADAS EN LA CIUDAD DE  
QUITO Y SU APERTURA A MERCADOS INTERNACIONALES EN EL PERÍODO  
2005 - 2009.**

**AUTORA:**

**MAYRA ELIZABETH GUALOTUÑA REIMUNDO**

**DIRECTOR:**

**RODNEY TAPIA G.**

**Quito, octubre del 2011**

## **DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD**

Los conceptos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones del presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad del autor.

Quito, octubre de 2011

Mayra Elizabeth Gualotuña Reimundo

## **DEDICATORIA**

Este trabajo lo dedico especialmente a mi madre, a mi padre y mi hermano, su amor y apoyo incondicional ha sido el aliciente para llevar a cabo la realización de este sueño, ustedes han sido mi ejemplo para seguir cada día y trabajar arduamente en la culminación de mis metas.

A mis amigas Evelyn y Edith, su amistad me ha brindado fortaleza y valor para superar las adversidades, juntas hemos compartido gratas experiencias que han contribuido en mi crecimiento y formación personal y profesional.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por el regalo de la vida y las bendiciones que día con día me entrega.

A mis padres quienes han sido pilar fundamental en mi desarrollo personal, gracias por su amor y apoyo incondicional durante cada una de las etapas de mi vida, sin su apoyo no hubiese sido posible la realización de este sueño.

A la comunidad universitaria salesiana quien a través de su compromiso social en la formación de profesionales con excelencia humana y académica me otorgó las herramientas necesarias para mi desarrollo profesional y personal.

A mi director de tesis quien me ha guiado durante este proceso tan importante de mi carrera.

## ÍNDICE GENERAL

|  |      |
|--|------|
| <b>DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD</b> | ii   |
| <b>DEDICATORIA</b>                     | iii  |
| <b>AGRADECIMIENTO</b>                  | iv   |
| <b>ÍNDICE</b>                          | v    |
| <b>ÍNDICE DE CUADROS</b>               | vii  |
| <b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b>              | viii |
| <b>ÍNDICE DE ANEXOS</b>                | xi   |
| <b>RESUMEN EJECUTIVO</b>               | xii  |

### MARCO REFERENCIAL

|  |   |
|--|---|
| <b>ANTECEDENTES AL PROBLEMA</b>                | 1 |
| <b>DEFINICIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA</b> | 1 |
| <b>HIPÓTESIS</b>                               | 3 |
| <b>OBJETIVOS</b>                               | 3 |
| <b>DISEÑO METODOLÓGICO</b>                     | 4 |
| <b>INTRODUCCIÓN</b>                            | 6 |

### CAPITULO I

#### ASPECTOS GENERALES DE LAS PYMES

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| 1.1 Concepto de las Pymes             | 8  |
| 1.2 Origen de las Pymes en el Ecuador | 8  |
| 1.3 Marco Legal de las Pymes          | 13 |
| 1.4 Marco Institucional de las Pymes  | 24 |
| 1.5 Características de las Pymes      | 25 |
| 1.6 Clasificación de las Pymes        | 26 |

### CAPITULO II

#### ENTORNO EN EL QUE OPERA EL SECTOR PYME

|  |    |
|--|----|
| 2.1 Marco Económico de Referencia para las pymes             | 28 |
| 2.2 Estudio del Entorno                                      | 46 |
| 2.2.1 Reconocimiento del Medio                               | 46 |
| 2.2.2 Identificación de la población de estudio              | 50 |
| 2.2.3 Determinación del tamaño de la muestra                 | 51 |
| 2.3 Caracterización del mercado en el que operan las pymes   | 53 |
| 2.3.1 Principales sectores geográficos en los que operan     | 54 |
| 2.3.2 Principales destinos de venta                          | 55 |
| 2.3.3 Principales actividades a las que se dedican las pymes | 58 |
| 2.4 Política Gubernamental                                   | 58 |
| 2.5 Marco de Financiamiento para las pymes                   | 62 |
| 2.6 Principales barreras que enfrentan las pymes             | 63 |
| 2.6.1 Barreras internas                                      | 63 |
| 2.6.2 Barreras externas                                      | 65 |

|   |     |
|---|-----|
| <b>CAPITULO III</b>   |     |
| <b>SITUACION COMPETITIVA DE LAS PYMES</b>                       |     |
| 3.1 Factores competitivos de las Pymes                          | 67  |
| 3.1.1 El Talento Humano de la Pymes                             | 68  |
| 3.1.2 La Tecnología en las Pymes                                | 70  |
| 3.1.3 Producto  | 76  |
| 3.1.4 Planeación Estratégica                                    | 77  |
| 3.2 Programas de apoyo al sector Pyme                           | 78  |
| 3.2.1 Papel del gobierno  | 79  |
| 3.2.2 Rol del sector privado                                    | 81  |
| <b>CAPITULO IV</b>  |     |
| <b>EVOLUCIÓN DE LAS PYMES EN EL MERCADO INTERNACIONAL</b>       |     |
| 4.1 Análisis situacional del comercio exterior ecuatoriano      | 89  |
| 4.2 Análisis de las exportaciones de las pymes                  | 96  |
| 4.2.1 Principales países de destino de exportación de las pymes | 98  |
| 4.2.2 Principales productos de exportación de las pymes         | 99  |
| 4.2.3 Causas por las que no se exportan las pymes               | 101 |
| 4.3 Instrumentos para fomentar las exportaciones en las pymes   | 103 |
| 4.4 Acuerdos de Cooperación Internacional                       | 106 |
| <b>CONCLUSIONES</b>   | 113 |
| <b>RECOMENDACIONES</b>  | 117 |
| <b>BIBLIOGRAFÍA</b>   | 120 |
| <b>ANEXOS</b>   | 124 |

## ÍNDICE DE CUADROS

### CAPITULO I

|             |   |    |
|-------------|---|----|
| CUADRO N° 1 | Clasificación de empresas según número de personal y volumen de ventas brutas anuales | 27 |
|-------------|---|----|

### CAPITULO II

|              |  |    |
|--------------|--|----|
| CUADRO N° 2  | Operaciones del Gobierno Central   | 29 |
| CUADRO N° 3  | Principales segmentos crediticios productivos                                  | 41 |
| CUADRO N° 4  | Evolución de tasas de interés activas de los segmentos crediticios productivos | 42 |
| CUADRO N° 5  | Número de empresas constituidas en los años 2005 al 2008                       | 47 |
| CUADRO N° 6  | Número total de compañías  | 48 |
| CUADRO N° 7  | Constituciones y domiciliaciones: segmentación por grupo                       | 49 |
| CUADRO N° 8  | Síntesis de la segmentación por grupos empresariales                           | 49 |
| CUADRO N° 9  | Clasificación de compañías de acuerdo a su tamaño                              | 50 |
| CUADRO N° 10 | Composición del tamaño de la muestra según estrato                             | 52 |

### CAPÍTULO IV

|              |   |     |
|--------------|---|-----|
| CUADRO N° 11 | Exportaciones no petroleras de mypymes por grupo de productos | 100 |
|--------------|---|-----|

## INDICE DE GRÁFICOS

### CAPÍTULO II

|               |  |    |
|---------------|--|----|
| GRÁFICO N° 1  | Evolución de inflación promedio anual en el Ecuador  | 33 |
| GRAFICO N° 2  | Evolución del salario básico en Ecuador  | 35 |
| GRÁFICO N° 3  | Costo de canasta básica, costo de canasta vital vs promedio del ingreso familiar                       | 36 |
| GRÁFICO N° 4  | Evolución del Mercado Laboral en Quito   | 37 |
| GRÁFICO N° 5  | Evolución del PIB petrolero y Pib no petrolero   | 39 |
| GRÁFICO N° 6  | Evolución de tasas de interés activas de los segmentos crediticios productivos                         | 43 |
| GRÁFICO N° 7  | Composición porcentual de la cartera de crédito Por intermediario financiero y por segmento de crédito | 44 |
| GRÁFICO N° 8  | Sector geográfico en el que operan las pymes de la ciudad de Quito                                     | 53 |
| GRÁFICO N° 9  | Mercado de destino de ventas de las pymes  | 54 |
| GRÁFICO N° 10 | Principales clientes   | 55 |
| GRÁFICO N° 11 | Principales destinos de venta en el mercado Internacional  | 56 |
| GRÁFICO N° 12 | Principales clientes en el mercado internacional   | 57 |
| GRÁFICO N° 13 | Principales actividades a las que se dedican las Pymes   | 58 |
| GRAFICO N° 14 | Nivel de acceso de las pymes a programas de Apoyo  | 61 |
| GRÁFICO N° 15 | Principales programas del que se han beneficiado las pymes   | 61 |



|               |  |    |
|---------------|--|----|
| GRÁFICO N° 16 | Principales fuentes de financiamiento para las Pymes | 62 |
| GRÁFICO N° 17 | Principales actividades financiadas por el Crédito   | 63 |

### **CAPÍTULO III**

|               |   |    |
|---------------|---|----|
| GRÁFICO N° 18 | Porcentaje de capacitación impartida en las pymes | 69 |
| GRÁFICO N° 19 | Principales áreas de capacitación                 | 69 |
| GRÁFICO N° 20 | Principales fuentes de capacitación               | 70 |
| GRÁFICO N° 21 | Principales beneficios de la tecnología           | 71 |
| GRÁFICO N° 22 | Componente tecnológico de las pymes               | 74 |
| GRÁFICO N° 23 | Años de la última adquisición de maquinaria       | 75 |
| GRÁFICO N° 24 | Tipo de equipamiento de la empresa                | 75 |
| GRÁFICO N° 25 | Clases de productos ofrecidos por las pymes       | 76 |
| GRÁFICO N° 26 | Modo de toma de decisiones en las pymes           | 78 |

### **CAPÍTULO IV**

|               |  |    |
|---------------|--|----|
| GRÁFICO N° 27 | Evolución de la Balanza Comercial en los años 2005 al 2009           | 90 |
| GRAFICO N° 28 | Evolución de las exportaciones ecuatorianas                          | 92 |
| GRÁFICO N° 29 | Exportaciones no petroleras  | 94 |
| GRÁFICO N° 30 | Importaciones ecuatorianas   | 95 |
| GRÁFICO N°31  | Evolución de las exportaciones no petroleras de las mipymes al mundo | 97 |
| GRÁFICO N° 32 | Forma de incursión al mercado exterior                               | 98 |
| GRÁFICO N° 33 | Principales destinos de exportación de las pymes                     | 98 |

|               |  |     |
|---------------|--|-----|
| GRÁFICO N° 34 | Principales productos de exportación de las pymes                      | 99  |
| GRÁFICO N° 35 | Razones por las que no exporta   | 101 |
| GRÁFICO N° 36 | Principales factores que amenazan la permanencia en el país de destino | 102 |

## **INDICE DE ANEXOS**

|           |                              |     |
|-----------|------------------------------|-----|
| ANEXO N°1 | Formato de encuesta aplicada | 125 |
| ANEXO N°2 | Tabulación de encuesta       | 130 |

## RESUMEN EJECUTIVO

Las pymes constituyen agentes importantes para la reactivación económica y productiva de un país debido a su contribución como fuentes generadoras de empleo e ingreso, además por sus características de unidades productivas que operan en menor escala que las grandes empresas, su estructura poco rígida y menor tamaño les permite adaptarse más fácilmente para atender segmentos específicos y diferenciados del mercado.

Es evidente el potencial competitivo que las pymes poseen sin embargo es necesario que esta gocen de un entorno adecuado que fomente su acceso y participación en el mercado, por lo que las condiciones en que operen las pymes influyen en su situación competitiva afectando directamente a su desenvolvimiento en el mercado.

Las pymes en Ecuador no tienen una institucionalidad consolidada, debido a la inexistencia de una normativa específica para este sector que permitiera delimitar sus características y condiciones de operación en el ámbito económico y productivo del país, las pocas normas legales relacionadas para este sector datan de 1973, año el cual se dictó la Ley de Fomento de la Pequeña Industria. Esto ha dificultado el desarrollo e implementación eficiente de políticas públicas adecuadas que fomenten el potencial productivo del sector pyme.

Las principales acciones encaminadas a apoyar a las pymes por parte del sector estatal como del sector privado consiste en dar asistencia técnica, capacitación, otorgar financiamiento, asesoría comercial y apertura a nuevos mercados; existe la voluntad de acompañar e incentivar a las pymes en procesos de mejoramientos productivo y competitivo sin embargo sus esfuerzos se ven limitados por el desconocimiento de la existencia de estos programas, así como la falta de información en cuanto a requisitos y trámites necesarios para acceder a los mismos por parte de las pymes.

Conocer la situación competitiva de las pymes ubicadas en la ciudad de Quito resulta necesario para establecer las potencialidades y limitantes que las pymes poseen; a través de considerar el desenvolvimiento de variables como el talento humano, tecnología, producto y mercado se busca tener una visión más cercana de la situación de las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Quito.

Las pymes aun deben superar y fortalecer problemas internos relacionados con atraso tecnológico, falta de personal debidamente capacitado, inadecuadas forma de

producción y administración, no obstante se ha podido observar a un pequeño y mediano empresario más consiente que debe mejorar sus procesos y ofrecer al cliente calidad en el producto y en el servicio.

Las pymes son más vulnerables a los cambios que se presentan en el entorno que les rodea, poseen gran flexibilidad y capacidad de adaptación frente al cambio; su capacidad de innovación y emprendimiento ofrece posibilidades de obtener nichos de exportación para bienes no tradicionales en nuevos mercados. El sector pyme posee un alto potencial productivo e innovador en la generación de productos, las principales actividades a las que se dedican las pymes están encaminadas hacia la actividad manufacturera incorporando servicios o características adicionales que le otorgan mayor valor agregado a sus productos.

La incursión en el mercado internacional es aún incipiente, apenas el 11% de pymes están exportando, entre las principales razones por las que no exportan sus productos destacan: desconocimiento de las preferencias y comportamiento del consumidor en el mercado, capacidad insuficiente para exportar, precios no competitivos, el producto no cumple con estándares de calidad exigidos, y su desconocimiento de cómo exportar.

La oferta de las pymes al mercado externo está compuesta por productos primarios, manufacturas y artesanías en los que destacan productos textiles, madereros, alimentos y bebidas principalmente.

Es necesario crear el entorno adecuado que promueva el fortalecimiento de las pymes mediante la estabilidad económica y políticas que fomenten el potencial productivo de las mismas, en el campo financiero es fundamental contar con un sistema seguro y estable que permita una intermediación financiera eficiente donde se canalice el ahorro hacia la inversión productiva., permitiendo acceder a crédito productivo a tasas de interés y condiciones razonables.

## **MARCO REFERENCIAL**

### **1.1 Antecedentes del problema**

El surgimiento de las pymes en el Ecuador se remonta hacia la década de 1950, desde sus inicios tuvieron que sortear con las dificultades de: un país con una economía frágil, excesiva dependencia de los ingresos provenientes del petróleo y la desatención del sector por parte de los gobiernos en turno. Esta desatención de los gobiernos hacia el sector pyme no permitió establecer un marco legal específico para este sector, en el que se delimite sus condiciones de operación y características, impidiendo que se pueda establecer planes y mecanismos de acción adecuado para fomentar su desarrollo.

Pese a su potencial generador de productos innovados que le permiten incursionar en nuevos mercados las pymes han tenido poco acceso al mercado internacional, esto se da principalmente por: capacidad limitada para exportar, desconocimiento de normas y procesos para exportar, poca información sobre mercados y la demanda de los mismos, no cumplimiento del producto con estándares de calidad, entre otros.

Los esfuerzos encaminados a apoyar a las pymes han sido ineficientes puesto que su cobertura ha estado limitada principalmente al desconocimiento de la existencia y forma de acceder a este tipo de programas.

Las pymes poseen potencial para constituirse en el motor de desarrollo del país pese a que aún deben superar y fortalecer en su interior problemas relacionados con atraso tecnológico, falta de personal debidamente capacitado, inadecuadas forma de producción y administración, el pequeño y mediano empresario actualmente es más consiente que debe mejorar sus procesos y ofrecer al cliente calidad en el producto y en el servicio. Es necesario emprender acciones conjuntas entre gobierno, instituciones privadas y empresarios para lograr que las pymes mejoren sus capacidades y condiciones competitivas a fin de que puedan acceder y desarrollarse el mercado tanto nacional como internacional.

### **1.2 Definición y justificación del problema**

La presente investigación está encaminada al análisis de la situación de las pymes ubicadas en la ciudad de Quito y su apertura a los mercados internacionales en el período 2005 al 2009.

Las PYMES presentan diversas potencialidades que contribuyen al desarrollo de un país, puesto que son entes económicos y productivos que proveen de empleo e ingreso a la población. Es importante analizar su situación especialmente en el escenario del mercado internacional, puesto que en la actualidad vivimos en un mundo globalizado donde las economías de las naciones son cada vez más interdependientes y el fomentar las relaciones comerciales con países vecinos y amigos ofrecen la oportunidad de lograr mayores beneficios en el intercambio de bienes; ya que es posible acceder a mejores condiciones de mercado, calidad, buen precio en los productos, acceso a tecnología de tal manera que permite el mejoramiento en los procesos productivos. El participar en el mercado internacional ofrece grandes oportunidades para el fomento del aparato productivo del país y en consecuencia el mejorar la calidad de vida de sus habitantes, esta participación debe actuar dentro de un marco equitativo y justo entre las naciones.

Es conveniente el conocer la realidad de nuestras pymes, determinar sus limitaciones, los factores que potencian su participación tanto en el mercado nacional como en el mercado internacional y acciones que han llevado a cabo tanto el gobierno como organismos no gubernamentales en pro de incentivar la competitividad y productividad de estas para ser actores competitivos en el mercado internacional.

En la actualidad, la economía del Ecuador depende principalmente de los ingresos provenientes de la exportación de petróleo, sin embargo es adecuado el buscar otras alternativas viables que permitan aprovechar el potencial exportador del Ecuador; un eje determinante lo representan las pymes puesto que como mencione anteriormente esta goza de gran potencial y capacidad competitiva que con el apoyo y condiciones adecuadas puede generar mayor riqueza al país y contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los ecuatorianos.

El presente estudio busca tener un acercamiento hacia la realidad que viven las PYMES, especialmente como ha sido su participación en el mercado internacional, basado en estudios anteriores acerca de este sector se ha establecido que un gran porcentaje de pymes están ubicadas en la ciudad de Quito, por lo tanto se decidió centrar el estudio en este lugar, buscando así el tener una visión más cercana hacia la situación y condiciones en las que operan las pymes.

### **1.3 Hipótesis**

La incursión de las pymes en mercados internacionales está sujeta a su capacidad competitiva y las condiciones de operación en que se desenvuelven; en la medida en que las pymes se modernicen tecnológicamente, formen a su talento humano, ofrezcan calidad e innovación en sus productos, y se promueva la asociatividad, se potenciará la apertura y colocación de sus productos en mercados externos.

### **1.4 Objetivos**

#### **1.4.1 Objetivo General**

∞ Analizar la situación general en que operan las pymes ubicadas en la ciudad de Quito, a fin de considerar cómo estas condiciones pueden afectar a las pymes en su acceso a los mercados internacionales en el periodo 2005 al 2009.

#### **1.4.2 Objetivos Específicos**

∞ Dar a conocer aspectos generales inherentes a las pymes que nos permitan un mejor entendimiento del contexto social en el que estas se desenvuelven.

∞ Analizar el entorno en el que opera el sector pyme de la ciudad de Quito en el periodo 2005 al 2009, mediante el considerar la evolución de algunas variables económicas se llegue a tener una visión más cercana del escenario socioeconómico al que el pequeño y mediano empresario debe enfrentarse día con día.

∞ Conocer la situación competitiva de las pymes ubicadas en la ciudad de Quito durante los años 2005 al 2009, a fin de saber en base a estudios, datos, encuestas, etc. las potencialidades y limitantes que las pymes poseen.

∞ Analizar el desarrollo de las pymes en el mercado internacional en el periodo 2005 al 2009, a partir de un análisis que nos permita el conocimiento de su evolución y las oportunidades que representa el incursionar en mercados internacionales.



## **1.5 Diseño Metodológico**

### **1.5.1 Método de investigación**

Para la presente investigación es necesario el uso del método deductivo / inductivo puesto que el desarrollo del estudio estará basado en teorías, conceptos generales de tipo económico, administrativo, comercial, que nos permitirán llevar a cabo un diagnóstico general de las condiciones en que operan las pymes y por otro lado se considera el desenvolvimiento de variables como el talento humano, tecnología, producto y mercado para establecer una visión general del sector pyme en la ciudad de Quito a fin de considerar cómo estas condiciones pueden afectar a las pymes en su acceso a los mercados internacionales.

### **1.5.2 Tipo de investigación**

Esta investigación será de carácter cuantitativo y cualitativo. Es cuantitativa debido al uso de instrumentos como las encuestas, estadísticas, datos y cifras. Es cualitativa puesto que establece características de la forma en que operan las pymes y busca concluir cómo estas condiciones pueden afectar a las pymes en su acceso a los mercados internacionales.

### **1.5.3 Tipo de estudio**

**Estudio descriptivo:** mediante este análisis se puede observar los principales rasgos, características de la situación general de las pymes ubicadas en Quito, permite conocer el entorno en el que operan, situación competitiva, tipo de mercado en el que participan.

**Estudio explicativo:** analiza la relación causas y efectos de la relación entre variables, este estudio se centra en analizar aquellos factores de competitividad que incentivan a las pymes para incursionar en mercados internacionales.

**Estudio exploratorio:** este medio resulta muy útil para explorar un tema relativamente desconocido, esto se puede realizar a través de bibliografía especializada, encuestas, estudios de casos. Mediante esto se puede conocer a modo general aspectos inherentes a las pymes y su incursión en mercados internacionales.

#### **1.5.4 Tipo de fuente utilizada**

**Fuentes primarias:** es aquella que proporciona información directa sobre el tema de investigación. En el presente trabajo se encuestó a pymes ubicadas en la ciudad de Quito para obtener de primera mano la información necesaria acerca de su forma de operación.

**Fuentes Secundarias:** son todas aquellas que ofrecen información sobre el tema investigado. El estudio se basó en libros, anteriores estudios, documentos escritos que nos acerquen a la situación general del sector pyme en Quito y su incursión en mercados internacionales.

#### **1.5.5 Técnicas utilizadas para la recolección de información**

**Encuesta:** dirigida a un grupo de pymes ubicadas en la ciudad de Quito, mediante la aplicación de un cuestionario buscaba obtener información acerca del desenvolvimiento de variables como el talento humano, tecnología, producto y mercado en los que operan las pymes.

**Análisis de documentos:** inherentes a las pymes se consideró leyes dictadas en torno a este sector, estudios anteriores, libros que permitan establecer un marco conceptual en el que se desarrollan.

## INTRODUCCIÓN

La pymes constituyen agentes importantes para la reactivación económica y productiva de un país debido a su contribución como fuentes generadoras de empleo e ingreso, además por sus características de unidades productivas que operan en menor escala que las grandes empresas, su estructura poco rígida y menor tamaño les permite adaptarse más fácilmente para atender segmentos específicos y diferenciados del mercado; si bien son más vulnerables a los cambios que se presentan en el entorno que les rodea, poseen gran flexibilidad y capacidad de adaptación frente al cambio; su capacidad de innovación y emprendimiento ofrece posibilidades de obtener nichos de exportación para bienes no tradicionales en nuevos mercados a través de la generación de productos a los que incorporan características y beneficios adicionales que generan un mayor valor agregado.

Es evidente el potencial competitivo que las pymes poseen sin embargo es necesario que esta gocen de un entorno adecuado que fomente su acceso y participación y en el mercado, por lo que las condiciones en que operen las pymes influyen en su situación competitiva afectando directamente a su desenvolvimiento en el mercado.

El presente trabajo tiene como finalidad analizar la situación general en que operan las pymes ubicadas en la ciudad de Quito, a fin de considerar cómo estas condiciones pueden afectar a las pymes en su acceso a los mercados internacionales.

En el presente estudio se ha considerado poner en conocimiento aspectos generales de las pymes como marco legal, marco institucional, características y clasificación de las pymes de tal manera que se tenga una noción general del contexto en el que estas se desarrollan.

Posteriormente se realiza un análisis del entorno en el que opera el sector pyme que nos permita conocer el escenario socioeconómico al que el pequeño y mediano empresario debe enfrentarse día con día.

Conocer la situación competitiva de las pymes ubicadas en la ciudad de Quito resulta necesario para establecer las potencialidades y limitantes que las pymes poseen; a través de considerar el desenvolvimiento de variables como el talento humano, tecnología,

producto y mercado se busca tener una visión más cercana de la situación de las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Quito.

Finalmente analizar el desarrollo de las pymes en el mercado internacional nos permitirá el conocimiento de su evolución y las oportunidades que representa para las pymes el incursionar en mercados internacionales.

Por medio del presente estudio espero aportar al conocimiento más cercano de la realidad que viven las pymes y que sirva de base para el establecimiento de líneas de acción y mecanismo necesarios que ayuden a fomentar su participación más activa en el proceso productivo del país.

## CAPITULO I

### ASPECTOS GENERALES DE LAS PYMES

#### 1.1 Conceptualización de las PYMES

El término PYME hace referencia al conjunto de pequeñas y medianas empresas, las cuales constituyen entes económicos y productivos que operan en menor dimensión y escala de las grandes empresas.

No existe un criterio único y estricto que permita definir a una empresa como PYME, este puede variar entre país y país debido a “la geografía y los desiguales niveles de desarrollo de los países que obligan a considerar diferentes parámetros”<sup>1</sup>, por lo que cada región o país adopta una definición de PYME de acuerdo a su realidad. Sin embargo existen variables que generalmente se usan para su medición tales como: volumen de ventas, el capital social, el número de personas ocupadas, el valor de la producción o el de los activos.<sup>2</sup>

En el Ecuador no se ha establecido un criterio único y rígido que permita definir a una empresa como PYME, sin embargo existe un criterio generalizado que permite definir a una PYME en base al cumplimiento de alguno de los siguientes parámetros:

- El valor bruto de las ventas anuales están entre 100001 hasta 5000000 dólares.
- El número de empleados oscila entre 11 y 149 empleados.<sup>3</sup>

#### 1.2 Origen de las PYMES en el Ecuador

El surgimiento de las pequeñas y medianas unidades productivas en el escenario socioeconómico del Ecuador se remonta a mediados del siglo XX, con el establecimiento del modelo sustitutivo de importaciones. Es necesario considerar los inicios del Ecuador como república hasta nuestros días para entender el contexto en el que se desarrollaron las PYMES y como sus orígenes han ejercido influencia sobre su forma de operación actual.

---

<sup>1</sup> CLERI, Carlos, *El libro de las Pymes*, Ediciones Granica S.A, Buenos Aires, 1° Edición, 2007, p.39

<sup>2</sup> s/n, El ámbito de las empresas PYMES industriales, [www.capeipi.ec](http://www.capeipi.ec)

<sup>3</sup> CAN, *Sistema Andino de Estadística de la Pyme*, Decisión 702, Art. 3

A lo largo de la vida republicana la economía ecuatoriana ha estado marcada por tres periodos principalmente:

- Periodo Agroexportador
- Periodo de Industrialización sustitutiva de importaciones
- Periodo neoliberal y dolarización

La economía ecuatoriana ha dependido en gran medida de la exportación de productos primarios como el cacao, luego sería el banano y posteriormente el petróleo; estos constituirían la principal fuente de ingresos que financiaría las actividades de los gobiernos en turno.

➤ **Periodo Agroexportador:**

El cacao constituyo el principal producto de exportación cultivado en la región costera. Durante este periodo se observa dos sectores de poder claramente determinados por el área geográfica a la que pertenecen, Costa y Sierra; por un lado estaban los hacendados costeños, productores y exportadores de cacao, donde se concentraba la capacidad industrial productiva del país, y tenían el control total del comercio internacional; por otro lado estaban los terratenientes serranos quienes producían mediante el sistema de hacienda y destinaban su producción en su mayoría al consumo interno, varios de ellos incursionaban en la actividad industrial especialmente en la manufacturera y muy pocos incursionaban en mercados internacionales, ellos manejaban la economía de la región Sierra.

Otros grupos que se pueden observar con menos capacidad de decisión eran: la burocracia estatal en crecimiento, artesanos, aprendices, obreros, campesinos y las empresas de servicio público.

El poder político y económico estaba claramente dividido entre el sistema hacienda, de la Sierra, y la economía de plantación, de la Costa, ambos basaban su poder sobre el fuerte control de de los recursos productivos, principalmente de la tierra, y la explotación de mano de obra. Las condiciones imperantes no permitían que se desarrolle un libre mercado en igualdad de competencia puesto que se limitaba a la mayor parte de la población a sujetarse a única forma de subsistencia, cultivar la tierra

en beneficio del hacendado, la participación de pequeños productores en el mercado estaba impedida por el manejo monopólico de los terratenientes.

Debido a la división de poder entre las regiones no fue posible establecer un poder central, en consecuencia no existía una política de gobierno planificada preocupada por impulsar políticas de desarrollo que beneficien a toda la población.

Fue hasta inicios de la década de 1950 que la economía se dinamiza gracias a la producción y exportación bananera lo que dio paso a una nueva etapa marcada por el desarrollo industrial en el país.

### ➤ **Periodo de industrialización sustitutiva de importaciones**

Durante 1948 a 1965 la economía ecuatoriana se encontraba bajo los efectos del auge bananero; su nivel de exportaciones generó las suficientes divisas para financiar el modelo de industrialización sustitutivo de importaciones, el cual buscaba eliminar la importación de bienes de consumo e intermedios y erradicar el modelo Agroexportador de productos primarios, mediante la demanda interna para que sea ésta la generadora de una alta capacidad de empleo y valor agregado.

Se buscaba lograr el crecimiento vía expansión industrial, se consideró a la industria como sector dinámico, empleador de abundante capital, que a la larga se constituiría como medio ineludible de abastecimiento de la producción interna. “La nueva demanda que se forme por la expansión de los ingresos debía satisfacerse por medidas importaciones de tal forma que se logre equilibrar las necesidades y la capacidad de importar a fin de preservar el equilibrio en la balanza de pagos”.<sup>4</sup>

Para poder instaurar un Estado moderno era necesario adoptar políticas de protección e incentivo a la industria, por lo que se estableció leyes encaminadas al fomento industrial y al fomento de la pequeña industria.

Durante esta etapa se vivió un periodo de prosperidad, estabilidad y desarrollo económico, se desarrolló la industria, se modernizaron las ciudades, se amplió la cobertura de servicios públicos, se mejoró el nivel de vida de la población.

---

<sup>4</sup>UQUILLAS, Carlos, El Modelo Económico Industrial del Ecuador, <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2008/au.htm>

A partir de la década de 1950 se establecieron las primeras pymes, estas en su mayoría se crearon con una estructura cerrada, de origen familiar, “dedicadas principalmente a actividades como: textil y confecciones, cuero y calzado, papel e imprenta y minerales no metálicos [...] pues es en estas actividades donde precisamente habrían tenido mayor posibilidad de establecerse los pequeños talleres personales y familiares.”<sup>5</sup>

En 1972 el petróleo constituyó el principal rubro de exportación del país, se intensificó el proceso de industrialización sin embargo “el proteccionismo estatal creó un sector industrial poco competitivo que no permitió que se desarrolle el mercado y que los empresarios conduzcan su preocupación por mejorar la productividad y competitividad”<sup>6</sup>, como resultado se continuó exportando productos primarios y el sector industrial no tuvo el suficiente desarrollo para ofrecer al mercado externo productos con mayor valor agregado.

Esta época de prosperidad fue interrumpido en 1982 cuando el Ecuador debe enfrentar diversos inconvenientes como: no poder cumplir con el servicio de la deuda externa y verse obligado a declararse en mora, se registra un saldo negativo en la balanza pagos, existe déficit presupuestario y la Reserva Monetaria Internacional sufre una profunda caída, esto junto a otros fenómenos acumulados dan origen a las crisis económica de los 80, provocando una grave recesión económica que llevó al deterioro de los ingresos familiares.

#### ➤ **Periodo neoliberal y dolarización**

A partir de la década de los 80 se produce una etapa de desaceleración productiva en la que será necesario un cambio en la política económica y se adopta un nuevo modelo de desarrollo, estas transformaciones inician con los llamados Programas de Ajuste Estructural los que se ejecutan con la intención de restablecer el equilibrio macroeconómico.

Este ajuste estructural consistirá en reducir el rol del Estado por considerar que el proteccionismo estatal no permitió que se desarrolle el mercado y que los empresarios

---

<sup>5</sup> MICIP, *Diagnostico de la Pequeña y Mediana Industria*, Quito, Marzo 2002, p 28

<sup>6</sup> UQUILLAS Carlos, *El Modelo Económico Industrial del Ecuador*, <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/4015/1/6543.pdf>



conduzcan su preocupación por mejorar la productividad; por lo que se establecen varias reformas como:

- Se deja al mercado como el encargado de fijar las tasas de interés y de cambio.
- La oferta y la demanda serían quienes determinen los precios.
- Se creó incentivos a la inversión extranjera con el fin de promover la transferencia de recursos hacia el mercado financiero mundial.
- En el área de Comercio Exterior se consideró que el déficit en cuenta corriente de balanza de pagos era causado por el manejo de un tipo de cambio sobrevaluado y por los altos aranceles que influían directamente en el intercambio con el exterior, ante lo cual se recomendó la devaluación de la moneda.
- En el campo Fiscal se aconsejó que el gasto público disminuya y a la par se elimine los subsidios.
- Se culpó a la política Monetaria-Crediticia como causantes de la inflación, ante lo cual se recomendó la restricción del crédito al sector público y el alza de las tasas de interés.
- Al ámbito salarial se le adjudicó la responsabilidad de que éste a través de los incrementos salariales expandía la demanda interna y agravaba el proceso inflacionario por no guardar relación con la productividad del trabajo.

La aplicación de estas medidas no fueron suficientes para frenar la crisis económica en el país y por el contrario con el paso de los años se agudizó aún más la mala situación económica, las constantes devaluaciones del sucre hicieron que este perdiera sus funciones de dinero y poco a poco se vaya consolidando la dolarización informal en el país desembocando esta difícil situación en la crisis financiera y política de 1999.

Estos hechos llevaron a que las empresas se preocuparon únicamente por su supervivencia y estabilidad económica interna, buscando obtener los niveles más altos de productividad e ingresos y mejores condiciones de trabajo.

Este sería el comienzo de una segunda etapa en la historia de la evolución de las PYMES, donde estas debe afrontar diversos retos como: un mercado más exigente y cambiante, ofrecer mejores y más variados productos a mejores precios, incorporar tecnología, mejorar su calidad para lograr ser más competitivas en el mercado.

### **1.3 Marco Legal de las PYMES**

Durante el periodo comprendido entre el año 2005 al año 2009, estuvieron vigentes:

- Ley de Fomento de la Pequeña Industria
- Ley de Comercio Exterior e Inversiones

Las mencionadas normativas estaban relacionadas con el sector Pymes, sin embargo a partir del 22 de diciembre del 2010, entró en vigencia el Código de Producción, Comercio e Inversión, el cual deja sin efecto la vigencia de las mencionadas leyes.

Sin embargo debido a que el presente estudio ha establecido como lineamiento temporal el periodo comprendido entre el año 2005 al 2009, he creído conveniente el mencionar en qué consistían las mencionadas leyes. En el Ecuador no existe una normativa específica para el sector Pyme, a continuación se menciona las leyes relacionadas con este sector:

#### **☞ Ley de Fomento de la Pequeña Industria:**

Fue expedida el 20 de agosto de 1973, bajo decreto N° 921 y publicada en Registro Oficial N° 372, en el gobierno del General Guillermo Rodríguez Lara.

En términos generales esta ley establece:

- *Se considera Pequeña Industria a la que, con predominio de la operación de la maquinaria sobre la manual, se dedique a actividades de transformación, inclusive de forma, de materias primas o de productos semielaborados, en artículos finales o intermedios y siempre que su activo fijo, excluyendo terrenos y edificaciones, no sea mayor a 350000 dólares (*

*monto de activos fijos reformados en Acuerdo 03 399, R.O. 151, 20-VIII-2003 ).<sup>7</sup>*

- El Ministerio de Industrias y Productividad tiene como eje prioritario el apoyo y acompañamiento a los micro, pequeños y medianos empresarios para lo cual busca el desarrollar y ejecutar Programas de Fomento para estos sectores.

### **Beneficios**

Esta ley otorga dos tipos de beneficios: generales y específicos.

Los beneficios generales se otorgan a todas las personas naturales y jurídicas que se acogen al régimen de esta ley, es decir la pequeña industria y estos beneficios son:

- La Exoneración del pago de impuestos a actividades como:
  - Constitución de Compañías
  - Reforma a los estatutos de las Compañías
  - Emisión, canje, fraccionamiento o conversión de los títulos, acciones o certificados de aportación
  - Aumento de Capital de una Compañía
- Exoneración total de los impuestos sobre los activos totales.
- Exoneración del pago de impuestos a la importación de maquinaria, herramientas, equipos y repuestos.
- Exoneración de materia prima, siempre que esta no se produzca en el país.
- Percibir el 5% como Abono Tributario sobre el valor FOB de las exportaciones. En forma alternativa las empresas acogidas a esta Ley podrán recibir el 10% de Abono Tributario por la exportación de sus productos, porcentaje que se calculará sobre el valor agregado nacional en los productos que se exporten.

---

<sup>7</sup> Ley de Fomento de la Pequeña Industria, Registro Oficial 372, 20 de agosto de 1973, Art. 5.

- La prohibición o limitación de la importación de artículos similares a los elaborados por la pequeña industria y artesanías nacionales, cuando estos ofrezcan condiciones satisfactorias de abastecimiento, calidad y precios.
- Las Instituciones de Crédito de Fomento están obligadas a otorgar créditos en condiciones especiales, en cuanto al monto, plazo, tasa de interés o garantía.
- El Gobierno Nacional, las instituciones públicas y privadas gocen de algún beneficio estatal, provincial, o especial, o que participen de fondos públicos, deben abastecerse de productos de la artesanía y de la pequeña industria nacional.

Los Beneficios Específicos se conceden a aquellas empresas que se encuentran incluidas dentro de las actividades de primera y segunda categoría. Para la categorización de actividades de primera y segunda categoría se considera criterios como: la generación de puestos de trabajo; la importancia de la actividad o del sector para el desarrollo económico y social del país; la producción de artículos para la exportación; la producción de artículos artísticos que contengan alta especialización; la sustitución de importación; la utilización de materias primas y materiales nacionales; y las perspectivas de la Pequeña Industria y Artesanía frente a los procesos de integración económica.

Entre los principales beneficios que se establecen están:

- Exoneración de derechos e impuestos fiscales, provinciales y municipales, a la transferencia de dominio de inmuebles para fines de producción de la pequeña industria y artesanía.
- Aprovechamiento del régimen de depreciación acelerada de maquinaria y equipos.
- Exoneración del setenta por ciento y del cincuenta por ciento de los impuestos arancelarios a la importación de materias primas para las pequeñas industrias y artesanías calificadas como de "primera" y "segunda" categoría, respectivamente.

- Exoneración, a la importación de envases, materiales de embalaje y similares siempre que no se produzcan en el país.

### **Obligaciones**

Las obligaciones del Ministerio de Industrias y Productividad son:

- Controlar y exigir el cumplimiento de los compromisos contraídos por talleres, uniones de artesanos y pequeños industriales, que gocen de los beneficios concedidos por esta Ley.
- Llevar los libros y registros respectivos.
- Realizar las inspecciones y comprobaciones que fueren necesarias para la correcta aplicación de la ley.

Para los beneficiarios sus principales obligaciones consisten en:

- Entregar en forma periódica u ocasional la información solicitada por el Ministerio de Industrias y Productividad. Esta información consiste principalmente en registros contables, legalidad de permisos y documentación referente a la importación de maquinaria, materia prima, equipos, herramientas, etc.
- Colaborar con la inspección o comprobación que ejecuten los funcionarios del Ministerio de Industrias y Productividad al establecimiento.

### **⌘ Ley de Compañías**

Expedida el 5 de noviembre de 1999, y publicada en Registro Oficial N° 312.

Las pymes debido a su estructura pueden operar como una organización con personería jurídica o como personas naturales, sin embargo para aquellas que operan con personería jurídica deben acogerse a las disposiciones establecidas en la ley de compañías, la cual establece:

- La Superintendencia de Compañías es el ente regulador y de control de las compañías constituidas en el Ecuador, la Superintendencia ejerce vigilancia y control total sobre los aspectos jurídicos, societarios, económicos, financieros y contables de las empresas.

Las pymes que deciden constituirse con personería jurídica pueden elegir constituirse entre cinco especies de compañías, tales como:

- La compañía en nombre colectivo;
- La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- La compañía de responsabilidad limitada;
- La compañía anónima; y,
- La compañía de economía mixta.
- La Ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación.<sup>8</sup>

Las principales obligaciones que deben cumplir las compañías son:

- Presentar en el primer cuatrimestre de cada año:
  - Copias autorizadas del balance general anual, y del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, aprobados por la junta general de socios o accionistas.
  - Memorias e informes de los administradores y de los organismos de fiscalización establecidos por la Ley.
  - La nómina de los administradores, representantes legales y socios o accionistas.
- El ejercicio económico de las compañías terminará cada 31 de diciembre.
- Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

---

<sup>8</sup> Ley de compañías, Registro Oficial N° 312, 5 de noviembre de 1999, Art 2.

- Toda compañía debe tener un apoderado o representante que pueda contestar las demandas y cumplir las obligaciones respectivas.

## ⌘ **Ley de Comercio Exterior e Inversiones**

Ley publicada en Registro Oficial N° 82, del 9 de junio de 1997.

La mencionada ley tiene como objetivo principal normar y promover el comercio exterior y la inversión directa en el país.

El Estado establecerá las políticas y disposiciones pertinentes para el logro de este objetivo; estas deben fundamentalmente promover los siguientes aspectos:

- Promover el crecimiento y diversificación de las exportaciones de bienes, servicios y tecnología para lograr un ritmo creciente y sostenido de desarrollo en el país.
- Aprovechar las oportunidades que brinda el comercio mundial en cuanto a tecnología, maquinaria, y otros servicios que beneficien a de la producción exportable del País.
- Velar que el país participe en el escenario internacional conforme a prácticas leales y equitativas de libertad de comercio.
- Promover la inversión directa a través de estímulos e incentivos, así como el desarrollo de procesos de integración y el establecimiento de acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales que amplíen la inversión y faciliten las transacciones externas del País.
- Asegurar la necesaria coherencia entre las políticas de comercio exterior y las políticas fiscal, arancelaria, monetaria, crediticia, cambiaria y de desarrollo económico - social y los correspondientes regímenes normativos.
- “Las exportaciones están exoneradas de todo impuesto, salvo las de hidrocarburos.”<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Ley de Comercio Exterior e Inversiones, Ley No. 12. Registro Oficial / Suplemento 82, Quito 9 de Junio de 1997, Art 8.

En el marco institucional como entidades competentes con el desarrollo y promoción del comercio exterior e inversión directa en el país son:

- El Consejo de Comercio Exterior e Inversiones COMEXI;  
Su objetivo es establecer los lineamientos generales, políticas y normativas correspondientes para el fortalecimiento y desarrollo del comercio exterior, integración e inversión directa, en concordancia con el principio de libre comercio, el entorno del comercio mundial, los compromisos internacionales asumidos por el País.
  
- *Ministerio de Industrias y Productividad quien debe planificar, dirigir, controlar y ejecutar las políticas de comercio exterior de bienes, servicios y tecnología, integración e inversión directa, función que la ejercerá en estrecha coordinación con el Ministerio de Relaciones Exteriores, y coordinar con las entidades del Sector público y del sector privado que conforman el sector Comercio Exterior, contribuyan a la debida ejecución de dichas políticas en el ámbito de sus respectivas competencias.*<sup>10</sup>
  
- La Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones- CORPEI – “tiene a su cargo el diseño y ejecución de la promoción no financiera de las exportaciones e inversiones tanto en el País como en el exterior.”<sup>11</sup> Esta promoción está dirigida principalmente hacia áreas de información, capacitación, asistencia técnica, desarrollo de mercados, promoción externa y otras que tengan como objetivo la diversificación e incremento de la oferta exportable y su promoción en el exterior.

### ✂ Código Orgánico de la Producción

El Código Orgánico de la Producción, Inversión y Comercio fue presentado y promovido por el gobierno del Ec. Rafael Correa, el cual fue aprobado en el pleno de la Asamblea Nacional Constituyente el 22 de diciembre del 2010 y publicado en Registro Oficial N° 351, el 29 de diciembre del 2010.

---

<sup>10</sup> Ley de Comercio Exterior e Inversiones, Op. Cit. Art 15

<sup>11</sup> Idem., Art 18



El objetivo principal de este código es el fomento a los actores productivos e incentivo de la inversión a través del establecimiento de un marco jurídico confiable que permita el desarrollo de la actividad productiva en el país.<sup>12</sup> Estarán sujetas a su cumplimiento todas las personas naturales, personas jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional.

Por medio de la aplicación y vigencia del Código de Producción, Inversión y Comercio quedan derogadas entre otras leyes: la Ley de Fomento de la Pequeña Industria, y Ley de Comercio Exterior e Inversiones (leyes concernientes a la presente investigación), sin embargo el código conserva en su mayoría los beneficios e incentivos establecidos en las mencionadas leyes. Entre los nuevos incentivos que estipula el Código se puede establecer cinco tipos de incentivos:

- **Incentivos Generales.**- se aplica a todas las inversiones que se ejecute en cualquier parte del país, entre estos destacan:
  - La reducción progresiva de tres puntos porcentuales en el impuesto a la renta.
  - Deducciones adicionales para el cálculo del impuesto a la renta.
  - Facilidades de pago en tributos al comercio exterior.
  - La exoneración del impuesto a la salida de divisas para las operaciones de financiamiento externo.
  - La exoneración del anticipo al impuesto a la renta por cinco años para toda inversión nueva.
- **Incentivos Sectoriales.**- destinados a los sectores que contribuyen al desarrollo en zonas rurales o urbanas del país mediante la sustitución estratégica de importaciones, al fomento de las exportaciones. El principal incentivo es la exoneración total del impuesto a la renta por cinco años a las inversiones nuevas.

---

<sup>12</sup> El Código Orgánico de la Producción, Inversión y Comercio, en el Art. 2, define como Actividad Productiva el proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

- **Incentivos para zonas deprimidas.**- estas zonas se benefician de los incentivos generales y sectoriales antes descritos, además se otorga un beneficio fiscal mediante la deducción adicional del 100% del costo de contratación de nuevos trabajadores, por cinco años.
- **Incentivos para las MYPYMES** son incentivos básicamente de orden fiscal y de cofinanciamiento a las actividades de las MYPYMES, se determina la necesidad de establecer un régimen especial de garantías para el financiamiento privado y público de las MIPYMES, el cual debe ser regulado por la Superintendencia de Bancos.
- **Incentivos para zonas especiales de desarrollo económico –ZEDE-** los incentivos contemplan cero aranceles e impuestos de importaciones, arreglos laborales especiales para contratación de extranjeros y las deducciones sectoriales y territoriales.

Los fines principales del Código de Producción, Inversión y Comercio son:

- Facilitar el acceso a los factores de la producción especialmente a las micro, pequeñas y medianas empresas.
- Fomentar la producción nacional, comercio y consumo de bienes y servicios, de manera sustentable y con responsabilidad social y ambiental.
- “Fortalecer el control estatal para asegurar que las actividades productivas no sean afectadas por prácticas de abuso del poder del mercado, como prácticas monopólicas, oligopólicas y en general, las que afecten el funcionamiento de los mercados”<sup>13</sup>
- Establecer mecanismos que posibiliten un comercio justo y así impulsar el desarrollo productivo en zonas de menor desarrollo económico.
- “Fomentar y diversificar las exportaciones.”<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup>Código Orgánico de la Producción, Registro Oficial N° 351, Quito 29 de diciembre del 2010, Art. 4 Numeral j.

<sup>14</sup> Idem., Art 4, Numeral o.

- “Facilitar las operaciones de comercio exterior.”<sup>15</sup>
- “Fomentar y apoyar la investigación industrial y científica, así como la innovación y transferencia tecnológica.”<sup>16</sup>

### **Fomento a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas**

El presente código establece en su capítulo III, Título I, Capítulo I establece los siguientes aspectos:

- Se establece el Consejo Sectorial de la Producción, como órgano regulador de las micro, pequeñas y medianas empresas –MYPYMES-. Este órgano tendrá como atribuciones y deberes principalmente:
  - ☑ Aprobar las políticas, planes, programas y proyectos que incentiven el desarrollo de las MYPYMES.
  - ☑ Establecer el presupuesto anual para la implementación de todos los programas y planes que se prioricen en su seno.
  - ☑ Autorizar la creación y supervisar el desarrollo establecimientos tales como: centros de desarrollo MIPYMES, centros de investigación y desarrollo tecnológico, incubadoras de empresas, nodos de transferencia o laboratorios, requeridos para fomentar el desarrollo de este sector.
  - ☑ Promover la participación de las MIPYMES en el comercio internacional mediante la coordinación con organismos especializados, públicos y privados en programas de capacitación, información, asistencia técnica y promoción comercial.
  - ☑ Propiciar la participación de universidades y centros de enseñanza en el desarrollo de programas de emprendimiento y producción a fin de fortalecer a las MIPYMES.

---

<sup>15</sup> Código Orgánico de la Producción, Op. Cit., Art 4, Numeral p.

<sup>16</sup> Idem., Art 4, Numeral t.

- “Coordinar con las instituciones del sector público y privado, vinculadas con el financiamiento empresarial, las acciones para facilitar el acceso al crédito de las MIPYMES”<sup>17</sup>.
- De los Mecanismos de Desarrollo Productivo para las MYPYMES se establece que las instituciones públicas estarán obligadas a aplicar el principio de inclusión en sus adquisiciones con el fin de fomentar a las MIPYMES, para lo cual deben:
  - Proporcionar de todas las facilidades a las MIPYMES para que cuenten con una adecuada información sobre los procesos en los cuales pueden participar, Procurar la simplificación de los trámites a las MYPYMES para intervenir como proveedores del Estado.
  - Definir dentro del plan anual de contrataciones de las entidades del sector público, los bienes, servicios y obras que puedan ser suministrados y ejecutados por las MIPYMES.
  - Dar a conocer los planes futuros de compras públicas a efectuarse por el Estado y sus instituciones.
- Se crea el Registro Único de las MIPYMES, el cual su administración estará a cargo del Consejo Sectorial de la Producción; este registro permitirá:
  - Identificar y categorizar a las empresas MIPYMES de producción de bienes, servicios o manufactura.
  - Generar una base de datos que permitirá contar con un sistema de información del sector, de aquellas MIPYMES que participen en programas públicos de promoción y apoyo a su desarrollo, o que se beneficien de los incentivos de este código.

---

<sup>17</sup> Código Orgánico de la Producción, Op. Cit. Art 54, numeral i.

## **Zonas Especiales de Desarrollo Económico**

En el Art. 34 del presente código se establece la creación de zonas especiales de desarrollo económico –ZEDE-, las cuales constituyen destino aduanero orientadas a generar procesos de transferencia tecnológica, desarrollo de especialización logística y al fomento de la industria enfocada a las exportaciones.

Las ZEDE estarán sujetas al control de la administración aduanera y se constituirán mediante autorización del Consejo Sectorial de Producción.

La inversión que se utilice para el desarrollo de estas zonas puede ser pública, privada o mixta. De igual manera, tanto la empresa administradora como los operadores que se instalen en dichas zonas pueden ser personas naturales o jurídicas: privadas, públicas o mixtas, nacionales o extranjeras.

Las zonas especiales de desarrollo económico gozarán del tratamiento de destino aduanero que les otorga el régimen legal aduanero, con la exención del pago de aranceles de las mercancías extranjeras que ingresen a dichas zonas.

### **1.4 Marco Institucional de las PYMES**

A lo largo de la existencia de las PYMES en el Ecuador no se ha dotado de un marco institucional estable que provean de una base sólida para el impulso de las PYMES en el país, sin embargo durante el periodo comprendido entre el año 2005 y 2009 las PYMES se encuentran amparadas bajo:<sup>18</sup>

- ★ El Ministerio de Industrias y Productividad – MIPRO-, el cual tiene como función el apoyo y acompañamiento a este sector a través de la Subsecretaría de MYPYMES y Artesanías. Este acompañamiento está dirigido en cuatro ejes principales: Asistencia Técnica, Apoyo a la inversión en equipamiento productivo, Apoyo al Desarrollo Comercial y el acceso a mercados y Mejora del Talento humano dentro o fuera del territorio nacional.

---

<sup>18</sup> Basado y actualizado en HIDALGO, Roberto, Evolución y Situación actual de la pequeña y mediana industria en el Ecuador, Inotec, Quito, 1999, p.60, 61 y 62.

- ★ Corporación Financiera Nacional -CFN-, Institución financiera pública orientada a promover al sector productivo con especial atención a la micro y pequeña empresa apoyándoles adicionalmente en programas de capacitación, asistencia técnica y firma de convenios interinstitucionales para el fomento productivo.
- ★ Banco Nacional de Fomento –BNF-, Entidad crediticia del Estado que canaliza recursos para la pequeña y mediana empresa.
- ★ Consejo Nacional de la Calidad –CONCAL- es el máximo órgano regulador, encargado de la definición de políticas del Sistema Ecuatoriano de Calidad.
- ★ Instituto Ecuatoriano de Normalización –INEN-, Institución encargada de incorporar y controlar las normas y estándares para la producción de bienes.
- ★ Consejo Nacional de Capacitación y Formación Profesional – CNCF- Es una entidad de derecho público, con personería jurídica propia, autonomía administrativa y financiera con patrimonio y fondos propios; cuya principal función como órgano regulador es coordinar, impulsar y ser facilitador de las actividades de capacitación y formación profesional del país.
- ★ Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional –SECAP-, entidad encargada de la formación, capacitación técnica, titulación y certificación profesional del talento humano del Ecuador en los sectores económicos: Primario (Agrícola, Forestal y Minero), Secundario (Industrial y Manufacturero) y Terciario (Comercio y Servicios).
- ★ Secretaria Nacional de Ciencia y Tecnología –SENACYT-, Institución orientada a favorecer el desarrollo científico y tecnológico del país.

### **1.5 Características de las PYMES**

- ✓ **Carácter emprendedor:** las pymes constituyen en semillero de emprendimiento donde sus directivos deben ser generadores de nuevas propuestas e ideas novedosas para sobrevivir en un mercado cada vez más competitivo donde

debido a su estructura pueden ser más vulnerables a los cambios en el macro entorno en el que se desenvuelven.

- ✓ Innovadoras y Creativas: fomentan la especialización y diferenciación de productos acorde a las exigencias del mercado, de tal manera que les permita sobresalir a sus competidores.
- ✓ Principales empleadoras de Mano de Obra: representan un importante agente de contratación laboral.
- ✓ Sostén de Demanda: como contraprestación al trabajo se abonan salarios, los cuales se traducen en poder de compra y dan vida a nuevos negocios. A pesar de que su productividad es baja esto se compensa por la dinámica que provocan.
- ✓ Volatilidad: Las pymes presentan una alta tasa de mortalidad debido a que al nacer de una idea nueva, experimenta en el mercado y tiene una alta posibilidad al fracaso.
- ✓ Sensibilidad al entorno negativo: es más susceptible a los cambios repentinos de política económica, competencia agresiva, aceleración de la carrera tecnológica, repentinos cambios en los distintos escenarios.
- ✓ Baja Productividad debido a su volumen y atraso tecnológico producen en menor escala que las grandes empresas.

## **1.6 Clasificación de las PYMES**

Existen diversos criterios de clasificación de las pymes, pueden ser clasificadas de acuerdo a la actividad a la que se dedican, al lugar en el que operan, sector al que pertenecen, tipo de producto que producen, etc. debido a que existe gran diversidad no es posible establecer una única y estricta clasificación, sin embargo existen variables comúnmente usadas y generalmente aceptadas para su clasificación, tales como:

- § Cantidad de personal
- § Valor bruto de las ventas anuales

Así lo establece la CAN –Comunidad Andina de Naciones-, mediante decisión 702 del Sistema Estadístico de la PYME, en donde los países miembros reconocen la necesidad de elaborar y transmitir estadísticas sobre este sector con el fin de poder establecer políticas y estrategias adecuadas que permitan el desarrollo del sector PYME, para lo cual se establecen las siguientes categorías para las empresas.

### Cuadro N° 1

#### Clasificación de Empresas según número de personal y volumen de ventas brutas anuales.

| VARIABLES                            | EMPRESAS                        |                     |                       |                  |
|--------------------------------------|---------------------------------|---------------------|-----------------------|------------------|
|                                      | MICRO                           | PEQUEÑA             | MEDIANA               | GRANDE           |
| <b>PERSONAL OCUPADO</b>              | 1 A 10                          | 10-49               | 50-199                | Más de 200       |
| <b>VALOR BRUTO DE VENTAS ANUALES</b> | Menor o igual a 100.000 dólares | 100.001 a 1'000.000 | 1'000.000 a 5'000.000 | Mas de 5'000.000 |

Fuente: CAN, Sistema Andino de Estadística de la pyme, Decisión 702, Art. 3, 10/12/2008.



## CAPITULO II

### ENTORNO EN EL QUE OPERA EL SECTOR PYME

#### 2.1 Marco Económico de Referencia

Las PYMES pueden convertirse en un importante agente dinamizador de la economía de un país, puesto que estas muestran ventajas competitivas tales como: “capacidad de adaptación para atender segmentos específicos y diferenciados del mercado, su flexibilidad frente al cambio, su capacidad de innovación y sus estructuras empresariales horizontales y poco rígidas”<sup>19</sup>, además de ser potencial fuente de empleo e ingresos. Es necesario conocer el entorno macroeconómico en el que operan las PYMES con el fin de establecer si existe el escenario adecuado y dinámico de crecimiento económico en el que puedan desarrollar y operar las PYMES; se realizará un análisis general de la situación macroeconómica del país, durante el periodo comprendido entre los años 2005 y 2009, considerando variables como el PIB, inflación, sector financiero.

#### ➤ Política Fiscal

La conducción de la política fiscal por parte del presente gobierno del Economista Rafael Correa se ha centrado en:

- Realizar una mayor inversión social y gasto público orientando los recursos hacia los sectores más sensibles de la economía y de mayor impacto social, como son salud y educación.
- Construcción de proyectos de infraestructura, vialidad y vivienda que generen efectos multiplicadores sobre el conjunto de la economía.
- Modernización, apertura y profundización de la participación del sector privado en la actividad petrolera y en proyectos de generación eléctrica.

Para llevar a cabo estas políticas, que en muchos casos implicaron una expansión fiscal vía gasto, el gobierno debió aumentar los ingresos públicos; estos ingresos han emanado principalmente de:

---

<sup>19</sup> CAF, “Incorporando las pymes al proceso productivo”, *Entorno Sectorial*, N°14, 2005, p 3.

- ☑ Los ingresos por exportación de crudo, propiciados por el alza de los precios internacionales del petróleo, llegando al precio promedio anual de USD 82,99 por barril en el año 2008
- ☑ El incremento en los ingresos tributarios gracias a la buena gestión del Servicio de Rentas Internas y a la implementación de la Ley de Reforma Tributaria.

Estas medidas se han adoptado con el propósito de estabilizar la economía y lograr un crecimiento sostenido; no obstante si bien se ha conseguido disminuir la tasa de inflación, esta continua siendo alta para una economía dolarizada y el crecimiento económico es aún moderado.

El Gobierno Central constituye el sector de mayor importancia dentro del Sector Público y del Presupuesto del Gobierno Central, por su importancia cuantitativa y cualitativa, es del instrumento a través del cual se ejecuta la política fiscal, el análisis que se presenta a continuación se centra en las operaciones de este sector gubernamental.

**Cuadro N° 2**  
**OPERACIONES DEL GOBIERNO CENTRAL**  
**Millones de USD**

|                              | Año          | Año          | Año          | Año           | Año          |
|------------------------------|--------------|--------------|--------------|---------------|--------------|
|                              | 2005         | 2006         | 2007         | 2008          | 2009         |
| <b>INGRESOS TOTALES</b>      | <b>6052</b>  | <b>6,895</b> | <b>8,490</b> | <b>13,799</b> | <b>6000</b>  |
| <b>Petroleros</b>            | <b>1,567</b> | <b>1,719</b> | <b>1764</b>  | <b>4,642</b>  | <b>893</b>   |
| <b>No Petroleros</b>         | <b>4,484</b> | <b>5177</b>  | <b>6725</b>  | <b>9157</b>   | <b>5107</b>  |
| Tributarios                  | 3,741        | 4,244        | 4,749        | 6,570         | 4332         |
| No tributarios               | 356          | 453          | 505          | 969           | 392          |
| Transferencias               | 387          | 480          | 1,471        | 1,618         | 383          |
| <b>TOTAL GASTOS</b>          | <b>6,232</b> | <b>7,011</b> | <b>8,627</b> | <b>14,414</b> | <b>7,295</b> |
| <b>Gastos Corrientes</b>     | <b>4720</b>  | <b>5,342</b> | <b>6,000</b> | <b>8,485</b>  | <b>4,861</b> |
| Intereses                    | 855          | 942          | 915          | 797           | 250          |
| Sueldos                      | 2299         | 2,581        | 2,914        | 3,929         | 2,562        |
| Compra de bienes y servicios | 355          | 459          | 537          | 845           | 436          |
| Otros                        | 489          | 584          | 833          | 1,035         | 592          |

|                             |             |              |              |              |              |
|-----------------------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Transferencias              | 722         | 776          | 800          | 1,881        | 1,021        |
| Gastos de Capital           | <b>1512</b> | <b>1,669</b> | <b>2,627</b> | <b>5,929</b> | <b>2,434</b> |
| Ajuste Tesoro Nacional      | 0           | -28          | -73          | -73          | 0            |
| Déficit (-) o Superavit (+) | -180        | -116         | -137         | -64          | -1,295       |
| Global                      |             |              |              |              |              |

Fuente: Banco Central del Ecuador, Memoria Anual del Banco Central, 2005-2009

Elaboración: La Autora

Se puede observar un marcado crecimiento de los ingresos del gobierno central durante los años del 2005 al 2009, esto como producto de una mejor gestión administrativa del SRI, el inicio del funcionamiento oleoducto de crudos pesados y el elevado precio internacional del crudo (USD 82,99 en promedio anual al 2008, uno de los precios más altos en la historia).<sup>20</sup>

En relación con los ingresos tributarios, en el año 2008 se registra un mayor aumento de estos, llegando a USD 6570 millones, el importante nivel de recaudación del año 2008 tiene que ver principalmente por la vigencia de la Reforma Tributaria, la cual entre sus aspectos más relevantes contempla lo siguiente:<sup>21</sup>

➤ Impuesto a la Renta:

- Nueva tabla de cálculo del impuesto a la renta de personas naturales
- Nueva fórmula para el cálculo de anticipos del impuesto a la renta
- Deducción de gastos personales (alimentación, educación, salud y vivienda), de la base imponible del impuesto a la renta de personas naturales.
- Deducción del gasto de nuevos trabajadores y discapacitados afiliados al IESS, del impuesto a la renta de las personas jurídicas que efectúen las contrataciones.
- Eliminación de la tarifa 0% en servicios profesionales

➤ Impuesto al Valor Agregado

- Tarifa de 0% para el Sector Público
- Pago del IVA a 30 días, por parte de los agentes de retención.

<sup>20</sup>BCE, Memoria Anual del Banco Central, Año 2008 , p 102

<sup>21</sup>Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria del Ecuador, RO 242 de 29 de diciembre de 2007

- Creación del impuesto a la salida de divisas, con una tarifa de 0,5% en el año 2008 e incrementándose la tarifa al 1% en el año 2009, sobre el valor de todas las operaciones y transacciones monetarias que se realicen al exterior.
- Creación del impuesto a las tierras rurales, sobre la propiedad o posesión de inmuebles de superficie de 25 hectáreas o más, según la delimitación efectuada por cada municipalidad, conforme se determina en el Reglamento
- Implantación del Régimen Impositivo Simplificado (RISE), para el impuesto a la renta e IVA, con el propósito de facilitar la inserción voluntaria de personas naturales que desarrollen actividades económicas y cumplan las condiciones de ley como contar con ingresos brutos no mayores a USD 60 mil anuales.

Por otra parte la disponibilidad de recursos provenientes de la exportación de petróleo a precios elevados, ha permitido concretar en gran medida la inversión pública priorizada en el período 2007 al 2009.

Al año 2009, se observó una contracción de los ingresos debido a: la caída de los ingresos petroleros, disminuyendo de USD 4642 millones a USD 893 millones en el 2009, esto por la disminución del precio del petróleo.

En lo correspondiente a ingresos tributarios aunque en menor magnitud, estos también disminuyeron de USD 6570 millones, en el 2008, a USD 4332 millones, en el 2009.

En cuanto a los gastos los gastos corrientes representan en promedio el 68,59% y dentro de estos son los salarios quienes representan mayor carga de gastos.

Cabe considerar que para el año 2007 se presupuestaron los pagos correspondientes a los compromisos suscritos en años anteriores en la Ley de Homologación Salarial y Ley de Servicio Civil y Carrera Administrativa. Durante la fase de ejecución presupuestaria, los principales incrementos salariales que se concretaron en el año 2007 fueron: Fuerzas Armadas, Policía Nacional y Magisterio. Adicionalmente, la creación de nuevos organismos públicos provocó a su vez la demanda de nuevas contrataciones de personal, generando la expansión de la masa salarial.

Por otro lado el conjunto de otros gastos corrientes también incrementó de USD 489 millones en 2006 a 584 millones en 2007, entre los conceptos más importantes de este grupo de gastos constan:

- La duplicación del Bono de Desarrollo Humano el cual constituye un subsidio directo a la población más vulnerable del país.
- La devolución de los fondos de reserva.
- El subsidio eléctrico

Finalmente, en cuanto al gasto de capital y de inversión fue en el año 2007 donde hubo mayor incremento en inversión alcanzando USD 2627 millones, monto que supera en USD 958 millones a los USD 1,669 millones registrados en 2006, el mencionado comportamiento expansivo estuvo orientado a:

- ✓ Incrementar la inversión pública en infraestructura.
- ✓ Atender situaciones de emergencia legalmente declaradas por parte del Ejecutivo.
- ✓ Mejorar los términos de reactivación productiva mediante la concesión de préstamos a los sectores privados a través de la CFN y el BNF.
- ✓ Cumplir demandas sociales de salud y educación, entre otras.

En el año 2007 el Gobierno Central destinó a inversión USD 1,672 millones, monto que duplica el de 2006, USD 829 millones, este incremento está asociado a la atención a las demandas de infraestructura en los sectores de obra pública, salud, educación.<sup>22</sup>

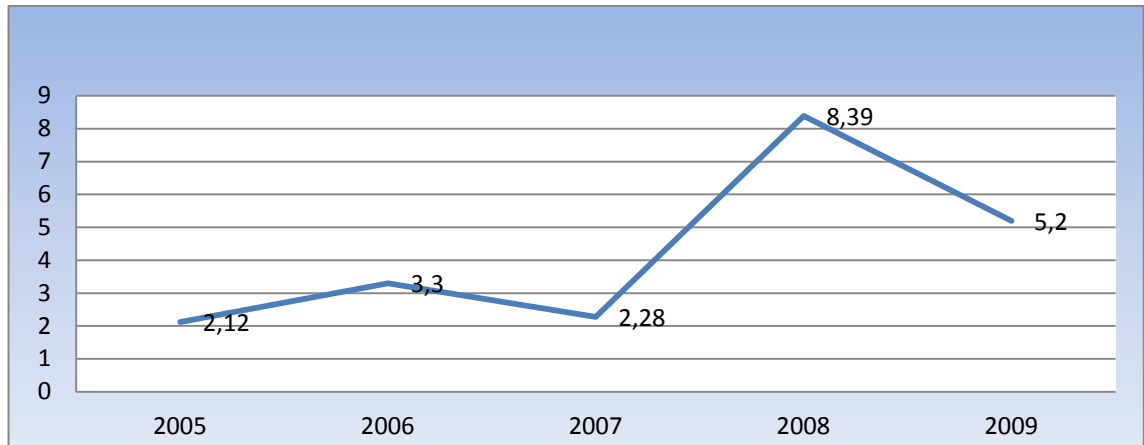
---

<sup>22</sup> BCE, Memoria Anual del Banco Central, Año 2007, [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec), p 115

➤ **Inflación**

**Gráfico N° 1**

**Evolución de Inflación Promedio Anual en el Ecuador**



Fuente: INEC, IPC Series Históricas

Elaboración: La Autora

Debido a la medida de dolarización adoptada a partir del año 2000, el nivel de precios de los bienes y servicios comercializados en la economía ecuatoriana han mostrado mayor nivel de estabilidad, reduciéndose la tasa de inflación del 96,1% en el año 2000 al 2,12% en el año 2005, se puede observar que el índice inflacionario ha disminuido drásticamente en estos últimos años, dando mayor confianza y estabilidad tanto al consumidor como al productor en la comercialización de bienes y servicios, sin embargo el nivel inflacionario es aún alto considerando que estamos en una economía dolarizada, donde el salario mínimo todavía está lejos de cubrir las necesidades básicas de la población.

Del año 2005 al año 2007 se observa un nivel inflacionario que no sobrepasa al 3%, ésta evolución respondió a las condiciones climáticas favorables que influyeron positivamente en la producción y oferta de productos agrícolas en el mercado interno.

El año 2008 registra el mayor nivel de elevación inflacionario, llegando al 8,39%; las causas fueron tanto de de tipo interno y externo. Las principales causas internas para esta elevación fueron los cambios climáticos (lluvias, inundaciones, plagas), los cuales afectaron a la producción de alimentos, especialmente en la región costa, ocasionando el encarecimiento de los productos alimenticios en el país. En cuanto a los factores externos se puede mencionar principalmente:

- ☑ El incremento del consumo mundial de bienes agroindustriales, especialmente de los países emergentes como China e India, lo que motivó a la exportación de ciertos productos, afectando la oferta interna (por ejemplo, aceite de palma, leche).
  
- ☑ “El aumento de la demanda mundial de productos agrícolas (trigo, arroz, maíz y soya), tradicionalmente destinados a la alimentación humana y animal, los cuales fueron apetecidos debido a la especulación entorno al valor futuro de los biocombustibles y, por ende, de los productos requeridos para su generación.”<sup>23</sup>
  
- ☑ La elevación del precio del crudo, de los insumos y los derivados de este bien no renovable incrementó los costos internacionales de transporte.
  
- ☑ A partir del segundo semestre del año 2008 los precios de algunos productos comenzaron a descender, permitiendo el descenso de la tasa de inflación, sin embargo el gobierno también contribuyó a la disminución de la inflación mediante la fijación de precios en ciertos productos de la canasta básica familiar, la reducción y eliminación de aranceles para ciertos productos como trigo, sémola y otros insumos y bienes de capital agrícola, la prohibición de exportar arroz y la reducción de tarifas eléctricas, lo que permitió que la tasa de inflación para el año 2009 descendiera al 5,20%, que sigue siendo alta para el nivel de ingresos.

### ➤ **Política salarial**

La Constitución de la República del Ecuador en su artículo 328, dispone: “La remuneración será justa, con un salario digno que cubra al menos las necesidades básicas de la persona trabajadora, así como las de su familia (...)”<sup>24</sup>; sin embargo escasas han sido las medidas adoptadas por parte de los gobiernos en turno para el cumplimiento de este principio constitucional.

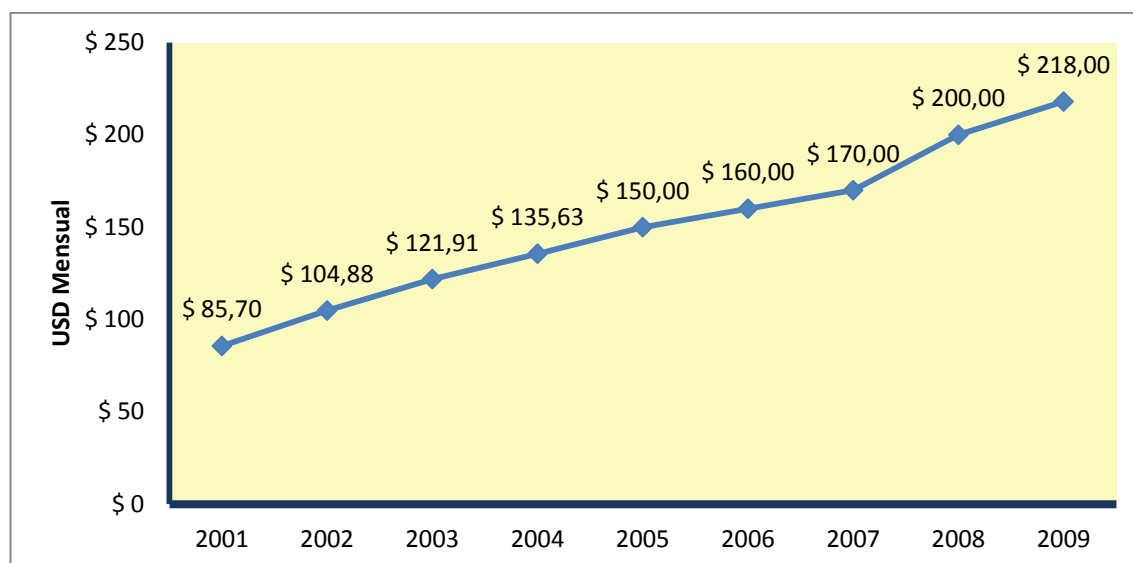
Una de las pocas medidas adoptadas a fin de lograr el salario digno que dispone la Constitución, ha sido la revisión e incremento anual del salario básico. (En el gráfico n°2 podemos observar el incremento salarial desde el año 2001 hasta el año 2009).

---

<sup>23</sup> BCE, Memoria Anual del Banco Central, Año 2008, [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec), p58.

<sup>24</sup> Constitución Política de la República del Ecuador, Año 2008, Art. 328.

**Gráfico N° 2**  
**Evolución del Salario Básico en Ecuador**



Fuente: Banco Central del Ecuador, Cifras económicas del Ecuador, diciembre 2009

Elaboración: La autora

Considero importante analizar la capacidad de la población para comprar los productos necesarios con los sueldos y salarios que reciben, para lo cual es necesario considerar la evolución del costo de la canasta vital<sup>25</sup>, el costo de la canasta básica familiar<sup>26</sup> y el nivel de ingreso familiar; en el gráfico n° 3 podemos observar que la brecha entre la canasta básica y el nivel de ingreso familiar se ha reducido, especialmente desde el año 2008 como consecuencia de un aumento en los ingresos salariales, sin embargo el incremento anual del salario básico aun no es suficiente para cubrir las necesidades básicas del trabajador y su familia.

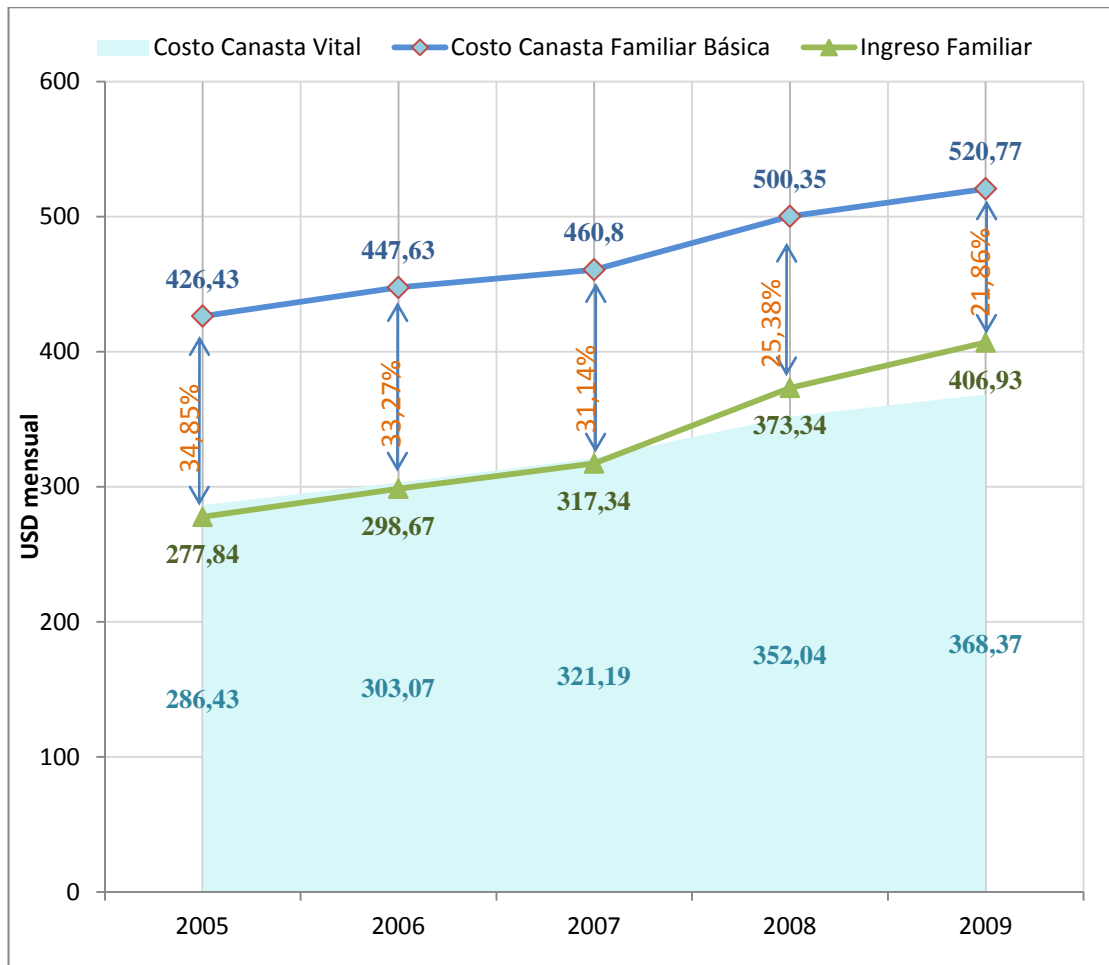
<sup>25</sup> La canasta vital es el mínimo alimentario que debe satisfacer por lo menos las necesidades energéticas y proteínicas de un hogar

<sup>26</sup> La canasta básica es el conjunto de bienes y servicios esenciales que satisfacen las necesidades básicas para el bienestar de todos los miembros de la familia. Incluye alimentación, vestuario, vivienda, mobiliario, salud, transporte y comunicaciones, recreación y cultura, educación y bienes y servicios diversos.



Grafico n°3

Costo de canasta básica y costo de canasta vital vs promedio del ingreso familiar



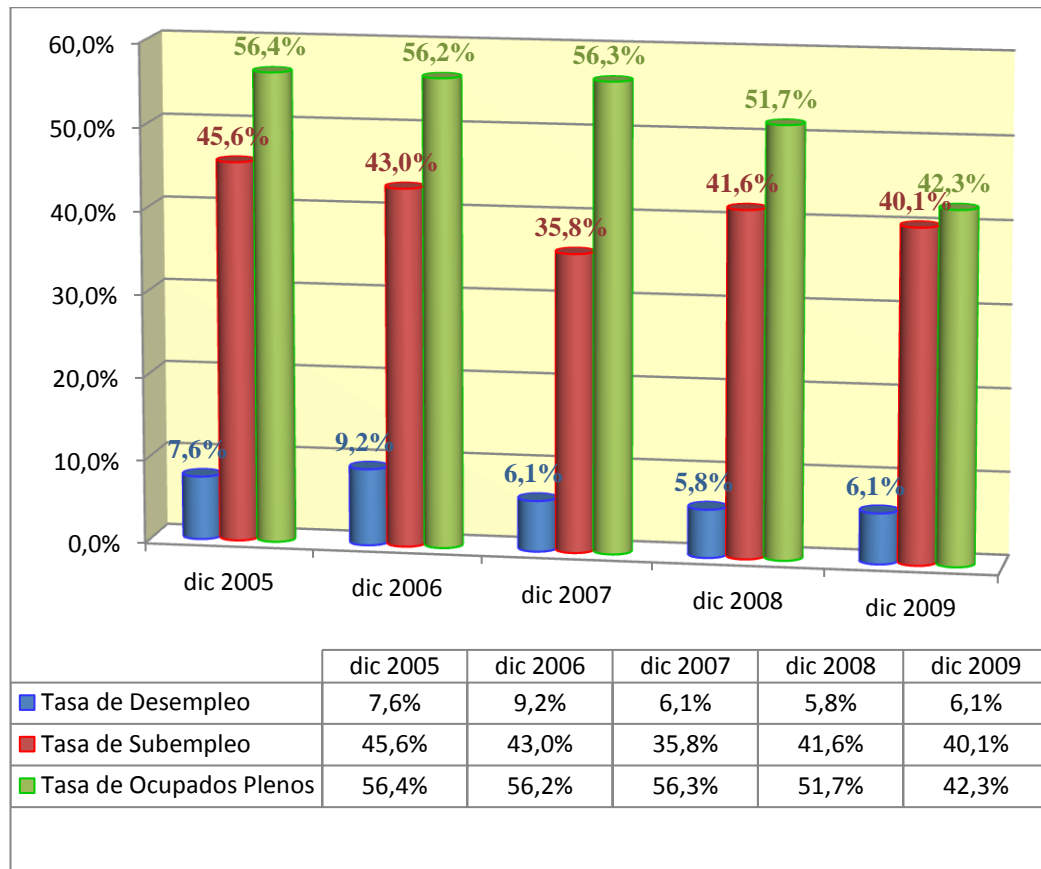
Fuente: INEC, IPC Series Históricas

Elaboración: La Autora

El aumentar la capacidad adquisitiva de la población no solo mejora las condiciones económicas del trabajador sino que ayuda a fomentar la demanda interna, permitiendo generar mayores ingresos para las empresas, lo que a su vez lleva a una mejora del empleo y adicionalmente provee de mayores recursos al Estado a través de permitirle mayor recaudación fiscal que servirá para financiar el presupuesto público, paralelamente a la subida de salarios se debe complementar con una política clara que incentive la productividad y eficiencia de las empresas, de tal manera que el incremento de salarios no termine siendo traspasado al precio final del producto y se afecte la competitividad de la empresa.

**Gráfico N° 4**

**Evolución del Mercado Laboral en Quito**



Fuente: INEC, Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU), 2005-2009.

Elaboración: La autora

La estructura del desempleo en el país de forma general es producto de problemas de demanda en el sector formal de la economía por la limitada capacidad del mercado de generar fuentes de trabajo, la falta de competitividad que se ve reflejado en la productividad de la fuerza de trabajo y, el aumento de la población en edad de trabajar.

El predominio del subempleo es un problema estructural que se presenta cada vez con mayor intensidad en el aparato productivo, la tasa de subempleo en Quito se ha mantenido en al año 2009 en torno al 40,1% de esta manera, a pesar de que la tasa de desempleo en Quito ha bajado ubicándose en 6,1% el número de personas con estabilidad laboral y económica no ha crecido, de hecho un segmento de la población ha disminuido su nivel de estabilidad, pasando del empleo adecuado al subempleo. El tipo de empleo generado sigue siendo precario y la población no logra ingresos laborales suficientes para acceder a un adecuado nivel de vida.

Al revisar los niveles de subocupación a nivel nacional (gráfico n°4), se observa que durante el año 2007 existe una disminución debido a un aumento de las transferencias de personas desde el mercado informal al mercado formal, causado por que hasta mediados del 2007, un gran número de trabajadores no tenían relación de trabajo directo con las empresas sino que eran contratados a través de tercerizadoras, con jornadas de trabajo cortas, lo que suponía una menor estabilidad laboral y un menor acceso a los beneficios laborales, situación que fue eliminada mediante la eliminación de la tercerización, intermediación laboral y prohibición de la contratación laboral por horas<sup>27</sup>.

### **Medidas adoptadas por el gobierno actual para combatir el desempleo**

El presente gobierno para combatir el desempleo ha llevado a cabo una política de incremento en inversión pública y social a través de:

- El impulso del sector de la construcción mediante el financiamiento para el desarrollo de proyectos habitacionales y la concesión de créditos para la edificación de viviendas.
- Dotación de recursos a la banca pública para que esta los canalice hacia el financiamiento de nuevas empresas y emprendimientos productivos.
- La realización de obra pública en sectores de salud, educación y vialidad.
- La ejecución de proyectos de generación eléctrica.

#### **➤ Producción Nacional**

El PIB, Producto Interno Bruto, es la variable económica que “mide el valor de mercado de todos los bienes y servicios finales producidos en un país durante un periodo determinado de tiempo.”<sup>28</sup>

De acuerdo a estudios del Banco Central del Ecuador el PIB en el periodo del año 2005 al año 2009 ha presentado una evolución positiva (observar grafico N°5), donde las

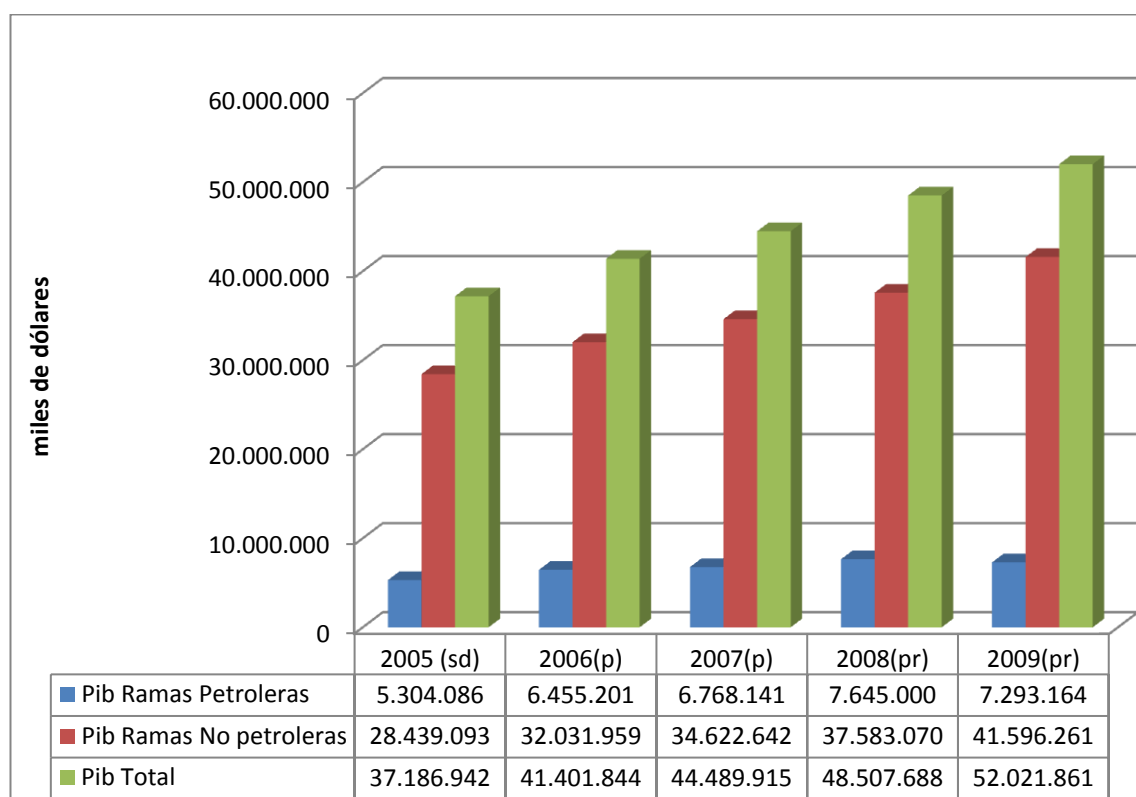
---

<sup>27</sup> Mandato Constituyente N° 8, Asamblea Nacional Constituyente, 30 de abril del 2008.

<sup>28</sup> VARA, Alfonso, “Economía básica para comunicadores”, Editorial Universidad Navarro, Primera Edición, 2005, p. 130.

condiciones actuales de mercado y la crisis internacional fueron algunos de los factores relevantes que influyeron en la evolución del PIB.

**Grafico N°5**  
**Evolución del PIB Petrolero y PIB no petrolero**



Fuente: Banco Central del Ecuador, Previsiones Macroeconómicas, [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

Elaboración: La Autora

Durante este periodo la participación promedio de los sectores no petroleros sobre el PIB total, fue del 77,88%<sup>29</sup>, esto debido a que con la adopción de la dolarización permitió al país la estabilización del nivel de precios y costos de producción, disminuyendo la inflación y el mejoramiento del poder adquisitivo de las familias, lo que fomenta el incremento del consumo privado; además la recuperación de confianza en la moneda contribuyó a elevar la confianza en el sistema financiero permitiendo el mayor acceso a créditos, fomentando así las actividades de consumo e inversión.

En el año 2005 las principales actividades no petroleras que registraron mayores niveles de crecimiento fueron: el sector de servicios de intermediación financiera (17.2%), y el

<sup>29</sup> Participación porcentual obtenida en base a los datos presentados en el gráfico n° 5, Evolución del PIB Petrolero y PIB no petrolero.

sector pesquero (16%), seguidas del crecimiento de la industria manufacturera (9%), el sector de transporte, almacenamiento y comunicaciones (8.2%), y el comercio al por mayor y menor (5.6%)<sup>30</sup>.

Durante los años 2006 y 2007 se registra una ligera disminución en el crecimiento de la economía del país debido principalmente a la disminución en la fabricación de productos de refinación petrolera, además de un limitado crecimiento de la producción petrolera. En cuanto al sector de actividad no petrolera fue el sector manufacturero (65.4% en el año 2007), quien refleja la mayor participación en el PIB total, dentro del cual las industrias que registran mayores crecimientos son: industria de fabricación de maquinaria y equipo, equipo de transporte e industrias manufactureras en 8.6%, elaboración de productos alimenticios y bebidas en 5.8%, industria de fabricación de productos metálicos y no metálicos en 4.6% industria de fabricación de papel y productos de papel en 4.2%<sup>31</sup>

Al año 2006 uno de los sectores que registraron una importante desaceleración en su crecimiento fue la agricultura, ganadería, caza y silvicultura, debido a los fenómenos climáticos de: sequías y heladas en la Costa y Sierra, lo que afectó a los cultivos; por su parte al año 2007 fue el sector pesquero quien registró un decrecimiento al pasar de 7,4% en el año 2006 a -1.9% en 2007<sup>32</sup>, debido a la reducción de precios del marisco a nivel internacional, asociados a una mayor oferta del producto a nivel mundial.

El PIB del año 2008 presentó un crecimiento de 6.5%<sup>33</sup>, dicha tasa está asociada al incremento del valor agregado no petrolero, el cual presenta un crecimiento sostenido como resultado del dinamismo de las actividades de exportación, consumo e inversión.

Durante el año 2008 el gobierno llevó a cabo el desarrollo de proyectos infraestructura vial, construcción de vivienda popular, continuidad de los proyectos hidroeléctricos iniciados en períodos anteriores lo que fomentó el consumo y la inversión.

---

<sup>30</sup> BCE, Memoria Anual del Banco Central, Año 2005, [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec), p. 49.

<sup>31</sup> BCE, Memoria Anual del Banco Central, Año 2007, [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec), p.50.

<sup>32</sup> Idem., p. 50.

<sup>33</sup> BCE, Memoria Anual del Banco Central, Año 2008, [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec), p. 33.

➤ **Crédito y Tasas de Interés**

El mercado de crédito encaminado al financiamiento de actividades productivas se encuentra dividido en los siguientes segmentos crediticios:<sup>34</sup>

**Cuadro n° 3**

**Principales segmentos crediticios productivos**

| <b>Segmento crediticio</b>                | <b>Ventas o ingresos anuales</b> | <b>Monto crédito</b>                        |
|---|----------------------------------|---|
| <b>a. CRÉDITO PRODUCTIVO</b>              | Igual o superiores a USD 100.000 |   |
| a.1. Productivo PYMES                     |                                  | Menor o igual a USD 200.000                 |
| a.2. Productivo Empresarial <sup>35</sup> |                                  | superior a USD 200.000 hasta USD 1.000.000, |
| a.3. Productivo Corporativo               |                                  | superiores a USD 1.000.000                  |
| <b>b. MICROCRÉDITO</b>                    | inferior a USD 100.000           | No superiores a USD 20000                   |
| b.1. Microcrédito minorista               |                                  | menor o igual a USD 3.000                   |
| b.2. Microcrédito de acumulación simple   |                                  | superior a USD 3.000 y hasta USD 10.000     |
| b.3. Microcrédito de acumulación ampliada |                                  | superiores a USD 10.000                     |

Fuente: BCE, Regulación 184-2009, Registro Oficial 601, 29-mayo-2009

Elaboración: La Autora

<sup>34</sup> Clasificación realizada en base a las regulaciones emitidas por el Directorio del BCE, Reg. 184-2009, R.O. 601, 29-mayo-2009

<sup>35</sup> De acuerdo a la Reg.-184-2009, de mayo 6 de 2009, los segmentos comerciales cambian de nombre a segmentos productivos y se crea el segmento productivo empresarial.

**Cuadro N° 4**

**Evolución de Tasas de Interés Activas de los Segmentos Crediticios Productivos**

(Tasa de Interés vigente a diciembre de cada año)

|   | 2007  |   | 2008  |   | 2009  |   |
|---|---|---|---|---|---|---|
| <b>Segmento Crediticio</b>                  | Tasas Activas Efectivas Referenciales <sup>36</sup> | Tasa Activa Efectiva Máxima <sup>37</sup> | Tasas Activas Efectivas Referenciales <sup>(26)</sup> | Tasa Activa Efectiva Máxima <sup>(27)</sup> | Tasas Activas Efectivas Referenciales <sup>(26)</sup> | Tasa Activa Efectiva Máxima <sup>(27)</sup> |
| <b>Productivo Corporativo</b>               | 10,72   | 12,28                                     | 9,14  | 9,33  | 9,19  | 9,33  |
| <b>Productivo Empresarial</b>               |   |   |   |   | 9,90  | 10,21                                       |
| <b>Productivo PYMES</b>                     | 13,15   | 13,60                                     | 11,13   | 11,83                                       | 11,28   | 11,83                                       |
| <b>Microcrédito de acumulación ampliada</b> | 23,50   | 30,85                                     | 22,91   | 25,50                                       | 23,29   | 25,50                                       |
| <b>Microcrédito de acumulación simple</b>   | 31,55   | 49,81                                     | 29,18   | 33,30                                       | 27,78   | 33,30                                       |
| <b>Microcrédito minorista</b>               | 41,47   | 48,21                                     | 31,84   | 33,90                                       | 30,54   | 33,90                                       |

Fuente: BCE, Cifras económicas del Ecuador, diciembre 2005-2009

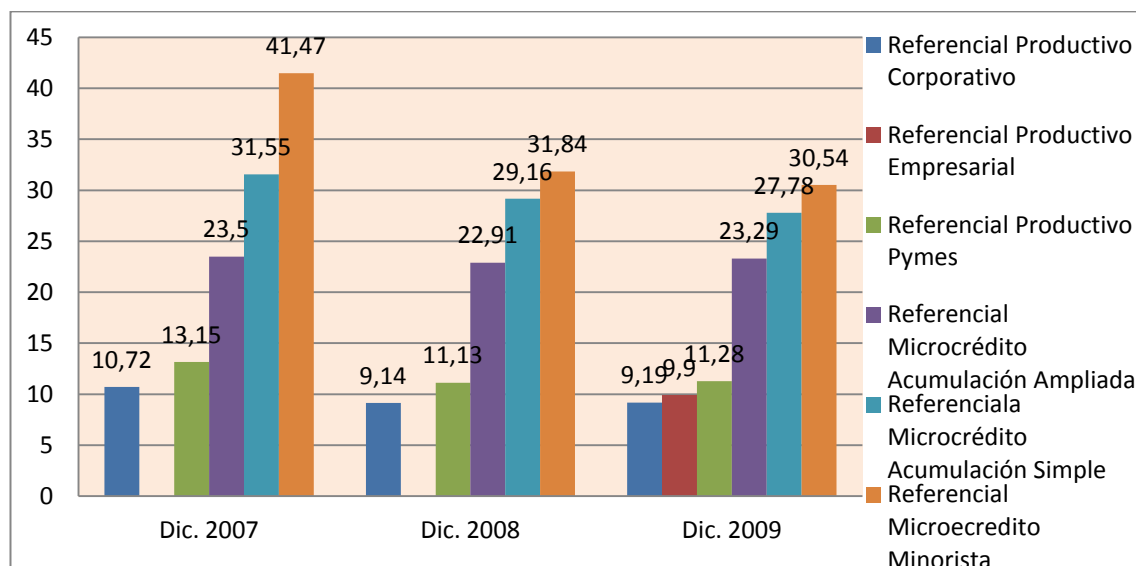
Elaboración: La Autora

<sup>36</sup> Promedio ponderado por monto, de las tasas de interés efectivas pactadas en las operaciones de crédito concedidas por las instituciones del sistema financiero privado. La base de cálculo corresponderá a las tasas de interés efectivas convenidas en las operaciones realizadas en las cuatro semanas precedentes

<sup>37</sup> Las tasas de interés activas efectivas máximas para cada uno de los segmentos de crédito, corresponderán a la tasa promedio ponderada por monto, en dólares de los Estados Unidos de América, de las operaciones de crédito concedidas en cada segmento, en las cuatro semanas anteriores a la última semana completa

**Grafico N° 6**

**Evolución de Tasas de Interés Activas de los Segmentos Crediticios Productivos**



Fuente: BCE, Cifras Económicas del Ecuador, diciembre 2005-2009

Elaboración: La Autora

Existe una marcada diferencia entre las tasas de interés del segmento crediticio productivo y del segmento de microcrédito, esta diferencia responde a que a mayor riesgo mayor tasa de interés se debe pagar. Como lo muestra el cuadro N°4 el segmento productivo corporativo llega a pagar una tasa de interés máxima del 9,33%, el bajo costo crediticio responde a las garantías y seguridad que ofrecen las grandes empresas; para el caso del segmento productivo pymes la tasa de interés se eleva en 2,5 puntos porcentuales y para el caso del segmento de microcrédito este puede llegar hasta el 33,90% de interés; este comportamiento se explica por los riesgos asociados que conlleva otorgar un crédito a estos segmentos, puesto que muchas veces los negocios no presentan historial crediticio, fuentes confiables con datos contables y financieros, garantías suficientes, etc. lo que implica mayores costos de seguimiento y evaluación, encareciendo el costo crediticio para los sectores económicos más vulnerables y dificultando el acceso al financiamiento en condiciones más favorables.

Del año 2007 al año 2009 se observa la disminución de las tasas de interés activas en todos los segmentos crediticios productivos, esto responde a la regulación establecida por el gobierno para controlar las tasas de interés y las comisiones bancarias, la Ley de



Regularización del Costo Máximo Efectivo del Crédito<sup>38</sup>, la ley estableció que el costo del crédito estará expresado únicamente en la tasa de interés efectiva para los diferentes segmentos de crédito: comercial, consumo, vivienda y microcrédito; es decir, las tasas de interés deben reflejar los costos verdaderos de las operaciones de créditos y no pueden exceder a las tasas máximas efectivas fijadas por el Banco Central del Ecuador.

➤ **Banca**

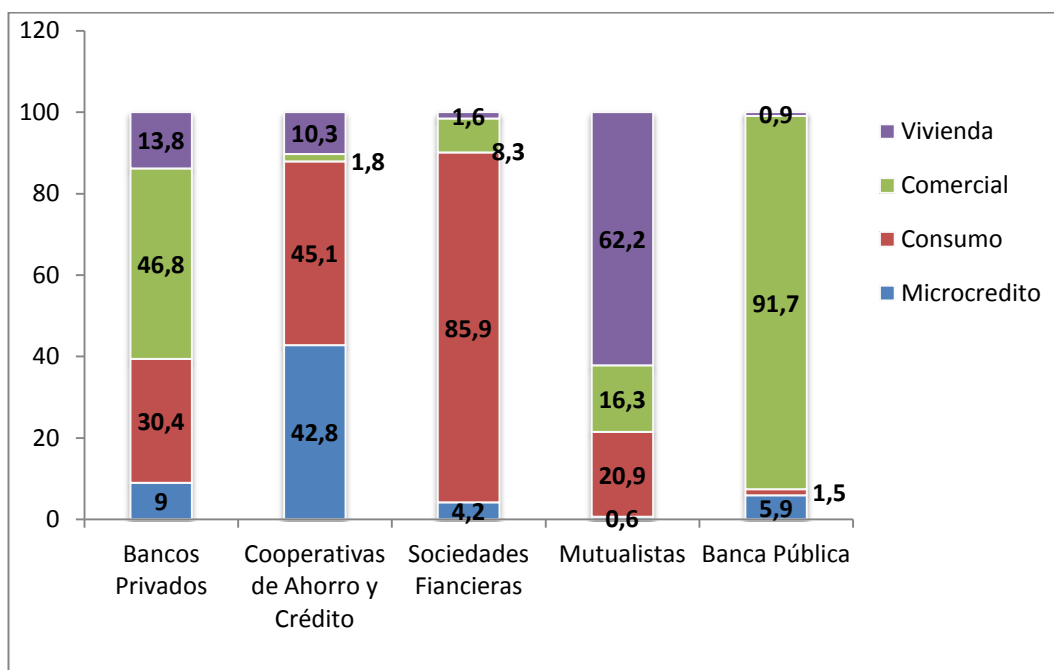
La concesión de crédito por parte de las pymes es otorgado principalmente por la banca privada, la banca pública y cooperativas de ahorro y crédito.

Estos intermediarios financieros canalizan los recursos captados de las familias y empresas hacia cuatro segmentos crediticios: consumo, vivienda, microcrédito y comercial.

**Gráfico N° 7**

**Composición porcentual de la cartera de crédito por intermediario financiero y por segmento de crédito**

A diciembre 2009



Fuente: SALGADO Wilma, Banca de Desarrollo en el Ecuador, CEPAL, Noviembre 2010.

Elaboración: La Autora

<sup>38</sup> Ley de Regularización del Costo Máximo Efectivo del Crédito, publicada en el Registro Oficial No. 135, 26 de julio de 2007.

Del total de volumen de crédito otorgado por estos intermediarios financieros, al año 2009, se puede apreciar que los bancos privados concentran la mayor parte de la cartera de crédito en los segmentos de comercio 46,8% y consumo 30,4%; las cooperativas destinan la mayor parte de su crédito al segmento de consumo y a microcrédito 45,1% y 42,8%, respectivamente; y la banca pública se ha especializado en el crédito comercial 91,7% del total de su cartera, destinando la mayor parte del crédito a actividades productivas: agricultura, ganadería, pequeña industria, artesanía, pesca y turismo, como negocios individuales o de microempresas.

Las condiciones del crédito entre banca pública y banca privada están dadas por:<sup>39</sup>

- Mayor flexibilidad en los requisitos, por parte de la banca privada, los requisitos exigidos consisten especialmente en documentos de certificación del negocio y que den cuenta de su situación económica y financiera (RUC, facturas de compra, referencias comerciales, estados financieros, etc).
- En cuanto a los plazos de concesión de créditos la banca privada el 78,4% de sus operaciones de crédito las concedió a plazos inferiores a 90 días mientras que en la banca pública el 86,6% de sus operaciones crediticias se concedieron a plazos mayores a un año.
- En cuanto al monto crediticio mientras mayor es el monto de créditos por operación, mayor es la participación de la banca privada, en relación a los demás intermediarios financieros, así:
  - ℵ En montos de crédito inferiores a 5 mil dólares, los bancos privados concedieron al mes de agosto 2009, el 85,8% del total de operaciones, y el 14,2% restante, lo hicieron los demás intermediarios financieros.
  - ℵ En operaciones por montos entre 50 a 100 mil dólares, la banca privada concedió el 98,7% del de operaciones, y los restantes intermediarios financieros apenas el 2,3%;
  - ℵ En operaciones superiores a 2,5 millones de dólares, la banca privada concedió el 100% de dichas operaciones.

---

<sup>39</sup> SALGADO Wilma, *Banca de Desarrollo en el Ecuador*, CEPAL, Serie 232, Quito, Noviembre 2010, p 21-23.

## **2.2 Estudio del Entorno**

Mediante el desarrollo de este capítulo se busca tener un conocimiento más cercano de la realidad en que operan las pymes ubicadas en la ciudad de Quito, a fin de determinar cómo sus condiciones de operación pueden influir en su incursión en los mercados internacionales.

Analizar las condiciones en que operan las pymes resulta importante para la determinación de su situación competitiva y de su participación en el mercado, especialmente internacional, puesto que la competitividad en una empresa es vital para su subsistencia y crecimiento, el ser una empresa competitiva puede marcar la diferencia entre vivir o extinguirse. En este estudio se ha considerado las siguientes variables:

- Talento Humano
- Tecnología
- Producto
- Mercado

El estudio busca a través de estas variables tener una visión más cercana de la situación de las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Quito; la herramienta escogida para el estudio es la encuesta, la cual estará dirigida a una muestra representativa de las pymes que operan en la ciudad de Quito.

### **2.2.1 Reconocimiento del medio**

Para identificar la población de estudio y posterior determinación de la muestra se acudió a diferentes instituciones que provean de información objetiva sobre el número de empresas existentes en la ciudad de Quito, de tal manera que se pueda establecer un estimado de la población de estudio.

Las instituciones a las cuales se acudió fueron: MIPRO, CONQUITO y Superintendencia de Compañías. De las cuales se obtuvo los siguientes resultados:

**CUADRO N° 5**

**NÚMERO DE EMPRESAS CONSTITUIDAS EN LOS AÑOS 2005 AL 2008**

En el presente cuadro se detallan las inversiones para constitución y aumento de capital de las compañías, por Intendencia de Compañías y por actividad económica; así como la participación de éstas por sector. Los conceptos de cada variable se presentan en el encabezado.

| INTENDENCIA  | AÑO         | TOTAL        | AGRICULTURA | PESCA    | MINAS<br>Y<br>CANTERAS | INDUSTRIAS | ELECTRICIDAD | CONSTRUCCION | COMERCIO   | HOTELES<br>Y<br>RESTAURANTES | TRANSPORTE<br>Y<br>COMUNICACIÓN | SERVICIOS<br>EMPRESAS<br>A | SERVICIOS<br>PERSONALES | FINANCIAMIENTO<br>Y<br>ADMINISTRACIÓN | ACTIVIDAD<br>INMOBILIARIA | ADMINISTRACIÓN<br>PÚBLICA | ENSEÑANZA | SERVICIOS<br>SOCIALES | ACTIVIDADES<br>COMUNITARIAS | HOGARES<br>PRIVADOS<br>CON |
|--------------|-------------|--------------|-------------|----------|------------------------|------------|--------------|--------------|------------|------------------------------|---------------------------------|----------------------------|-------------------------|---------------------------------------|---------------------------|---------------------------|-----------|-----------------------|-----------------------------|----------------------------|
| <b>Quito</b> | <b>2005</b> | <b>2.521</b> | <b>81</b>   |          | <b>27</b>              | <b>161</b> | <b>9</b>     | <b>81</b>    | <b>976</b> |                              | <b>302</b>                      | <b>761</b>                 | <b>123</b>              |                                       |                           |                           |           |                       |                             |                            |
| Guayaquil    | 2005        | 4.414        | 221         |          | 15                     | 221        | 7            | 273          | 1.090      |                              | 271                             | 2.149                      | 167                     |                                       |                           |                           |           |                       |                             |                            |
| Cuenca       | 2005        | 391          | 10          |          | 4                      | 51         | 4            | 14           | 118        |                              | 96                              | 68                         | 26                      |                                       |                           |                           |           |                       |                             |                            |
| Nacional     | 2005        | 8.166        | 386         |          | 54                     | 494        | 31           | 462          | 2.363      |                              | 813                             | 3.188                      | 375                     |                                       |                           |                           |           |                       |                             |                            |
| <b>Quito</b> | <b>2006</b> | <b>2.740</b> | <b>98</b>   |          | <b>43</b>              | <b>243</b> | <b>17</b>    | <b>87</b>    | <b>956</b> |                              | <b>361</b>                      | <b>772</b>                 | <b>163</b>              |                                       |                           |                           |           |                       |                             |                            |
| Guayaquil    | 2006        | 4.826        | 263         |          | 22                     | 278        | 12           | 251          | 1.453      |                              | 313                             | 2.028                      | 206                     |                                       |                           |                           |           |                       |                             |                            |
| Cuenca       | 2006        | 418          | 10          |          | 5                      | 53         | 3            | 14           | 114        |                              | 91                              | 98                         | 30                      |                                       |                           |                           |           |                       |                             |                            |
| Nacional     | 2006        | 8.821        | 451         |          | 84                     | 637        | 37           | 410          | 2.751      |                              | 931                             | 3.062                      | 458                     |                                       |                           |                           |           |                       |                             |                            |
| <b>Quito</b> | <b>2007</b> | <b>3.061</b> | <b>108</b>  | <b>4</b> | <b>61</b>              | <b>250</b> | <b>17</b>    | <b>155</b>   | <b>849</b> | <b>73</b>                    | <b>347</b>                      |                            |                         | <b>19</b>                             | <b>1.020</b>              | <b>2</b>                  | <b>34</b> | <b>57</b>             | <b>64</b>                   | <b>1</b>                   |
| Guayaquil    | 2007        | 4.888        | 264         | 75       | 28                     | 242        | 18           | 323          | 1.355      | 54                           | 314                             |                            |                         | 13                                    | 2.079                     | 7                         | 22        | 38                    | 56                          | 0                          |
| Cuenca       | 2007        | 496          | 18          | 0        | 2                      | 47         | 4            | 20           | 140        | 8                            | 98                              |                            |                         | 2                                     | 117                       | 0                         | 15        | 19                    | 6                           | 0                          |
| Nacional     | 2007        | 9.564        | 450         | 150      | 120                    | 614        | 47           | 622          | 2.588      | 147                          | 964                             |                            |                         | 40                                    | 3.439                     | 9                         | 97        | 134                   | 141                         | 2                          |
| <b>Quito</b> | <b>2008</b> | <b>3.126</b> | <b>123</b>  | <b>7</b> | <b>52</b>              | <b>248</b> | <b>10</b>    | <b>183</b>   | <b>974</b> | <b>97</b>                    | <b>345</b>                      |                            |                         | <b>17</b>                             | <b>911</b>                | <b>1</b>                  | <b>35</b> | <b>53</b>             | <b>69</b>                   | <b>1</b>                   |
| Guayaquil    | 2008        | 4.685        | 328         | 105      | 28                     | 231        | 20           | 302          | 1.259      | 60                           | 315                             |                            |                         | 16                                    | 1.868                     | 1                         | 29        | 58                    | 65                          | 0                          |
| Cuenca       | 2008        | 552          | 20          | 1        | 7                      | 68         | 5            | 30           | 170        | 12                           | 115                             |                            |                         | 8                                     | 95                        | 0                         | 2         | 15                    | 4                           | 0                          |
| Nacional     | 2008        | 9.677        | 552         | 198      | 110                    | 648        | 41           | 720          | 2.662      | 190                          | 1.064                           |                            |                         | 41                                    | 3.055                     | 2                         | 87        | 150                   | 156                         | 1                          |

Fuente: Superintendencia de Compañías. Elaboración: CONQUITO, Observatorio Económico de Quito.

De acuerdo con datos de la Superintendencia de Compañías a diciembre del año 2009 se estima que existían 40202 compañías en el Ecuador de las cuales se detalla el número de compañías por provincia en el siguiente cuadro:

**CUADRO N° 6**  
**NÚMERO TOTAL DE COMPAÑÍAS**  
A diciembre del 2009  
Por Provincia

| PROVINCIA                      | TOTAL         |
|--------------------------------|---------------|
| <b>COSTA</b>                   | <b>22.144</b> |
| EL ORO                         | 1.047         |
| ESMERALDAS                     | 138           |
| GUAYAS                         | 19.236        |
| LOS RIOS                       | 224           |
| MANABI                         | 1.293         |
| SANTA ELENA                    | 206           |
| <b>SIERRA</b>                  | <b>17.608</b> |
| AZUAY                          | 1.862         |
| BOLIVAR                        | 21            |
| CAÑAR                          | 155           |
| CARCHI                         | 73            |
| COTOPAXI                       | 269           |
| CHIMBORAZO                     | 204           |
| IMBABURA                       | 290           |
| LOJA                           | 395           |
| PICHINCHA                      | 13.355        |
| TUNGURAHUA                     | 655           |
| SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS | 329           |
| <b>ORIENTE</b>                 | <b>338</b>    |
| MORONA SANTIAGO                | 49            |
| NAPO                           | 35            |
| PASTAZA                        | 57            |
| ZAMORA CHINCHIPE               | 46            |
| SUCUMBIOS                      | 68            |
| ORELLANA                       | 83            |
| <b>INSULAR O GALAPAGOS</b>     | <b>112</b>    |
| GALAPAGOS                      | 112           |
| <b>Total Provincia</b>         | <b>40.202</b> |

Fuente y elaboración: Superintendencia de Compañías

Según datos de la Superintendencia de Compañías, hasta el año 2009 existían 8644 compañías constituidas en el cantón Quito, las cuales están segmentadas en función del capital suscrito, obteniéndose los siguientes grupos de empresas:

**Cuadro N°7**  
**Constituciones y domiciliaciones: segmentación por grupos<sup>40</sup>**

| GRUPOS DE EMPRESAS | MÁRGENES DE LOS RANGOS EN US\$ |
|--------------------|--------------------------------|
| MICROS             | 400                            |
| PEQUEÑAS           | 401 – 800                      |
| MEDIANAS           | 801 - 5.000                    |
| GRANDES            | 5.001 EN ADELANTE              |

Fuente y Elaboración: Superintendencia de Compañías.

De esta segmentación por grupos de las empresas se obtiene los siguientes resultados:

**Cuadro N° 8**  
**Síntesis de la segmentación por grupos empresariales**

| GRUPO DE EMPRESAS | No. Compañías en el Cantón Quito |          |          |
|-------------------|----------------------------------|----------|----------|
|                   | Año 2007                         | Año 2008 | Año 2009 |
| MICRO             | 980                              | 1.135    | 1314     |
| PEQUEÑAS          | 3.963                            | 4.468    | 4810     |
| MEDIANAS          | 1.589                            | 1.634    | 1876     |
| GRANDES           | 577                              | 526      | 644      |
| TOTAL             | 7.109                            | 7.763    | 8644     |

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaboración: La autora

<sup>40</sup> Análisis de inversión societaria 2007-2008, [www.supercias.gov.ec](http://www.supercias.gov.ec)

En el caso del MIPRO no dispone de registros actualizados hasta el año 2009, el registro mas reciente data del año 2002 en el que cuenta con 8.437 registros de empresas de las provincias de Pichincha, Tungurahua, Azuay, Manabí y Guayas.

### 2.2.2 Identificación de la Población de Estudio

De acuerdo a los datos obtenidos se puede establecer que desde el año 2005 hasta el año 2009 se han constituido en la superintendencia de Compañías alrededor de 12687 empresas en Quito, de las cuales en base al criterio de segmentación elaborado por la Superintendencia de Compañías (ver cuadro N°7) se podría determinar un estimado de:

**Cuadro N°9**

#### **Clasificación de Número de Compañías de acuerdo a su tamaño**

| GRUPO DE EMPRESAS | No. COMPAÑÍAS EN QUITO |
|-------------------|------------------------|
|                   | Año 2009               |
| MICRO             | 1802                   |
| PEQUEÑAS          | 7187                   |
| MEDIANAS          | 2753                   |
| GRANDES           | 945                    |
| TOTAL             | 12687                  |

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaboración: La autora

De acuerdo a esto nuestra población de estudio será de 9940<sup>41</sup> pequeñas y medianas empresas.

---

<sup>41</sup> Basado en datos proporcionados por la Superintendencia de Compañías

### 2.2.3 Determinación de la Muestra

Para establecer el tamaño de la muestra es necesario considerar los siguientes datos:

|   |  |   |
|---|--|---|
| N | Población  | 9940 pequeñas y medianas empresas existentes en Quito |
| Z | Nivel de Confianza                                   | 95% → 1.96  |
| E | Grado de error o margen de error dispuesto a tolerar | 5%  |
| P | Probabilidad de acceso a ser escogido                | 50%   |
| Q | Corrección de la probabilidad q= 1-p                 | 50%   |

La población a estudiar es de 9940 pequeñas y medianas empresas existentes en Quito, dado que la población es superior a 5000, se trata de una población infinita por tanto el cálculo de la muestra se hará por medio de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 pq}{E^2}$$

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

$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$n = 385 \longrightarrow \text{Corresponde al número de pymes que deberán encuestarse.}$$

La toma de la muestra en la ciudad de Quito será por muestreo aleatorio estratificado, puesto que la población total de empresas está dividida en subgrupos que deben ser considerados con el fin de garantizar su representación. Para determinar la estructura muestral por estrato correspondiente a la composición de la población se hará uso de la siguiente fórmula:<sup>42</sup>

« <sup>42</sup> OROZCO, Arturo, *Investigación de Mercados*, Grupo Editorial Norma, 1999, p 234.



$$n_k = \frac{\text{Población del estrato}}{\text{Población total}} \times \text{Tamaño de la muestra}$$

Donde:

$n_k$  = Tamaño muestral del estrato

Cálculo del Estrato N° 1

$$n_k = \frac{7187}{9940} \times 385$$

$$n_k = 279$$

Cálculo del Estrato N° 2

$$n_k = \frac{2753}{9940} \times 385$$

$$n_k = 106$$

**Cuadro N° 10**  
**Composición del Tamaño de la Muestra según estrato**

| <b>Estrato</b> | <b>Grupo de Empresas</b> | <b>N° de Empresas</b> |        | <b>Tamaño de la Muestra</b> |
|----------------|--------------------------|-----------------------|--------|-----------------------------|
| <b>1</b>       | Pequeñas                 | 7187                  | 72,30% | <b>279</b>                  |
| <b>2</b>       | Medianas                 | 2753                  | 27,70% | <b>106</b>                  |
| <b>Total</b>   |                          | 9940                  | 100%   | <b>385</b>                  |

Elaboración: la Autora

Por lo tanto el total de pymes a encuestarse será de 385, compuesta de 279 pequeñas empresas y 106 medianas empresas.

Una vez determinado el tamaño de la muestra, es posible la aplicación del estudio a las pymes ubicadas en la ciudad de Quito; a continuación y en los capítulos siguientes se

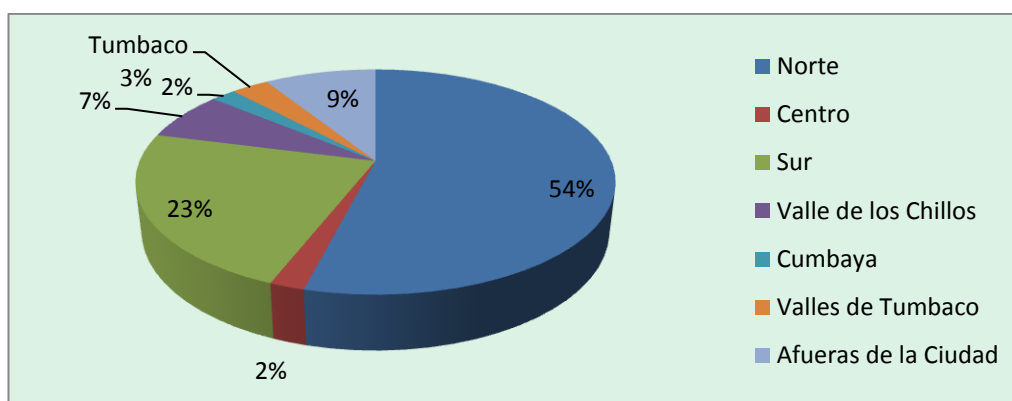
dará a conocer los resultados obtenidos del estudio de tal manera que nos permitan tener un acercamiento hacia la realidad que viven de las pymes.

## 2.3 Caracterización del mercado en el que operan las Pymes

### 2.3.1 Principales Sectores Geográficos en los que operan las pymes

Gráfico N°8

#### Sector Geográfico en el que operan las Pymes de la ciudad de Quito



Fuente: La Autora

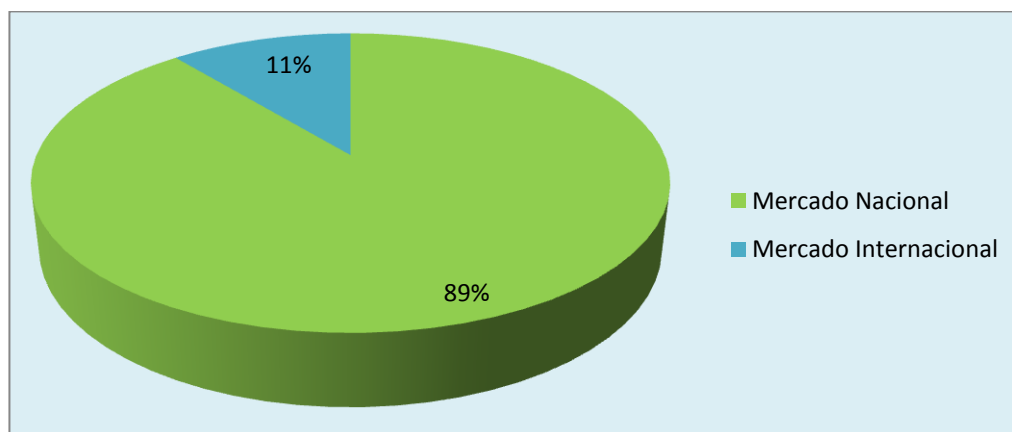
Como es posible apreciar el sector Norte de la ciudad de Quito acoge al 54% de establecimientos de las pequeñas y medianas empresas, esto debido a que buena parte de pymes están dedicadas a actividades manufactureras, por lo que exige el uso de espacio físico adecuado que les permita operar con normalidad actividades como transporte de mercadería, recepción de materia prima, operación de maquinaria, etc. Sectores como el Inca, Cotocollao, Comité del Pueblo, extendiéndose San Antonio de Pichincha constituyen lugares de mayor asentamiento de las pymes en el Sector Norte.

El sector Centro dada sus limitaciones urbanísticas no permite que se establezcan mayor número de pymes, por lo que el porcentaje de ubicación en este sector es de apenas el 2%, de las cuales en su mayoría se dedican a la actividad comercial, al sur de la ciudad se encuentran asentadas alrededor del 23% de pymes dedicadas tanto a la actividad manufacturera así como comercial, en cuanto a los valles y afueras de la ciudad en conjunto muestran un 21 % de asentamiento de pymes, donde lugares como Puenbo,

Pifo, Yaruquí corresponden a lugares fuera de la ciudad cuya principal actividad es la agricultura.

### 2.3.2 Principales destinos de venta

**Gráfico N° 9**  
**Mercado de destino de ventas de las pymes**



Fuente: La Autora

Se observa que el 11% de pymes tienen un mercado constituido por las exportaciones y el 89% restante destinan sus ventas solo al mercado nacional. En lo que al mercado interno se refiere los pequeños y medianos empresarios muestran una diversificada cadena de comercialización, donde sus principales clientes constituyen: los compradores directos, distribuidores, otras empresas e instituciones públicas (ver grafico n° 10).

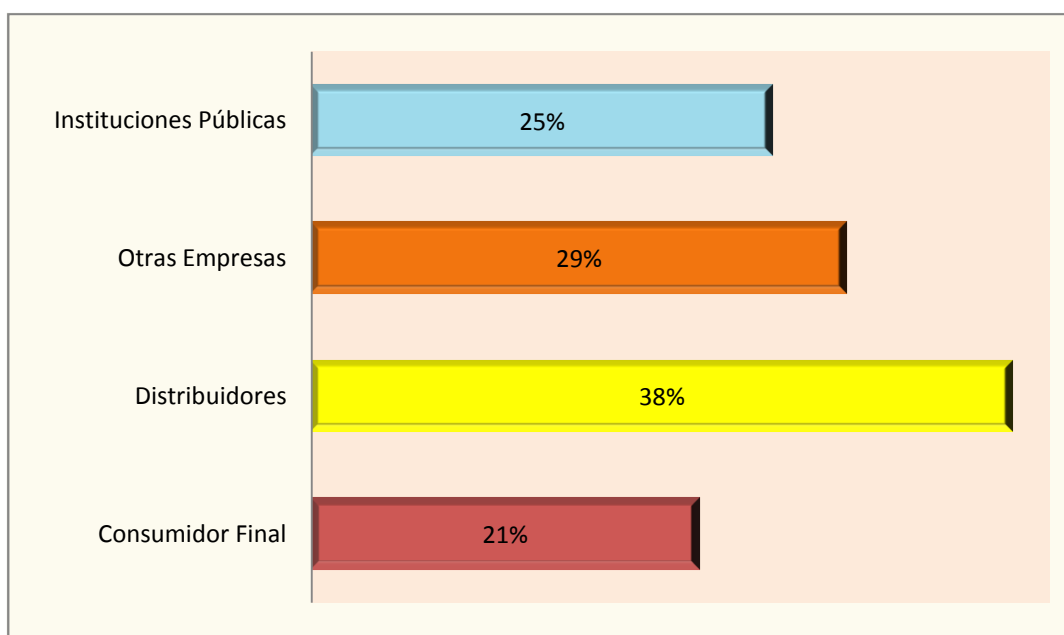
El 38% de pymes encuestadas aseguran que sus principales ventas lo hacen a través de distribuidores y tan solo un 21% afirman que las ventas a consumidores finales constituyen uno de sus principales compradores, las empresas explican que esta tendencia se debe a que vender a través de distribuidores requiere incurrir en menores costos y ofrece la posibilidad de poder vender en mayor volumen.

Para llegar al consumidor final se requiere incurrir en mayores gastos de comercialización como adecuar un local, vendedores, transporte, etc. inversión que muchas veces no es cubierta por la demanda del producto por parte del consumidor final, las empresas destinan parte de su producción para venta directa desde sus talleres o fabricas al consumidor final, pero se da mayor prioridad a establecer relaciones comerciales con otras instituciones que representen un mayor incremento en el volumen de sus ventas como son otras empresas y distribuidores.

El 29% de pymes tienen entre sus principales compradores a otras empresas, ellos aseguran que este tipo de clientes representan una gran oportunidad de desarrollo para las pymes puesto que no solo representan ventas en mayor volumen, además debido a los requerimientos en calidad, características y tiempos de entrega del producto obliga a que las pymes deban mejorar sus procesos para poder responder a los requerimientos de este tipo de clientes.

Por su parte las instituciones públicas representan el 25% como principales clientes para las pymes, este sector también representa una fuerte oportunidad de comercio para las pymes puesto que el gobierno viene impulsando el programa de compras públicas, dando especial prioridad a las mypymes para ser proveedoras de productos solicitados por las diferentes instituciones públicas.

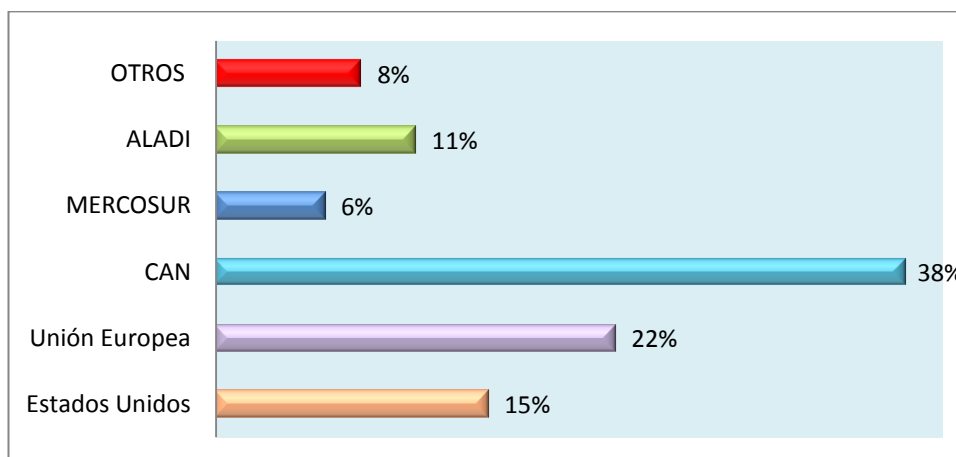
**Gráfico N°10**  
**Principales Clientes**



Fuente: La Autora

**Gráfico N° 11**

**Principales destinos de venta del Mercado Internacional**



Fuente: La Autora

La mayor concentración de exportaciones de las pymes está dirigida a la CAN, esto debido principalmente a que el Ecuador como miembro de la Comunidad Andina, mantiene acuerdos comerciales y de cooperación que permite el libre acceso de sus productos a los otros países miembros, esto fomenta un mayor intercambio comercial, además la cercanía geográfica y las estrechas relaciones políticas y sociales entre los otros países miembros favorecen el intercambio de bienes y servicios.

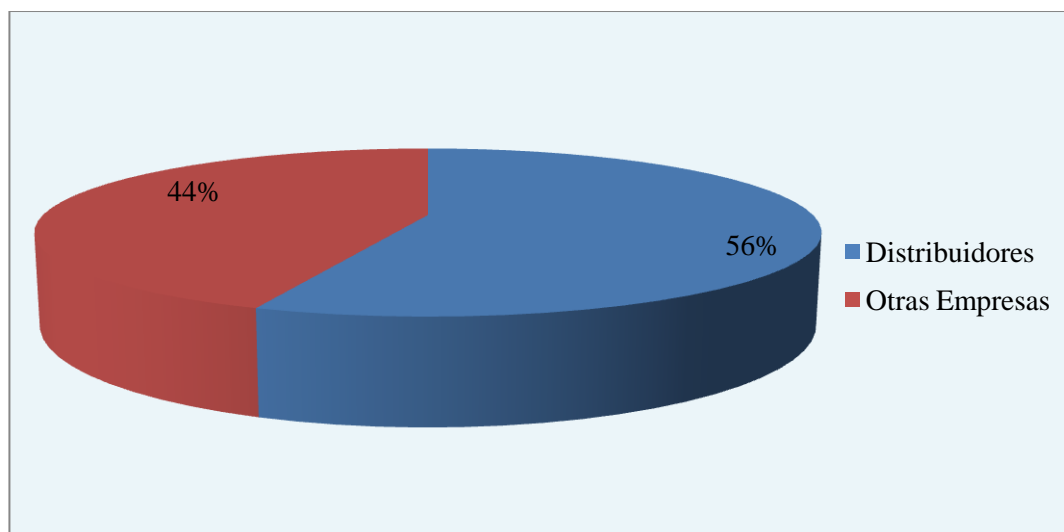
La Unión Europea, Estados Unidos y la ALADI constituyen otros destinos importantes para la exportación de los productos de las pymes, los cuales además representan una importante oportunidad de expansión de mercados donde es necesario fortalecer acuerdos comerciales que permitan el libre acceso de productos ecuatorianos a estos mercados.

Las pymes exportan básicamente productos primarios y manufacturas, donde su principal carta de presentación en los mercados es la calidad del producto.

Los principales clientes en el mercado internacional lo constituyen distribuidores y otras empresas (ver gráfico n° 12) esta tendencia se puede atribuir a la posibilidad de que resulte más fácil incursionar en el mercado externo a través de la cooperación de contactos en el país de destino, quienes posiblemente pueden tener un mayor conocimiento acerca del funcionamiento del mercado en ese país.

**Gráfico N° 12**

**Principales clientes en el Mercado Internacional**



Fuente: La Autora

**2.3.3 Principales actividades a las que se dedican las pymes**

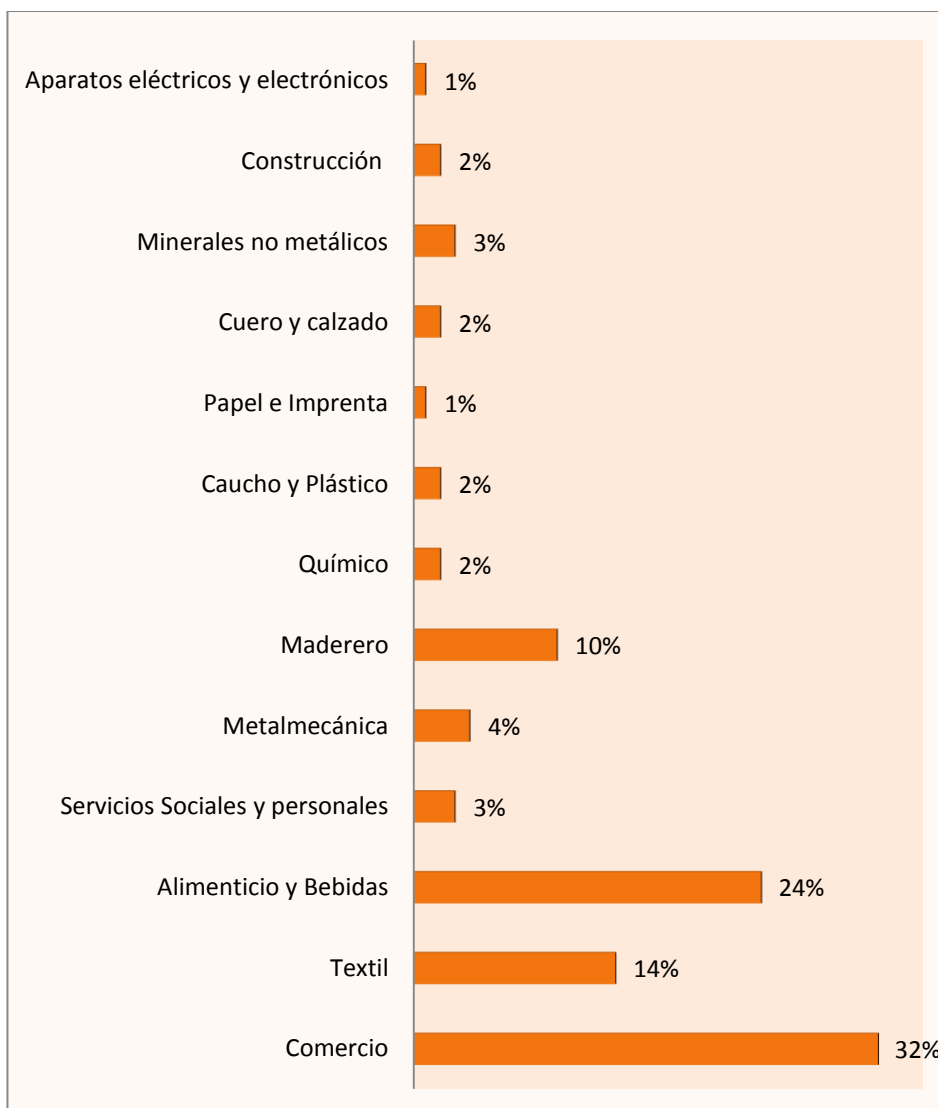
Los principales sectores de actividad de operación de las pymes son diversos pero resalta en mayor porcentaje las actividades de Comercio, 32%, Alimentos, 25%, y Textil, 14%.

Es posible apreciar que existe una fuerte actividad encaminada a la manufactura, lo que deja ver una fuerte iniciativa por parte de los pequeños y medianos empresarios a ofrecer productos con un mayor valor agregado, si bien las condiciones en que operan pueden limitar que se desarrolle todo su potencial, sectores del gobierno y sector privado no deben menospreciar este potencial que ofrecen las pymes.

Es posible que otorgándoles las herramientas tecnológicas, financieras, de asistencia técnica y capacitación las pymes constituyan un importante eje para el desarrollo productivo del país.

**Gráfico N° 13**

**Principales Actividades a las que se dedican las PYMES**



Fuente: La Autora

**2.4 Política Gubernamental**

Las pymes constituyen un importante sector productivo del país ya que son fuentes generadoras de empleo e ingreso, sus principales actividades están encaminadas en la generación de productos manufacturados, lo que muestra su iniciativa para la generación de productos con mayor valor agregado, sin embargo es preciso el crear las condiciones necesarias para que estas puedan aprovechar todo su potencial productivo. El gobierno constituye sujeto importante para el fortalecimiento e incentivo de las pymes mediante el establecimiento de políticas que fomenten el desarrollo de este

sector, así como la definición de un marco jurídico que permita la participación en el mercado en condiciones equitativas.

Durante el periodo comprendido entre el año 2005 y 2009, se han establecido significativos avances en cuanto al establecimiento de lineamientos jurídicos necesarios para el apoyo del sector pyme, el cual a lo largo de su historia ha sido un sector relegado del que muy pocos se han preocupado por fomentar su desarrollo; el presente gobierno del Ec. Rafael Correa ha mostrado preocupación por establecer una normativa de fomento a la producción nacional, principalmente enfocado en los pequeños y medianos empresarios, entre sus principales iniciativas destaca: el programa FONDEPYME, promulgación de la Política Industrial del Ecuador 2008-2012, y la promoción del Código Orgánico de la Producción.

El Ministerio de Industrias y Productividad, -MIPRO-, es el ente gubernamental encargado de fomentar el desarrollo de la industria nacional; una de sus líneas prioritarias de acción institucional es el apoyo y acompañamiento a los micro, pequeños y medianos empresarios a través de la Subsecretaría de MIPYMES y Artesanías.

Uno de los principales ejes para el cumplimiento de su objetivo lo constituye el programa FONDEPYME, el cual busca contribuir a mejorar las condiciones de producción y competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas mediante el co-financiamiento de actividades como:<sup>43</sup>

- a) Asistencia Técnica.
- b) Mejoramiento del talento humano técnico o especializado dentro y fuera del Territorio Nacional.
- c) Iniciativa de Innovación y Transferencia Tecnológica.
- d) Apoyo a la Inversión en Equipamiento e Infraestructura Productivos.
- e) Apoyo al desarrollo comercial y acceso a mercados.

---

<sup>43</sup> MIPRO, FONDEPYME Socios en el desarrollo



Por otro lado la aprobación del el 12 de noviembre del 2008, el Presidente de la República, aprobó el texto de la Política Industrial del Ecuador 2008 – 2012, en el cual se establece lineamientos necesarios para promover el desarrollo del sector productivo y el mejoramiento de las condiciones de vida de la población. El Ministerio de Industrias y Competitividad es la institución a cargo de la ejecución y difusión de la política industrial.

La ausencia de políticas públicas claras de desarrollo industrial, así como los incipientes resultados de las leyes de fomento a la industria incentivaron la creación de la política industrial, sus objetivos principales son el reactivar el aparato productivo e impulsar la competitividad y productividad industrial.

Mencionada política industrial señala: “Impulsar a las micro, pequeñas y medianas empresas, artesanos y empresas de economía social y solidaria;”<sup>44</sup> para lo cual establece estrategias tales como:

- Impulsar la demanda interna de bienes y servicios producidos por las micro, pequeñas y medianas empresas mediante el Sistema de Compras Públicas.
- Establecer líneas de crédito y productos financieros con condiciones especiales para MIPYMES.
- Generar incentivos para canalizar recursos hacia inversión productiva.
- Fomentar la generación de redes asociativas para alcanzar economías de escala destinadas a mejorar la productividad y la inserción en el mercado internacional.

En cuanto al Código Orgánico de la Producción, aprobado por la Asamblea Nacional Constituyente el 22 de diciembre del 2010, busca reforzar las acciones ya emprendidas por el gobierno, a través de la dotación de un marco jurídico confiable que permita el desarrollo de la actividad productiva del país.

En el primer capítulo del presente estudio se mencionó los principales beneficios que el Código Orgánico de la Producción otorga a las pymes, de igual forma se ha puesto en

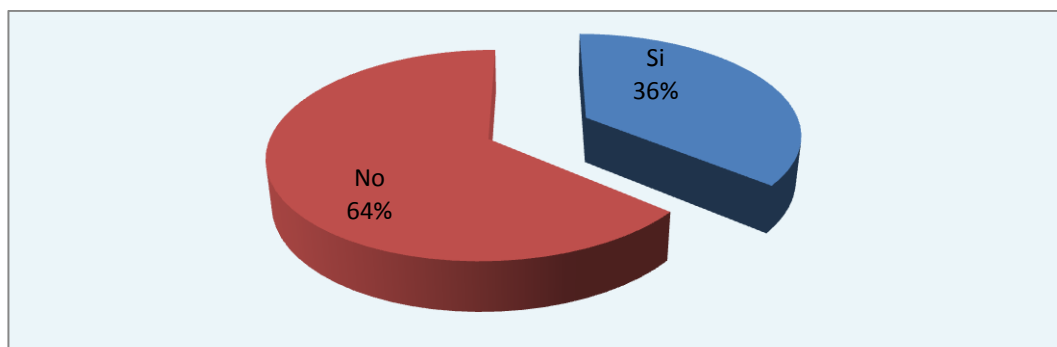
---

<sup>44</sup> Política Industrial del Ecuador, Registro Oficial 535, Quito 26 de febrero de 2009, Cap. 2 Políticas

consideración los principales beneficios que el gobierno busca otorgar a los pequeños y medianos empresarios sin embargo muchos de los esfuerzos por apoyar e incentivar a las pymes se han visto reducidos debido al desconocimiento de los pequeños y medianos empresarios tienen para acceder a estos beneficios, del estudio aplicado se obtuvo que el 36% de los encuestados se habían beneficiado de algunos de los programas de apoyo existentes por parte del Estado.

**Grafico N° 14**

**Nivel de acceso de las pymes a programas de apoyo**

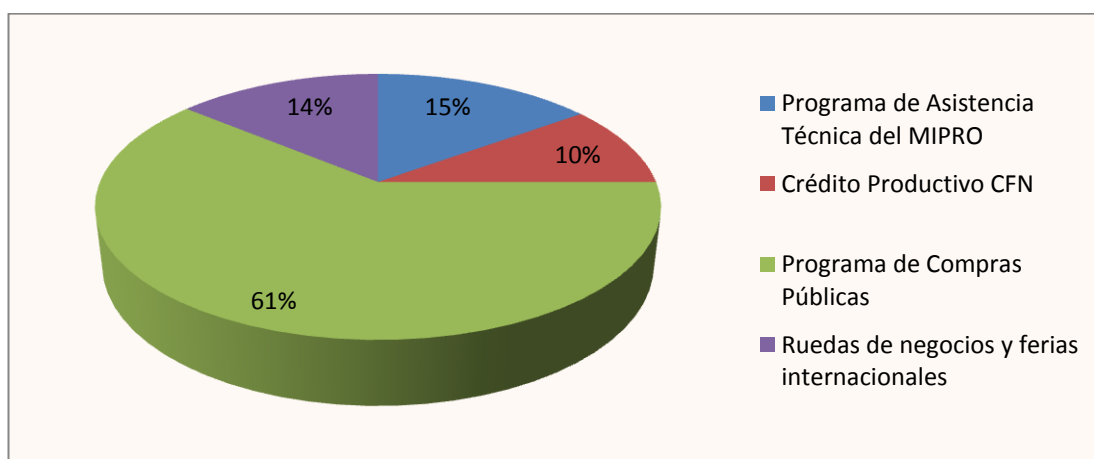


Fuente: La Autora

Entre los principales beneficios a los que se han acogido destacan principalmente (ver grafico n°15): programa de asistencia técnica del MIPRO, acceso a crédito productivo de la CFN, acogida al programa de compras estatales y la participación en ferias internacionales o ruedas de negocios.

**Gráfico N° 15**

**Principales programas del que se han beneficiado las pymes**



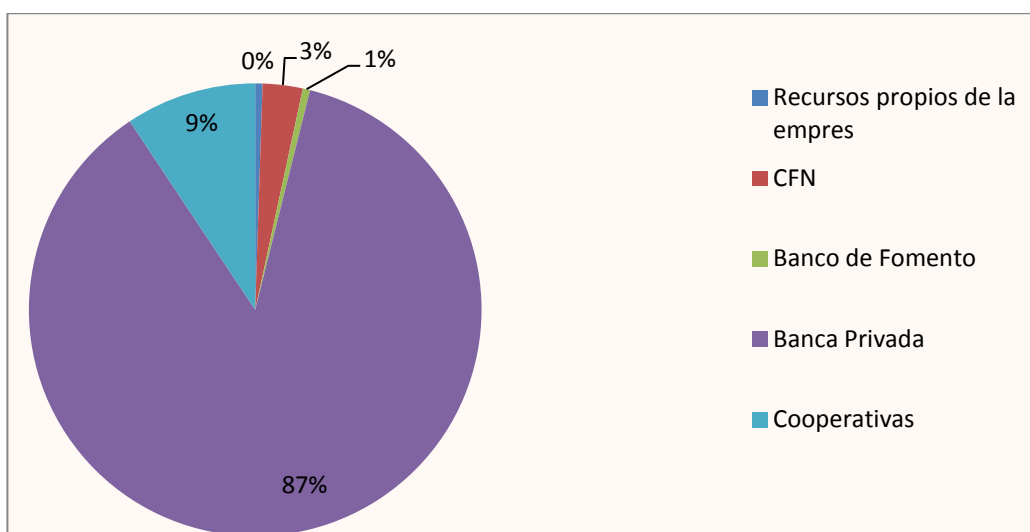
Fuente: La Autora

Este hecho nos permite apreciar que resulta ineficaz la positiva iniciativa del Estado, al beneficiarse apenas el 36% de pymes, entre las principales razones del porque no se acogen a los programas de apoyo destacan el desconocimiento de la existencia de programas y beneficios otorgados por el gobierno, así como la falta de información en cuanto a requisitos y trámites necesarios para acceder a estos programas.

## 2.5 Marco de financiamiento para las Pymes

Grafico N° 16

Principales fuentes de financiamiento para las Pymes



Fuente: La Autora

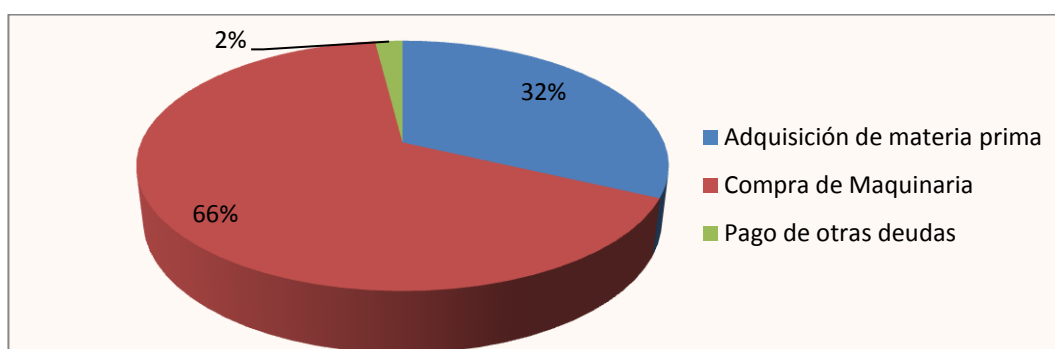
La principal fuente de financiamiento para las pymes lo constituye la banca privada, los encuestados manifestaron que en gran parte su preferencia hacia este sector se debe a la facilidad e inmediatez con que se puede agilizar el crédito, los requisitos exigidos consisten principalmente en documentos de certificación del negocio y que den cuenta de su situación económica y financiera (facturas de compra a sus proveedores, Balance General y Estados de Pérdidas y Ganancias actualizados, Fotocopia del Registro Único Contribuyente, referencias bancarias y comerciales, etc); además de la flexibilización de los requisitos de acceso al crédito, este ha ido acompañada de un servicio puerta a puerta, donde los agentes de extensión del crédito llegan a tener un conocimiento muy cercano de cada cliente y del lugar en el que ejerce sus actividades. Este de tipo de facilidades conlleva mayores costos de operación, en consecuencia el cobro mayores

tasas de interés sin embargo los usuarios del crédito prefieren pagar un poco más a cambio de la agilización inmediata del crédito.

La banca pública por su parte ofrece tasa de interés menores respecto a la banca privada, e incluso mejores plazos y condiciones de pago sin embargo los empresarios se ven desanimados a beneficiarse de estos créditos debido a que consideran una excesiva demora en la concesión del crédito, además de engorrosos trámites; es así que apenas el 3,38% de los encuestados afirman recurrir a la banca pública como fuente principal de financiamiento.

**Grafico N° 17**

**Principales actividades financiadas por los créditos**



Fuente: La Autora

Las principales actividades para las que se requiere de financiamiento son para la adquisición de maquinaria, lo que deja ver una tendencia de endeudamiento en el largo plazo por parte de las pymes.

## 2.6 Principales barreras que enfrentan las Pymes

### 2.6.1 Barreras internas

Estas debilidades se originan en gran medida porque las Pymes generalmente suelen ser negocios nuevos y de alto riesgo.

- **Sensibilidad a los entornos negativos:** las PYMES son más susceptibles a los súbitos cambios del entorno que les rodea, competencia agresiva,

aceleración de la carrera tecnológica, los cuales al no ser afrontados de manera oportuna pueden llevar a la suspensión de actividades.

- **Falta de información:** las PYMES cuentan con menor información del mercado en el que operan debido a que en su mayoría acuden a fuentes de información secundaria, las cuales proveen información muy general que no permite establecer un conocimiento confiable, detallado y oportuno del entorno competitivo en el que se desenvuelven.
- **Problemas de volumen:** Operan con volúmenes limitados por debajo de la economía de escala lo que no les permite competir con productos y precios más competitivos.
- **Retraso Tecnológico:** una buena idea de producto puede verse limitada por falta de recursos, puesto que producir productos innovadores en muchas ocasiones también requiere de inversión en nueva maquinaria y equipo, por lo que invertir en crear un nuevo producto resulta más riesgoso para las PYMES. Por otro lado también puede deberse a que no existe información y conocimiento sobre tecnologías viables con las que puedan operar las PYMES.
- **Dificultades de acceso al financiamiento:** las instituciones financieras miran a las PYMES como agentes de mayor riesgo debido a que cuentan con poca información disponible, información contable y financiera que no está sujeta a las normas establecidas, etc. por lo que para acceder a un crédito deben pagar mayores costos crediticios.
- **Carencia Estratégica:** un considerable porcentaje de las pequeñas y medianas empresas no poseen conocimiento acerca de administrar un negocio, sus decisiones están basadas en el día a día, sin previsión, ni definición de un plan estratégico.
- **Falta de recursos humanos especializados:** el personal de las PYMES en su mayoría no cuentan con la debida capacitación y calificación lo que a su vez afecta al funcionamiento del negocio.

- **Bajo nivel asociativo:** desaprovecha la posibilidad de incorporar conocimientos y experiencias de terceros, no está abierta a integrarse a otras firmas similares que en conjunto podrían lograr mayores beneficios. Las empresas que pueden mantenerse y trabajar juntas por un proyecto en común pueden encontrar espacios importantes en el mercado, en la producción, en los procesos, en el aprovisionamiento de materias primas, etc.
- **Baja calidad e innovación de sus productos:** esto debido a que existe un bajo desarrollo de sistemas de control de calidad que permitan controlar la calidad del producto que se ofrecerá al mercado.

### 2.5.2 Barreras Externas

- Ausencia de legislación actualizada para las pymes: no se ha establecido una normativa específica para las pymes, donde se pueda aprovechar su potencial.
- Inexistencia de política de crédito que fomente la inversión en actividades productivas de mediano y largo plazo, puesto que las líneas de crédito existentes para este sector no ofrecen las condiciones apropiadas para su desarrollo.
- Falta de información actualizada y especializada del sector: la información existente acerca del sector PYME es escasa y desactualizada por lo que no se puede establecer de manera precisa cifras acerca de cómo evoluciona este sector lo que dificulta el otorgamiento eficiente de recursos provenientes del Estado o de instituciones privadas nacionales e internacionales; al no contar con información desagregada del sector es más difícil destinarse los fondos a los sectores que realmente tienen potencial.
- Desconocimiento de normas y estándares por parte de los pequeños y medianos empresarios.
- Falta de difusión de las acciones emprendidas a favor de las pymes, lo que impide que se pueda lograr una mayor cobertura del sector.

- No existe política crediticia de parte de los bancos que facilite el acceso de las pymes, las pymes al ser consideradas agentes de alto riesgo se les exige mayores garantías y se cobra una mayor tasa de interés, además que las condiciones de plazo, monto, pago no son las más ventajosas para las pymes.

## CAPITULO III

### SITUACIÓN COMPETITIVA DE LAS PYMES

#### 3.1 Factores competitivos de las Pymes

En la actualidad las empresas, sean estas grandes o pequeñas, deben enfrentar mayores retos en un escenario mundial de constantes cambios, economía más liberal, un mercado globalizado en el que los clientes son cada vez más exigentes y difíciles de satisfacer; esto ha llevado a las organizaciones a replantear su forma de gestión. Las empresas han debido ampliar su enfoque de producir y vender un producto a ofrecer también calidad y servicio en el producto a través de procesos productivos más eficientes.

Las PYMES no están ajenas a esta realidad e incluso son más vulnerables a los vertiginosos cambios que se producen en el macro entorno, por lo que mejorar su competitividad constituye un eje fundamental para su desarrollo y éxito.

La competitividad tiene que ver con la capacidad de la empresa en hacer frente a sus competidores específicos, vía precio y calidad del producto final. Una empresa puede asumir que es competitiva cuando los productos y servicios que ofrece en los mercados son superiores a los de la competencia, cuenta con una clara ventaja competitiva que es percibida por el cliente.

La ventaja competitiva está dada por las fortalezas que posee una empresa y que su competencia no puede igualar o imitar fácilmente; las ventajas competitivas se crean a partir de la diferenciación del producto y de la reducción de costos mediante la inversión en recursos humanos, tecnología, la capacidad de innovación, infraestructura especializada, etc. Las ventajas competitivas son únicas y es difícil que los competidores puedan replicarlas o acceder a ellas, puesto que además de responder a las necesidades particulares de una empresa en concreto, requieren de inversiones considerables y continuas para mantenerlas y mejorarlas.

Los factores que determinan la competitividad en una PYME contribuyen en la dotación de recursos y habilidades adecuadas para el mantenimiento y desarrollo de nuevas ventajas competitivas en la empresa. Mediante el uso de estos factores se contribuye al mejoramiento de la competitividad de un Pyme permitiendo que esta se acople al entorno dinámico actual que le rodea. Estos factores competitivos son:



- « Talento Humano
- « Tecnología
- « Calidad en el producto
- « Gestión administrativa

### **3.1.1 El Talento Humano de las PYMES**

Las personas juegan un papel importante en la competitividad de las empresas; en las PYMES especialmente en el inicio de su vida empresarial el gerente o dueño del negocio tiene una amplia participación tanto en la administración como en las operaciones de la empresa, por lo que su formación académica y técnica, experiencia, así como de su equipo administrativo influyen de manera determinante en la supervivencia, crecimiento y desempeño de la misma.

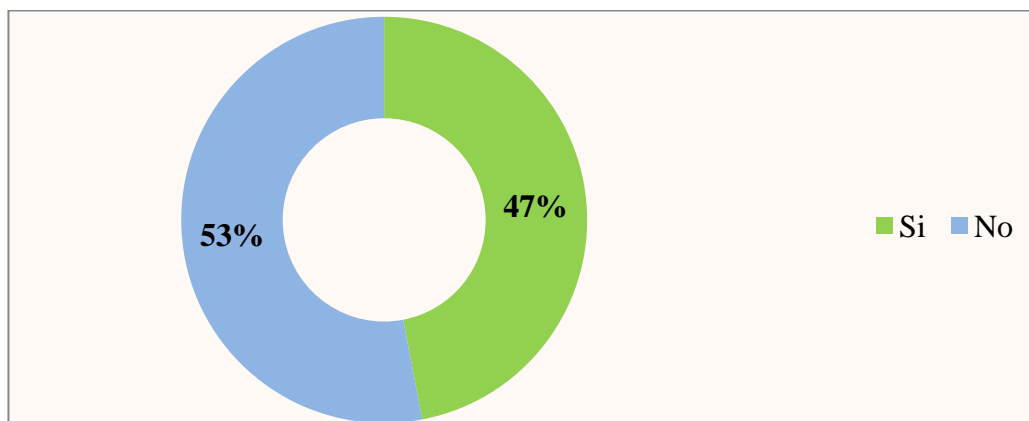
El personal de una empresa constituye su alma misma puesto que desde la toma de decisiones, hasta la ejecución de las mismas es llevada a cabo por las personas que laboran dentro de una organización.

El talento humano es un factor clave dentro de la competitividad de una empresa, sin embargo este talento humano debe estar debidamente capacitado y calificado para responder adecuadamente a las actividades estratégicas y operativas de la empresa, puesto que de nada sirve dotar de lo mejor y más actualizado en herramientas tecnológicas si el personal no sabe cómo hacer uso de las mismas, por lo que es necesario dotar al personal de formación y motivación permanente de tal manera que este pueda responder de manera adecuada a los nuevos desafíos que se le presentan y sean generadores de innovación para sus organizaciones. El talento humano continúa siendo clave dentro de toda organización y no puede ser substituido por ninguna tecnología.

Sin embargo las pymes no han concientizado acerca del verdadero valor que tiene el personal dentro de la organización, los dueños o administradores de las pequeñas y medianas empresas aún miran a la capacitación y formación de su personal como un gasto y no como una inversión para su empresa que incide en la mejora de procesos, calidad y desarrollo de productos.

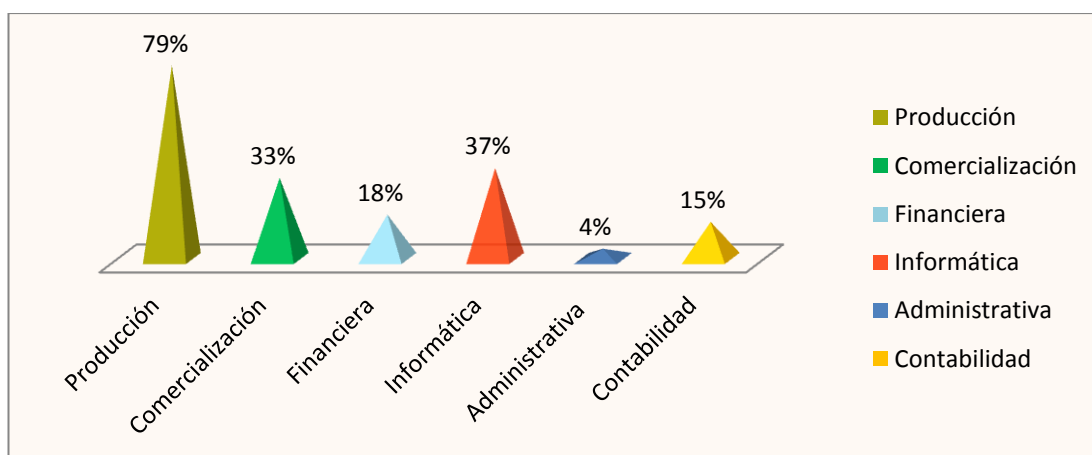
La capacitación impartida por las pymes en términos generales está orientada a áreas de producción, comercialización, financiera, informática, contabilidad y administrativa. La capacitación es otorgada principalmente a personal de mandos medios como supervisores o jefes de departamentos.

**Cuadro N°18**  
**Porcentaje de Capacitación impartida en las PYMES**



Fuente: La Autora

**Gráfico N° 19**  
**Principales Áreas de Capacitación**



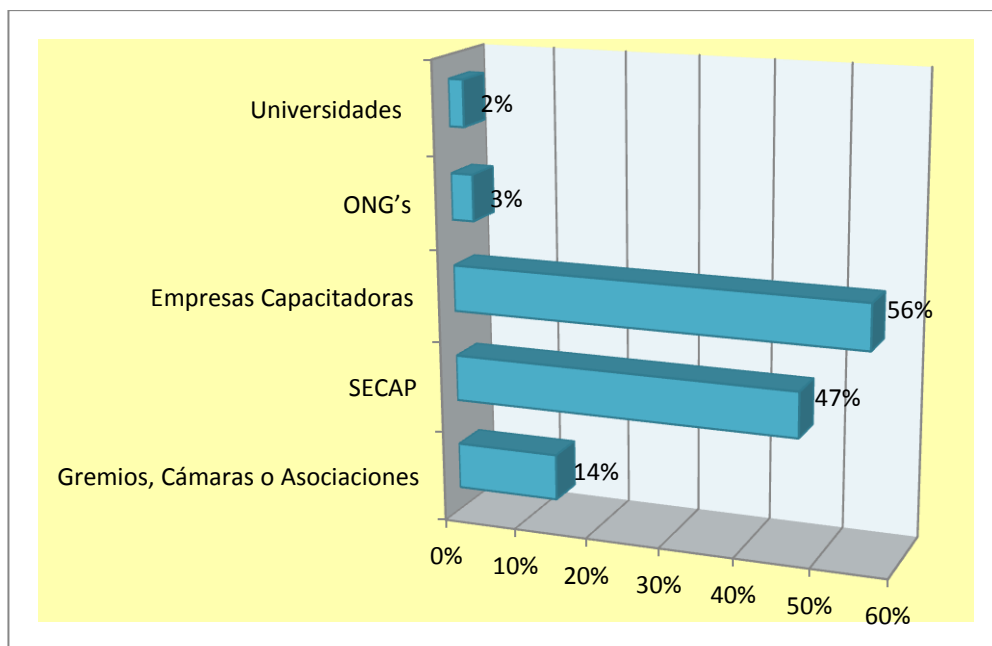
Fuente: La Autora

Las principales fuentes de capacitación lo constituyen empresas especializadas de capacitación, 56%, el SECAP, 47%, la participación de ONG's y universidades es de apenas el 3% y 2% respectivamente, se puede atribuir este menor porcentaje debido al

desconocimiento de los servicios de capacitación que pueden ofrecer estas instituciones, de igual forma los gremios, asociaciones y cámaras muestran una participación del 14% en la capacitación, este porcentaje corresponde en su mayoría al uso que hacen de este servicio los afiliados a estas instituciones.

**Gráfico N° 20**

**Principales Fuentes de Capacitación**



Fuente: La Autora

**3.1.2 La tecnología en las pymes**

En la actualidad la integración entre tecnología y negocio permite la generación de valor y la competitividad de una empresa, puesto que la tecnología es necesaria para innovar, para integrar los procesos de la empresa y para transformar el conjunto de la organización.

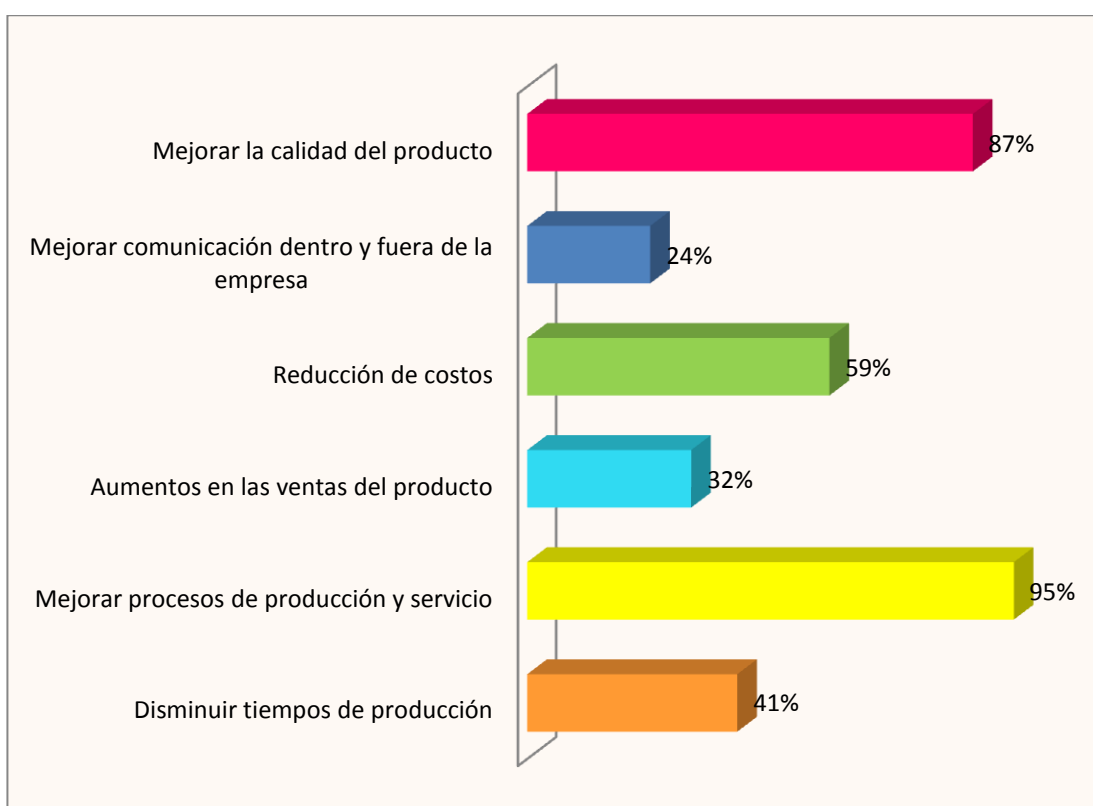
No se trata solo de dotar de tecnología de última generación a una organización, sino de integrar a la empresa aquella tecnología que más se acople a las necesidades de la organización de manera que puedan constituir un verdadero instrumento de innovación, puesto que el verdadero valor de la tecnología radica en cómo esta facilita la mejora y optimización de sus procesos de negocio.

Una de las principales causas de atraso tecnológico en las PYMES constituye la falta de información acerca de la oferta tecnológica disponible, como acceder a ella, como utilizarla y cuáles son los beneficios de su uso, puesto que muchas veces no cuentan con la asesoría profesional necesaria para determinar el tipo de tecnología más acorde a sus necesidades.

### 3.1.2.1 Beneficios que aporta la tecnología

Gráfico N° 21

#### Principales Beneficios de la Tecnología



Fuente: La Autora

Entre los principales beneficios que la tecnología aporta, según lo consideran las pymes son:

- **Mejorar procesos de producción y servicio**

Ayuda a mejorar los tiempos de respuesta de los diferentes tipos de procesos que se involucran en la elaboración de algún bien o servicio, permitiendo que se agilicen los tiempos de espera, de entrega y los de respuesta por parte del cliente.

- **Reducción de costos**

La implementación de tecnología permite el ahorro en el consumo de recursos (energéticos, de personal, insumos, tiempo en los procesos que se refleja en los costos) ya que es posible hacer las mismas actividades con menores insumos o costos operativos más bajos, permitiendo ofrecer al mercado productos a precios más competitivos.

- **Mejorar calidad del producto**

La implementación de tecnología permite ofrecer a los clientes mejores productos a mejores precios, debido a que esta contribuye al uso eficiente de los recursos. Además con el uso de tecnologías de información es posible establecer una intercomunicación continua y directa con una serie de negocios, proveedores y clientes permitiendo, entregar al cliente un producto diferenciado acorde a las especificaciones y exigencias del cliente.

- **Aumento de Ventas**

El uso de la tecnología puede proveer al negocio con una ventaja competitiva frente a sus rivales ya que provee los beneficios antes descritos que se pueden traducir en mejor servicio al cliente. La rapidez con la que se desarrollan los procesos mejora el tiempo de entrega o de respuesta hacia el cliente posibilitando la preferencia y posible fidelización del cliente. Es así que la tecnología se convierte en una ventaja competitiva que puede ayudar al negocio a competir con otras empresas más grandes.

- **Mejorar comunicación dentro y fuera de la empresa**

Mediante el uso de tecnologías de información y comunicación es posible crear un mercado intercomunicado, donde participan una serie de negocios, proveedores y clientes, que permite establecer relaciones no solo comerciales sino de cooperación mutua entre estos actores.

### 3.1.2.2 Tipos de Tecnología

#### « Tecnologías duras

Consiste en las estructuras físicas y maquinaria que responden a unas necesidades específicas de la organización y cuyo principal objetivo es elevar el nivel competitivo y productivo de la misma.

#### « Tecnología blanda

“Tipo de tecnologías que hacen referencia a los conocimientos tecnológicos de tipo organizacional, administrativo y de comercialización. En otras palabras, hace referencia al know-how, las habilidades y las técnicas.”<sup>45</sup>

#### « Tecnologías de Información y Comunicación –TIC-

Las TIC son aquellos dispositivos, herramientas, equipos, programas informáticos y componentes electrónicos que capturan, transmiten y despliegan datos e información electrónica a través de las redes de telecomunicaciones que apoyan el crecimiento y desarrollo económico de cualquier tipo de organización.

“Las TIC incluyen conocidos servicios de telecomunicaciones tales como telefonía, telefonía móvil y fax, que se utilizan combinados con soporte físico y lógico para constituir la base de una gama de otros servicios, como el correo electrónico, la transferencia de archivos de una computadora a otra, y, en especial, Internet, que potencialmente permite que estén conectadas todas las computadoras, dando con ello acceso a fuentes de conocimiento e información almacenados en todo el mundo.”<sup>46</sup>

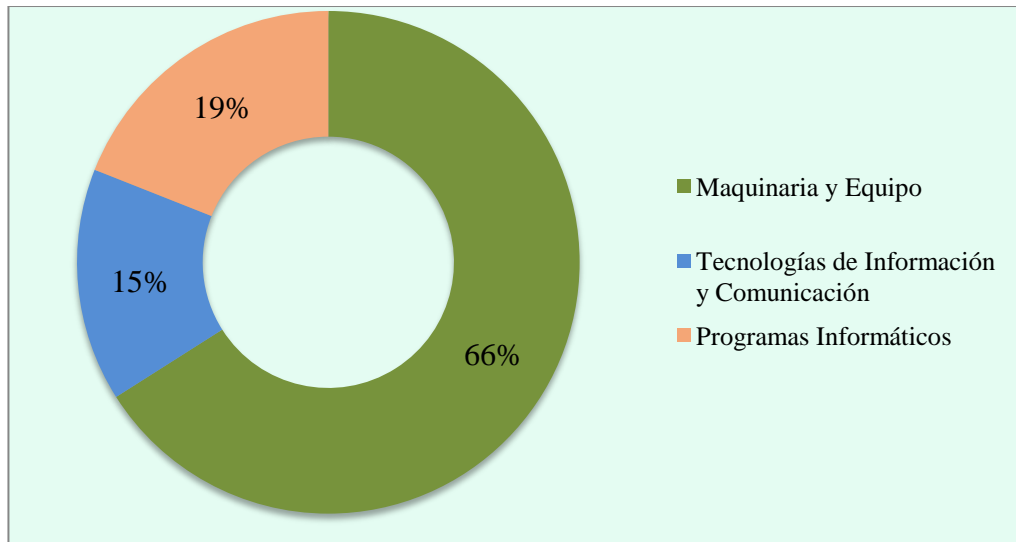
---

<sup>45</sup> s/n, Tecnología blanda, [www.wikipedia.org/wiki/Tecnología\\_adeuada](http://www.wikipedia.org/wiki/Tecnología_adeuada)

<sup>46</sup> LOPEZ, Hernando y CARRION, Hugo. *Tecnologías de información y comunicación en la competitividad de Quito*, CONQUITO, 2007, p23.

**Gráfico N° 22**

**Componente Tecnológico de las PYMES**



Fuente: La autora

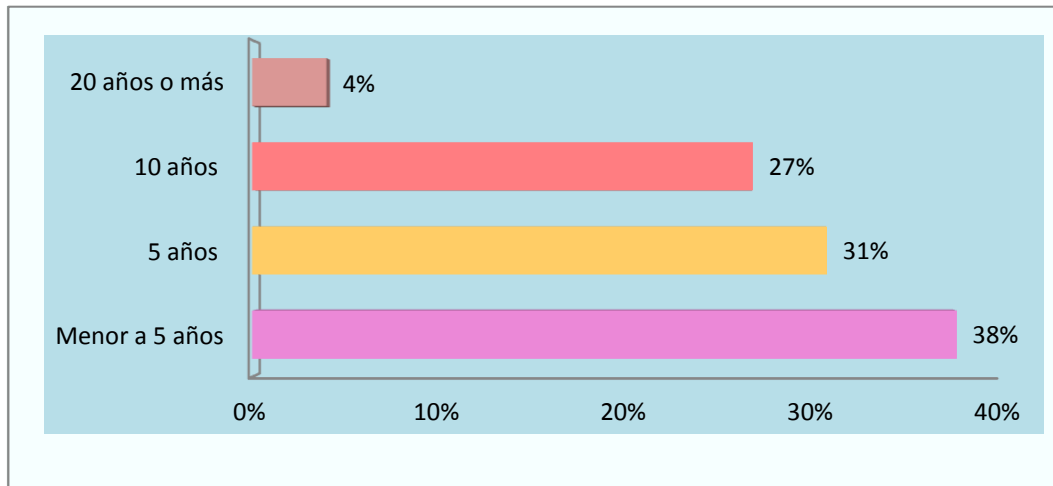
Las pymes consideran como su principal componente tecnológico la tecnología dura, es decir maquinaria y equipo, este hecho se debe a la fuerte actividad manufacturera a la que se dedican.

Las pymes no están relegadas a la era informática y han visto la necesidad de ayudarse en sus procesos con el uso de programas informáticos y software básicos como: hojas de cálculo, procesadores de texto, bases de datos, etc. sin embargo aún no han explotado el potencial que la tecnología de información y comunicación ofrece, es posible apreciar una renuencia a adaptarse a la era digital, esto debido en gran parte al desconocimiento y los costos que esto implica, sin embargo las pymes no pueden ser indiferentes a la competitividad global a la que están expuestas, deben comprender que el entorno competitivo ya no es solo local sino mundial, por lo que es necesario que estas se integren a la ola tecnológica de las comunicaciones e información, caso contrario están destinadas a desaparecer. Ese contacto con el mundo por medio de un ordenador se ha convertido en una necesidad a la cual no deben temer si no conocer, y aprovechar las oportunidades que esto le puede ofrecer.

La tecnología blanda, know-how, representa una oportunidad de ventaja competitiva para las empresas sin embargo el uso de esta en las pymes es aún incipiente.

**Gráfico N° 23**

**Años de la última adquisición de maquinaria**

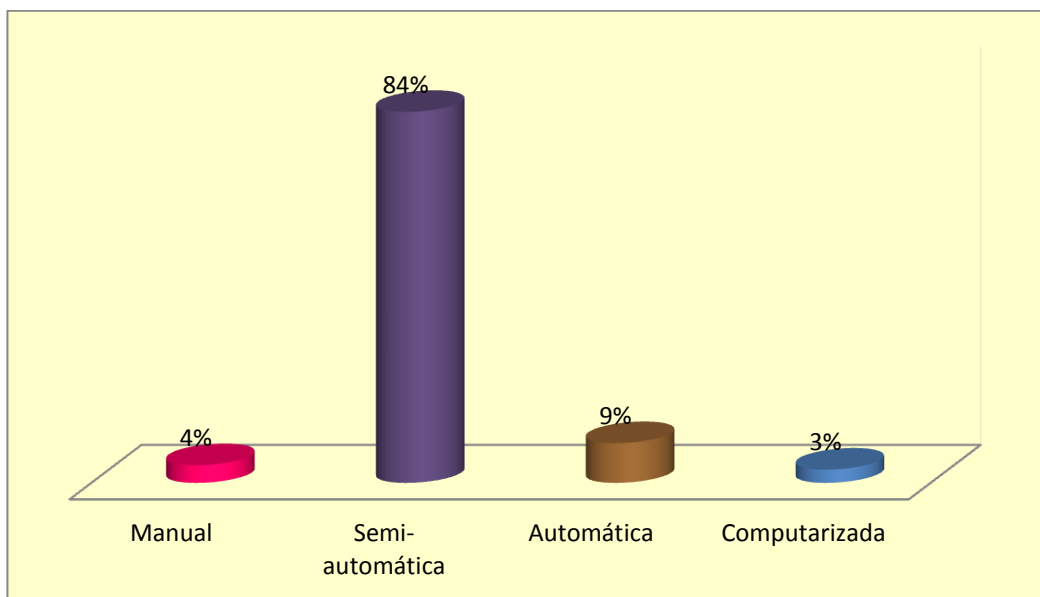


Fuente: La Autora

Se puede apreciar que los pequeños y medianos empresarios son conscientes de la necesidad de invertir en la renovación de su equipo productivo, el 38% afirma haber adquirido nueva maquinaria dentro de los últimos 5 años y el 31% hace más de 5 años; pese al elevado costo que representa la adquisición de un nuevo equipo o maquinaria los empresarios consideran que es una inversión necesaria para poder competir en el mercado con un mejor producto a menor costo.

**Grafico N° 24**

**Tipo de Equipamiento de la Empresa**



Fuente: La Autora

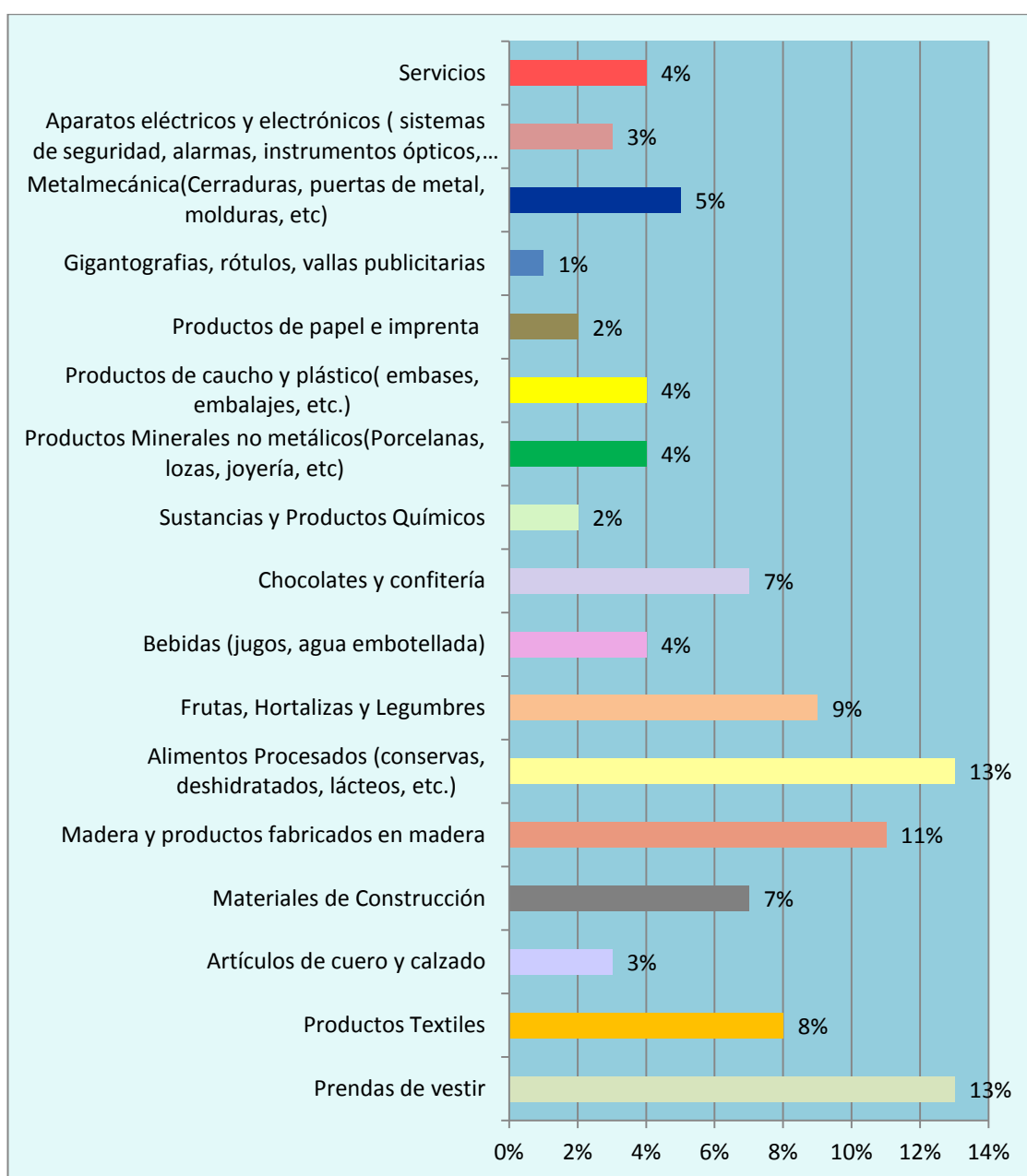


La mayor parte de pymes encuestadas, 84%, afirmaron operar con maquinaria semi-automática, lo cual nos deja ver si bien existe la preocupación por la modernización de su equipo productivo, esta aspiración se ve aplacada por los altos costos que puede requerir la adquisición de maquinaria automática o computarizada; por lo que si renuevan un equipo se ven obligados a sustituirlo por uno de similares características.

### 3.1.3 Producto

Gráfico N° 25

Clase de Producto ofrecidos por las PYMES



Fuente: La Autora

Es posible apreciar que los productos ofrecidos por las pymes en su mayoría son productos intermedios o de consumo final, es decir que han tenido un proceso de transformación, lo cual muestra un escenario alentador para el fortalecimiento de las pymes en el mercado, puesto que estas ya no solo ofrecen bienes primarios, si no que existe la iniciativa de transformar los bienes primarios en bienes finales, por lo que con el asesoramiento y acompañamiento adecuado las pymes pueden mejorar sustancialmente la oferta de su bienes y servicios ofrecidos.

### **Calidad en el producto**

Al hablar de calidad se hace referencia al conjunto de atributos o propiedades con que debe cumplir un objeto, en la actualidad los clientes son más exigentes y se muestran más interesados por el trabajo bien hecho y por la consideración de una serie de normas que aseguren la calidad del producto o servicio que reciben.

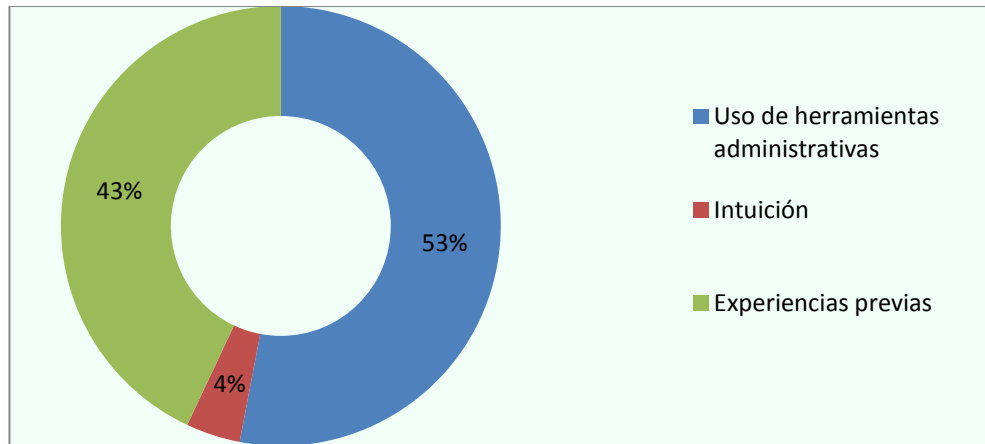
El desarrollo de un sistema de control de calidad en las PYMES es necesario para alcanzar óptimos niveles de competitividad y que sus productos puedan competir en el mercado nacional e internacional.

#### **3.1.4 Planeación Estratégica**

La planeación tiene por objeto fijar un curso concreto de acción para la empresa estableciendo los principios que habrán de orientarlos y la determinación del tiempo y los recursos necesarios para su realización final, sin embargo las PYMES pueden subestimar esta herramienta y actuar por simple impulso, o basado en experiencias anteriores no obstante el establecimiento de la misión, visión y objetivos y sobre todo las estrategias para lograrlos son elementos necesarios para su competitividad.

**Grafico N° 26**

**Modo de Toma de Decisiones en las PYMES**



Fuente: La Autora

El escenario que se observa es muy positivo, puesto que existe un elevado porcentaje de pymes que basan sus decisiones a través del uso de herramientas administrativas, el 53%, lo que deja ver que existe mayor conciencia acerca de la importancia de definir un plan estratégico, el cual define un camino de acción para la empresa, permite anticiparse al futuro considerando los posibles escenarios que puedan presentarse a fin de mitigar los impactos negativos que estos puedan traer de tal manera que la empresa pueda llegar al cumplimiento de sus metas.

Sin embargo existe un considerable 47% de pymes que basan sus decisiones ya sea por medio de la experiencia recabada a través de los años o por intuición, lo que deja un camino incierto a seguir que impide prepararse para los vertiginosos cambios que pueden darse en el escenario en que estas se desenvuelven, el no preparar un plan que considere los futuros cambios que pueden darse, es lo que hace que las pymes sean más susceptibles a los cambios repentinos de política económica, competencia agresiva, aceleración de la carrera tecnológica, etc.

### **3.2 Programas de apoyo al Sector PYME**

En el escenario socio-económico en el que vivimos, la globalización y dolarización generan presiones de competitividad importantes en las PYMES; estas se ven obligadas

a competir en mercados sumamente exigentes a nivel nacional e internacional, enfrentar la competencia de productos nacionales e importados.

Es necesario establecer un entorno adecuado para el fortalecimiento y desarrollo del sector PYME mediante la aplicación de medios para facilitar el acceso al crédito, mejorar la calidad de los programas de capacitación de los recursos humanos, impulsar el desarrollo de nuevas tecnologías, y adecuar el marco jurídico.

Es necesaria la unión de esfuerzos entre el Estado y el Sector Privado en la creación del entorno adecuado para la promoción del sector Pyme a fin de que sea posible explotar su potencial productivo y generador de empleo e ingreso. A continuación se revisará los programas de apoyo al sector PYME que se han llevado a cabo durante el período comprendido entre el año 2005 al 2009.

### **3.2.1 Papel del Gobierno**

El papel que cumple el Gobierno en la promoción del sector PYME es establecer los lineamientos de política pública necesarios para el desarrollo de este sector; en este sentido el presente gobierno de acuerdo a los lineamientos establecidos en el Plan Nacional del Buen Vivir, la Agenda de transformación Productiva y la Política Industrial fue creado el programa FONDEPYME.

El **FONDEPYME** es un programa con visión integral para el fomento y desarrollo de las PYMES, su objetivo es contribuir al mejoramiento de las condiciones y capacidades de las PYMES, ya sea asociada o de manera individual.

Mediante este programa se busca fomentar la producción y competitividad de las PYMES a través de la cooperación y asistencia en las siguientes actividades:

✂ **Capacitación y Asistencias Técnicas:** apoya en actividades de contratación de servicios de consultoría especializada para el mejoramiento de la gestión, productividad, calidad y comercialización. Entre las actividades imputables al cofinanciamiento del Programa están los siguientes gastos:

- a) Los gastos correspondientes a remuneraciones por consultorías acorde a los precios de mercado.

- b) Implementación de normas de calidad.
- c) Los costos asociados a la obtención de certificaciones.
- d) Procesos de mejoramiento productivo.
- e) Gastos correspondientes a formación y capacitación de recursos humanos.
- f) Gastos de pre-inversión referentes a los contemplados para la realización del proyecto.

**☞ Mejoramiento del talento humano dentro y fuera del Territorio Nacional:**

Fomenta actividades de entrenamiento y capacitación especializada para el personal administrativo y operativo de la PYME, además puede cubrir parte de los costos que incurran los beneficiarios en visitas a empresas, centros tecnológicos, exposiciones, ferias, ruedas de negocio u otra actividad en el extranjero, con el objetivo de adquirir nuevos conocimientos y aprendizajes aplicables a su realidad.

**☞ Apoyo en iniciativas de Innovación y Transferencia Tecnológica:**

Promueve el cofinanciamiento para cubrir parte de los costos del desarrollo o adaptación de nuevos productos o servicios, a nivel local, así como la incorporación de nuevos procesos productivos, que permitan mejorar sustancialmente la productividad de las MIPYMES y Artesanos, incluye también programas de transferencia tecnológica que permitan a los beneficiarios incorporar técnicas no conocidas o bien mejorar sustancialmente la eficiencia o rendimiento de sus procesos productivos.

**☞ Apoyo a la Inversión en Equipamiento e Infraestructura Productivos:**

Corresponde a la adquisición de equipamiento productivo, directamente vinculados a los objetivos del proyecto, únicamente para Unidades Productivas Asociativas o Redes de MIPYMES. Se reconocerán como valor imputable al cofinanciamiento del Programa no más de un 80% del valor de compra del activo.

- ☞ **Apoyo al desarrollo comercial y acceso a mercados:** Concierno al co financiamiento en ferias, ruedas de negocios en el Ecuador, facilitación de alianzas comerciales, ruedas de negocios y exposiciones privadas de productos ecuatorianos.

### 3.2.2 Rol del Sector Privado

En lo que respecta al sector privado se debe considerar a instituciones que de una u otra forma se han preocupado por el acompañamiento a las PYMES, entre estas destacan principalmente las siguientes instituciones:

#### ➤ CAPEIPI

La CAPEIPI, es una organización gremial sin fines de lucro, con personería jurídica que representa a los empresarios de la pequeña industria de Pichincha, su rol es ser el vocero y representante de los intereses de sus afiliados además han desarrollado programas específicos para prestar servicios a sus afiliados especialmente en:

- ☞ Relaciones Públicas de comunicación entre las cámaras y sus afiliados a través de informativos que hacen conocer las noticias más importantes del período, los pronunciamientos sobre temas de interés gremial, ofertas de capacitación, avisos clasificados, eventos programados, etc.
- ☞ Instituto de Capacitación de la Pequeña Industria en Pichincha.
- ☞ El Centro de Producción más Limpia, con sede en la Cámara de Pichincha y con participación de otras Cámaras y Universidades.
- ☞ La Corporación de Ferias que administra el Centro de Exposiciones de Quito.

#### ➤ FEDEXPOR

La Federación de Exportadores es una institución civil, privada, con finalidad social y pública, sin ánimo de lucro, cuya finalidad es el impulso de la actividad exportadora de valor agregado en el país mediante el impulso a la negociación de acuerdo comerciales,

diversificación de mercados y la satisfacción de las necesidades de la comunidad empresarial, a través de:

- ☞ La prestación de servicios especializados en temas de gestión para internacionalización.
- ☞ Capacitación en negocios internacionales.
- ☞ asistencia técnica enfocada a la competitividad, gestión de proyectos productivos y de desarrollo.

Uno de los principales programas que lleva a cabo en promoción de las PYMES, en cooperación con organismos internacionales y nacionales es el programa AL-INVEST.

### **AL-INVEST**

Es un programa de cooperación cofinanciado por la Unión Europea su fin es apoyar el proceso de internacionalización de las PYMES mediante un conjunto de instrumentos y herramientas que les permitan fortalecer su presencia en los mercados europeos.

Este programa busca contribuir para que PYMES latinoamericanas sean el motor del desarrollo local mediante el aprovechamiento de las oportunidades de la globalización, la integración regional, los acuerdos comerciales y la cooperación empresarial con los países de la Unión Europea.

El Programa AL INVEST está aportando los siguientes beneficios a las PYMES latinoamericanas:

- ✓ Desarrollo comercial mediante la organización de encuentros empresariales entre la Unión Europea y América Latina para que las PYMES se encuentren, se conozcan y realicen negocios.
- ✓ Apoyo a la internacionalización de las PYMES latinoamericanas para lo que se planifican visitas a ferias, ruedas de negocios, visitas técnicas y otros mecanismos que efectivicen los resultados y la concreción de negocios. En 2009 se organizó la primera Convención Nacional de Exportadores y la rueda

de negocios entre empresarios ecuatorianos con importadores europeos de alimentos.

- ✓ Colaboración con los organismos intermedios de representación de las PYMES.
- ✓ Facilidad de intercambios comerciales entre las PYMES latinoamericanas y europeas.
- ✓ Fortalecimiento de la capacidad de las asociaciones empresariales.
- ✓ Cultura de negocios común entre América Latina y la Unión Europea

La ejecución del Programa está a cargo de tres consorcios latinoamericanos:

- ℵ El consorcio Centroamérica, México y Cuba.
- ℵ El consorcio de la Región Andina del que nuestro país forma parte.
- ℵ El consorcio del Mercosur, Chile y Venezuela.

El consorcio de la Región Andina está liderado por a la Cámara de Industria, Comercio, Servicios y Turismo de Santa Cruz de Bolivia (CAINCO – Oficina Ejecutiva) y está integrado por socios procedentes de instituciones de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú; así como por socios europeos.

Este consorcio ha impulsado el establecimiento de Núcleos Empresariales como herramienta para lograr una mayor cobertura de participación de las PYMES en el programa. Los núcleos empresariales consisten en “la reunión de un grupo de empresas de un mismo rubro que realizan actividades en conjunto con el propósito de alcanzar objetivos comunes y permanentes, orientados hacia el desarrollo de la competitividad de sus integrantes.”<sup>47</sup>

Los núcleos empresariales permiten llegar de mejor manera al empresario e identificar sus necesidades bajo un enfoque de asesoría grupal que permite identificar los problemas, priorizarlos con los empresarios y buscar una solución común.

Los sectores de núcleo empresariales de la Región Andina son:

---

<sup>47</sup> s/a, Núcleos Empresariales, <http://www.alinvest4can.org/index.php?q=node/164>



- Cuero, marroquinería y calzados
- Textil-confecciones
- Metal mecánica
- Madera, muebles, carpintería
- Alimentos
- Joyería.

Desde la Región Andina, las actividades de núcleos se centran en:

- Coaching a PYMES
- Capacitaciones
- Participación en ferias
- Ruedas de negocios
- Misiones técnicas
- Presentaciones de expertos

El Programa ofrece también un amplio conjunto de servicios a los tres consorcios beneficiarios: asistencia técnica a las PYMES, participación de las empresas latinoamericanas en Ferias y Encuentros Empresariales y Tecnológicos en Europa y América Latina, estudios de prospección de mercados, red de contactos con organismos europeos, información sobre los procedimientos administrativos y financieros de la Comisión Europea, e intercambio individuales de experiencias, conocimientos y tecnología.

#### ➤ **SWISSCONTACT**

La fundación SWISSCONTACT a través de la formación y capacitación busca lograr que la población del país pueda mejorar su calidad de vida mediante procesos autogestionados.

Su preocupación por el mejoramiento de la competitividad de las PYMES con la finalidad de mejorar su acceso a los mercados la ha llevado a establecer el Programa PRODESEO el cual está enfocado en el Fomento al desarrollo local con enfoque de Cadena de Valor.

En este programa se busca generar un ambiente de negocio más propicio y competitivo, a través de la solución o minimización de las brechas y cuellos de botella más importantes en cada eslabón y actor de la cadena de valor además dentro de su programa PRODESEO busca fomentar la competitividad empresarial a través del cumplimiento de normas y estándares por lo que brinda asistencia y capacitación en temas de:

- Buenas prácticas de fabricación (GMP).
- Análisis de peligros y control de puntos críticos (HACCP).
- Sistemas de producción más limpia.
- Sistemas de Gestión de la Calidad según Norma ISO 9001:2000.
- Sistemas de aseguramiento de la calidad e inocuidad alimentaria en empresas, hoteles y restaurantes.
- Programas pilotos que permitieran expandir los horizontes comerciales mediante el desarrollo de las Franquicias, este proceso abarca desde el desarrollo de un sistema de franquicia, pasando por la elaboración de manuales de procedimientos, para validar y transferir el modelo de franquicias a otras empresas y sectores, para que estos a su vez puedan franquiciar, realizar análisis operativos, financieros y de procesos, aplicación del sistema con planes piloto y seguimiento del cumplimiento del plan junto con cada uno de los negocios.

## ➤ **CONQUITO**

La Agencia de Desarrollo Económico CONQUITO es una entidad pública - privada con misión social y sin fines de lucro, cuyo objetivo fundamental es la promoción del desarrollo socioeconómico del Distrito Metropolitano de Quito.

Los esfuerzos de la Agencia están fundamentalmente orientados hacia la Población Económicamente Activa (PEA) del Distrito empresas radicadas en Quito, especialmente MiPYMES y al tejido empresarial.

Los programas desarrollados por parte de CONQUITO para el servicio de los habitantes del distrito son:

➤ **Incubadora de Empresas**

La incubadora de empresas consiste en un espacio físico debidamente equipado y habilitado con servicios empresariales básicos, asesoramiento empresarial permanente y asistencia secretarial.

Acoge de forma temporal a nuevas microempresas y a las ya constituidas que necesiten fortalecimiento empresarial, los servicios son diferenciados dependiendo del tipo de usuario, los usuarios serán de dos tipos: en Régimen Permanente y en Régimen Compartido.

➤ **Asesoría y asistencia técnica**

Los Servicios de Desarrollo Empresarial también incluyen asesoramiento y asistencia técnica gratuitos para emprendedores y empresarios que no necesariamente se encuentren en procesos de incubación, pero que requieran un fortalecimiento empresarial para su negocio.

➤ **Acceso a tecnologías de información y comunicaciones – telecentro**

El CGE tiene a disposición un espacio de uso común dotado de computadoras con acceso a la Internet (Telecentro) para que los emprendedores y empresarios utilicen las nuevas tecnologías de información, se mantengan actualizados e informados en temas económicos y empresariales y reciban asesoramiento informático.

➤ **Guía de crédito para MYPYMES**

CONQUITO asesora a los empresarios en la obtención de recursos financieros para actividades productivas, comerciales y de servicios, con el objetivo de fortalecer la producción a través de la canalización de créditos a personas individuales y a grupos organizados. Los empresarios pueden disponer de información actualizada sobre instituciones financieras y las condiciones requeridas para acceder al crédito.

### ➤ **Capacitación laboral y empresarial**

Busca desarrollar las condiciones necesarias para que los habitantes de la ciudad de Quito adquieran los conocimientos y habilidades que les permitan incorporarse a un adecuado puesto de trabajo, o convertirse en un empresario generador de empleo para sí, su familia y su entorno. La capacitación está dirigida al público en general, con una preferencia especial por los grupos organizados, empresas y microempresas.

#### **3.2.3 Papel de las universidades**

Las universidades como instituciones sociales tienen un papel fundamental en la formación de la sociedad puesto que desde sus aulas contribuyen en la formación personal y profesional de las personas.

Las acciones encaminadas por las universidades para apoyar al sector pyme vienen dadas de forma indirecta, a través de la formación del talento humano que creará y que trabajará en la pequeña y mediana empresa.

Las universidades mediante la ejecución de sus programas educativos deben formar talentos humanos competitivos, creadores de nuevos productos, tecnología, capaces de responder ante las distintas tareas que demandan los diversos campos de la gestión empresarial.

Son generadoras de conocimiento el cual debe ser aplicado en la generación recursos que permitan mejorar las condiciones de vida de la población y contribuir al progreso productivo del país mediante fomentar el espíritu empresarial y el emprendimiento que lleve a la incubación de empresas.

Para que las universidades cumplan satisfactoriamente con sus propósitos deben orientar sus actividades académicas al desarrollo de la conciencia objetiva y crítica de los estudiantes respecto a la realidad que vive la sociedad, se trata no sólo de lograr el entendimiento de dicha realidad sino también de establecer la responsabilidad del estudiante frente a ella.

Además del conocimiento impartido desde las aulas estas han extendido su cobertura de enseñanza y generación de conocimiento mediante el establecimiento de centros de investigación encaminados principalmente a:

- ℵ Promover procesos de investigación en las áreas económicas, sociales, tecnológicas y empresariales que sirvan de referente en la solución de problemas.
  
- ℵ El estudio de los principales indicadores sociales y económicos, necesarios para entender el escenario nacional e internacional, en el que funcionan las empresas.
  
- ℵ Acompañamiento en la incubación de negocios desde la generación de la idea hasta llegar al objetivo final que es crear la empresa.

## CAPITULO IV

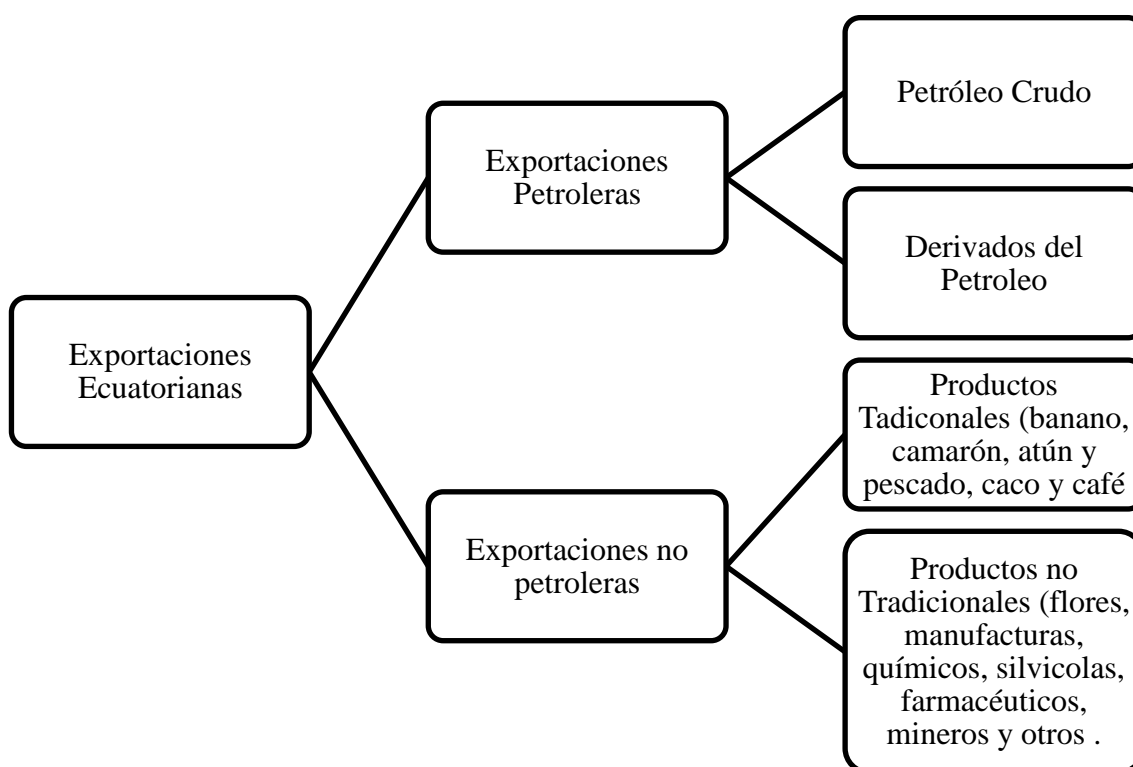
### EVOLUCIÓN DE LAS PYMES EN EL MERCADO INTERNACIONAL

#### 4.1 Análisis situacional del comercio exterior ecuatoriano

Previo a conocer el desarrollo de las pymes en su apertura a los mercados internacionales es necesario establecer un breve diagnóstico de la situación del comercio exterior ecuatoriano.

Al hablar de comercio exterior nos referimos al escenario del mercado internacional en el que se propicia las condiciones para el intercambio de bienes con uno o más países en el extranjero.

En el caso ecuatoriano las exportaciones ecuatorianas están compuestas de la siguiente manera:

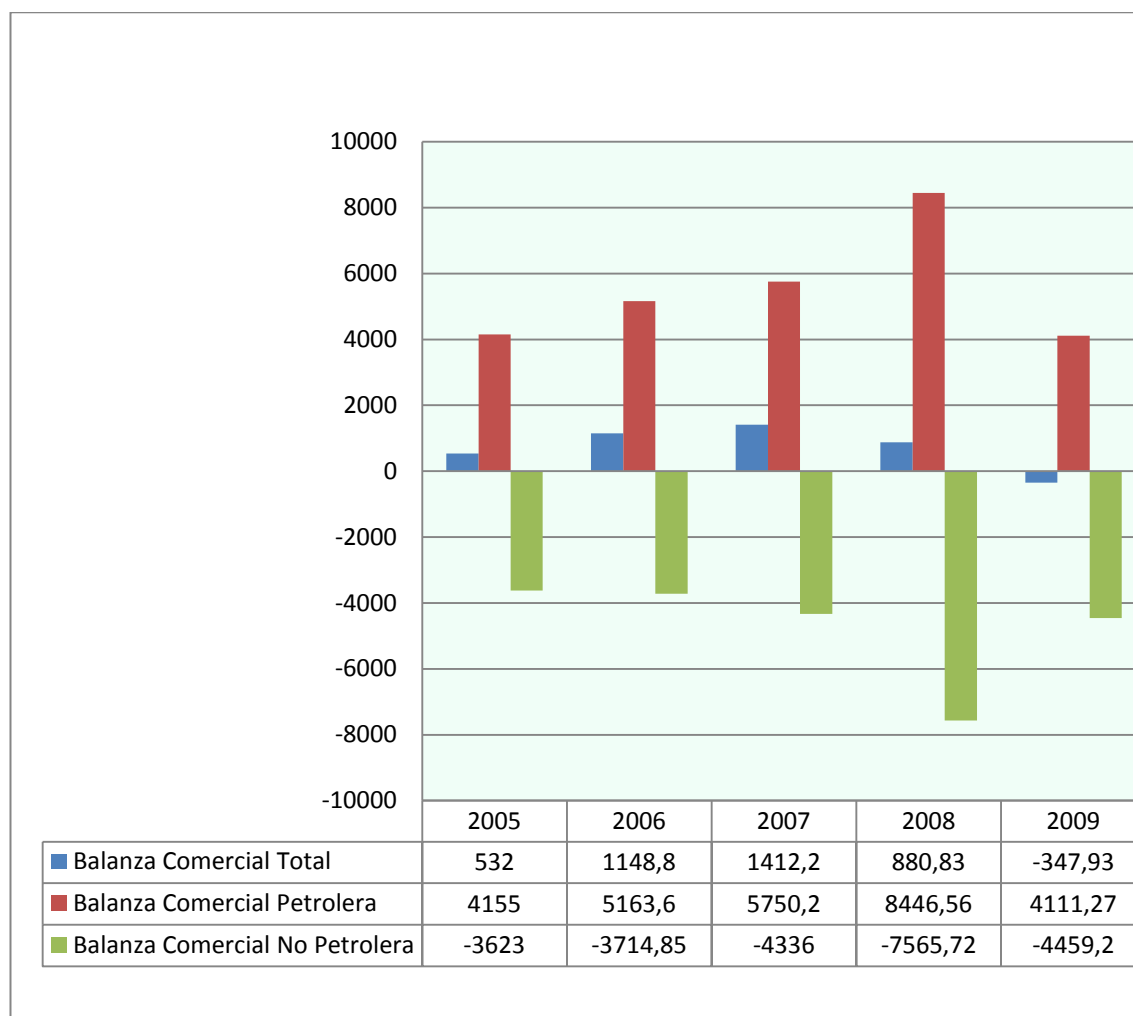


Para la economía ecuatoriana el petróleo comprende el principal producto de exportación, decisivo en el saldo de la balanza comercial. Durante el periodo comprendido entre el año 2005 al año 2009 se ha observado la siguiente evolución de la balanza comercial ecuatoriana:

Gráfico N° 27

EVOLUCIÓN DE LA BALANZA COMERCIAL EN LOS AÑOS 2005 AL 2009

(Millones de dólares FOB)



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: La autora

Los resultados obtenidos en la balanza comercial responden a diversos acontecimientos ocurridos durante el periodo 2005 al 2009 entre los que es importante resaltar:

- La elevación de los precios del petróleo registrados durante el año 2005 y cuyo incremento se prolongaría hasta el año 2008 se debió al aumento en la demanda de petróleo por parte de EEUU y de las nuevas economías crecientes China e India, el precio promedio del crudo ecuatoriano al año 2008 llegó a ubicarse en USD 82,99 por barril.

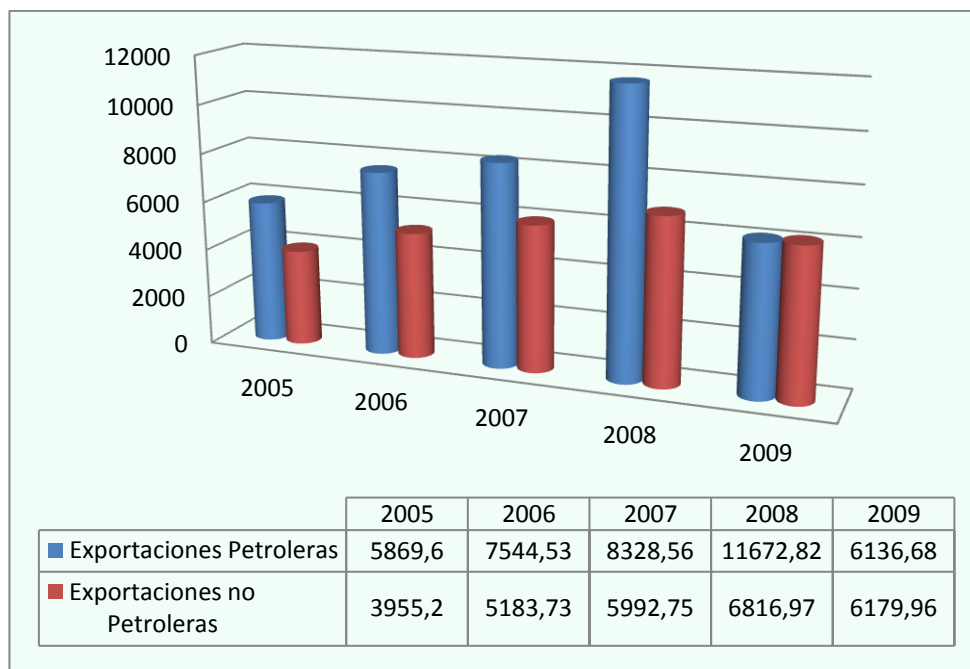
- La capacidad instalada de las refinerías del país impidieron que se pueda incrementar el nivel de oferta de derivados de petróleo, lo que a su vez eleva el precio de este tipo de productos.
- El desempeño económico de los principales mercados de exportación del Ecuador (Estados Unidos, Área Euro y Comunidad Andina) se mostraron positivos de acuerdo a la CEPAL, el año 2005 fue “el tercer año de crecimiento consecutivo para la región de América Latina y el Caribe, alcanzándose un crecimiento económico de 4,3%, que implica un aumento del PIB per cápita de alrededor de 3%. El dinamismo de las exportaciones y la inversión privada fueron determinantes en el desempeño económico de la región. Las exportaciones se vieron favorecidas por los mayores precios internacionales y una demanda externa dinámica”<sup>48</sup>. Este crecimiento constituye en un factor positivo para impulsar la demanda de los productos ecuatorianos de exportación, puesto que alrededor del 20% del total de exportaciones corresponde a los países de la Asociación Latinoamericana de Integración –ALADI-.
- En el año 2008 se presentó una marcada desaceleración de todas las economías en especial de los países desarrollados, principalmente la economía de los Estados Unidos, pese a esto el nivel de exportaciones no se vieron afectados.
- Al año 2009 se comenzaron a evidenciar algunos efectos negativos producto de la crisis financiera e inmobiliaria que enfrentó los Estados Unidos. La balanza comercial ecuatoriana reportó un saldo negativo debido a la disminución general en los precios de los productos exportados tanto petroleros y no petroleros.

---

<sup>48</sup> Wachovia, Economics Group, febrero 16 de 2006.



**Gráfico N° 28**  
**Evolución de las exportaciones ecuatorianas**  
**(Millones USD FOB)**



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: La autora

Las exportaciones petroleras al año 2005 corresponden al 59,74% del total de exportaciones ecuatorianas al año 2008 este porcentaje fue del 63,13% y en el año 2009 correspondió al 49,82% lo que nos indica que si bien aun el petróleo es el principal producto de exportación ecuatoriano el nivel de participación de las exportaciones no petroleras se han incrementado en comparación con la década de los noventa donde el 81,7% de exportaciones correspondían a las exportaciones petroleras.

Este panorama es alentador para la diversificación de la oferta exportable del Ecuador sin embargo aún queda mucho trabajo por realizar puesto que (observar el gráfico N°29) el banano, un producto primario, es el principal producto de exportación no petrolero. El Ecuador debe procurar la generación de productos que conlleve un mayor proceso de transformación de la materia prima, de tal manera que se pueda ofrecer al mercado internacional productos con valor agregado, diferenciación y calidad.

Al año 2005 la demanda de productos ecuatorianos por el mercado internacional incrementó debido a la depreciación del dólar, lo cual incidió positivamente en la

demanda de los productos ecuatorianos, haciéndolos más atractivos en términos de precio para el mercado internacional.

Al año 2006 el mayor dinamismo estuvo en las exportaciones de camarón y banano. En el primer caso, explicado principalmente por importantes aumentos en la cantidad exportada al exterior (20.3%); y en el segundo caso debido a los mejores precios de exportación durante el año (9.4% de crecimiento anual). Vale recordar que a partir de enero del 2006 se cambió la forma de comercialización de la fruta entre los países latinoamericanos y la Unión Europea, acordándose la eliminación del esquema de licencias de exportación y pasándose a uno exclusivamente de arancel, el cual se fijó en 176 euros por tonelada.

Al año 2008 se evidencia el sostenido incremento de precios en los productos.

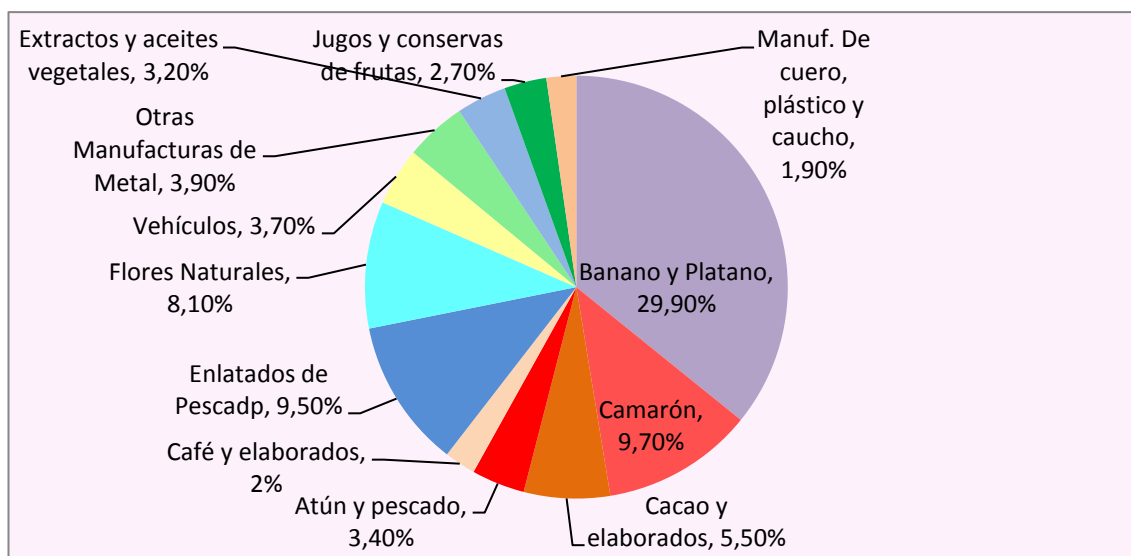
Al año 2009 se evidencia el descenso en las exportaciones totales debido a la caída de los precios del barril de petróleo de igual forma una disminución en los productos no petroleros.

Los principales mercados de exportación para el Ecuador lo constituyen: EEUU con alrededor del 54%, la ALADI es el segundo mercado de destino de nuestras exportaciones, a donde alrededor del 21% del total de exportaciones, posteriormente se ubica la Unión Europea que participa con el 11.6%.

## Gráfico N° 29

### Exportaciones No Petroleras

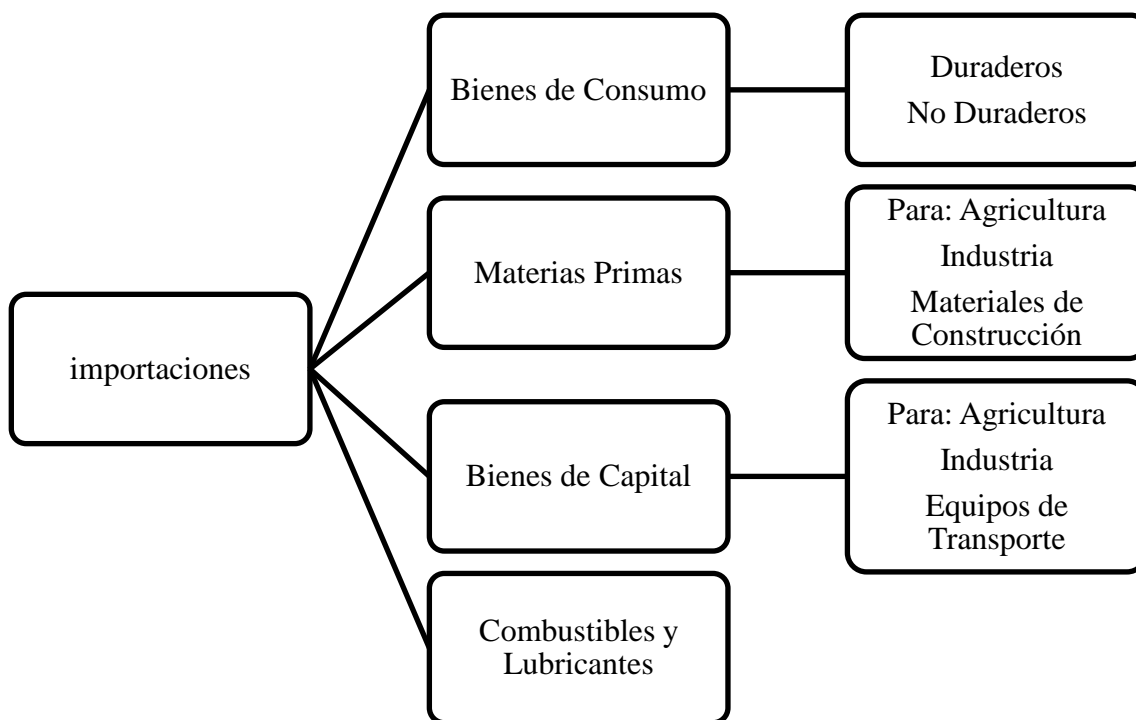
#### Porcentaje de participación de los principales productos



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Banco Central del Ecuador

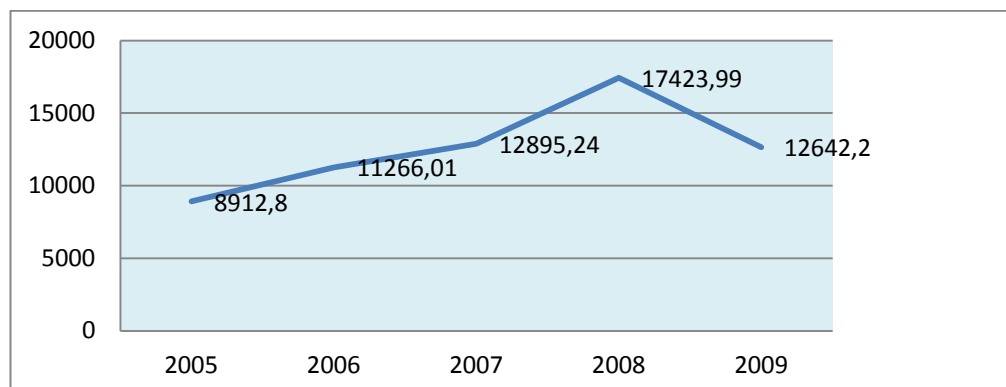
## IMPORTACIONES



Las importaciones durante este periodo han evolucionado de la siguiente forma:

**Grafico N° 30**

**IMPORTACIONES ECUATORIANAS  
(Millones USD FOB)**



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: La Autora

- ☞ Las importaciones muestran una clara tendencia al alza por el incremento en los precios de importación debido a la pérdida de valor del dólar en los mercados internacionales Otra razón fue el incremento en los precios del petróleo, puesto que el Ecuador vende petróleo crudo pero importa derivados del petróleo.
- ☞ Otro factor para la evolución positiva de los precios de los bienes importados, es que al caracterizarse éstos por provenir de sistemas de producción intensivos en capital, requieren para su fabricación mayor componente energético, el cual durante el año 2005 registró incrementos importantes en su precio, aumentando el costo de fabricación de este tipo de bienes.
- ☞ Las importaciones al año 2009 disminuyeron tanto en volumen como en precio, principalmente en combustibles y lubricantes y materias primas; por otro lado los bienes de consumo y bienes de capital incrementaron su precio pero disminuyeron el volumen.
- ☞ Los principales proveedores internacionales del Ecuador lo conforman: el mercado común de ALADI que es el principal proveedor del Ecuador, aportando con el 41% del total de las importaciones, tendencia que se ha mantenido desde hace varios años. Una de las razones de la importancia de esta región son los

acuerdos comerciales que se tiene con los países que conforman este gran mercado, en los que se ha reducido los aranceles al comercio en el marco de la negociación del Ecuador con el Mercosur y en especial como miembro de la Comunidad Andina, el segundo principal proveedor de importaciones hacia el Ecuador, lo constituye EEUU con el 22.6% del total de nuestras compras al exterior. Otros mercados que han aumentado en forma importante sus exportaciones hacia el Ecuador son Italia, Brasil y Japón, con crecimientos en valor de 47.3%, 29.0% y 27.0%, respectivamente.

#### **4.2 Análisis de las exportaciones de las PYMES**

Las pymes constituyen un sector productivo importante como motor de desarrollo del país, posee potencial para la generación de nuevos productos con valor agregado que permitan ampliar y diversificar la oferta de bienes y servicios a los mercados internacionales, donde actualmente nos hemos constituido como proveedores principalmente de materias primas.

El nivel de acceso de las pymes en el mercado internacional muestra un panorama alentador para este sector, según el Servicio Nacional Aduanero al año 2009 “las mipymes ecuatorianas exportaron USD 1 880 millones, lo que representó el 27,8% del total de exportaciones, que en ese año llegó a USD 6 716 millones.”<sup>49</sup> De acuerdo al estudio aplicado en Quito se obtuvo que el 11% de pymes, que operan en esta ciudad, están exportando sus productos a diferentes destinos internacionales, si bien el porcentaje de pymes que exportan todavía es bajo, se ha incrementado el porcentaje de exportación respecto al año 2004, donde según estudios realizados por el MIPRO, el destino de ventas al exterior era del 6%.<sup>50</sup>

A continuación es posible apreciar la evolución de las exportaciones no petroleras de las mpympes ecuatorianas:

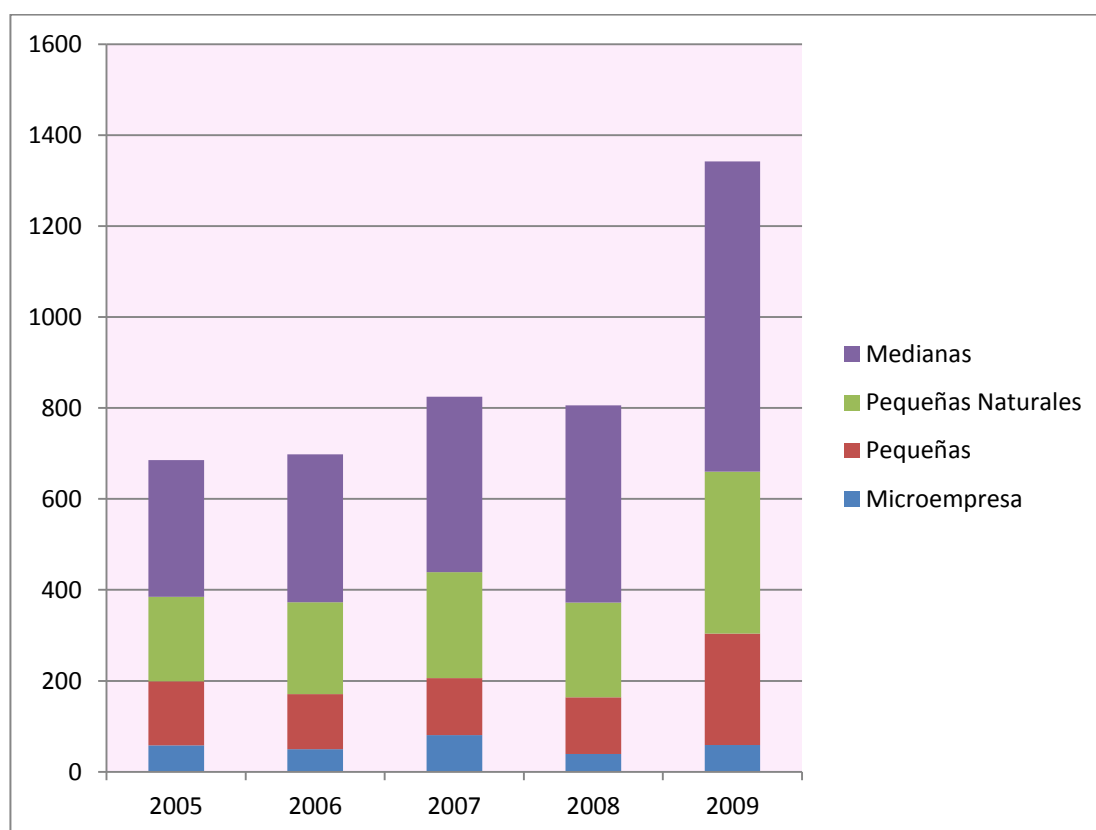
---

<sup>49</sup> FEDEXPOR, Estudio Estadístico de las Relaciones Comerciales y de Inversión entre la Unión Europea y Ecuador, p.94.

<sup>50</sup> MICIP e INSOTEC, Diagnóstico de la Pequeña y Mediana Industria, p 42.

### Gráfico N°31

#### Evolución de las exportaciones no petroleras de mypymes al mundo<sup>51</sup> (Millones de Euros)



Fuente: Servicio Nacional de Aduanas, Superintendencia de Compañías

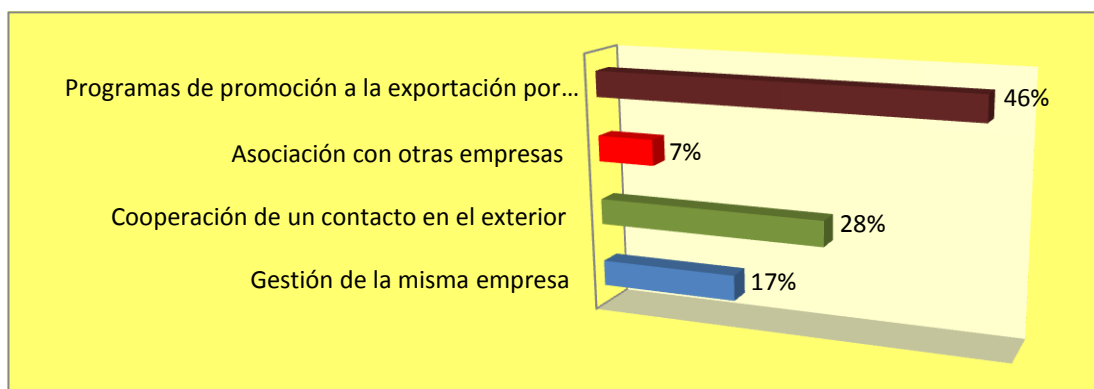
Elaboración: FEDEXPOR

Como se puede observar el crecimiento de las exportaciones ha sido sostenido y fortalecido, se observa una fuerte participación de la mediana empresa, lo que nos muestra que existe la preocupación de llevar a cabo las acciones necesarias para fortalecer la actividad exportadora. En el gráfico N° 32 podemos ver los principales medios a través de los cuales se inició la exportación, donde se destaca principalmente el apoyo de las pymes en programas del Estado u otras instituciones privadas para su incursión en el mercado internacional, se destacó principalmente actividades como: ruedas de negocio, participación en ferias internacionales lo que les ayudo a establecer nuevos contactos en el exterior y así incrementar su demanda de productos en el mercado internacional.

<sup>51</sup> FEDEXPOR, Estudio Estadístico de las Relaciones Comerciales y de Inversión entre la Unión Europea y Ecuador, p.102.

**Gráfico N°32**

**Forma de incursión en el mercado externo**

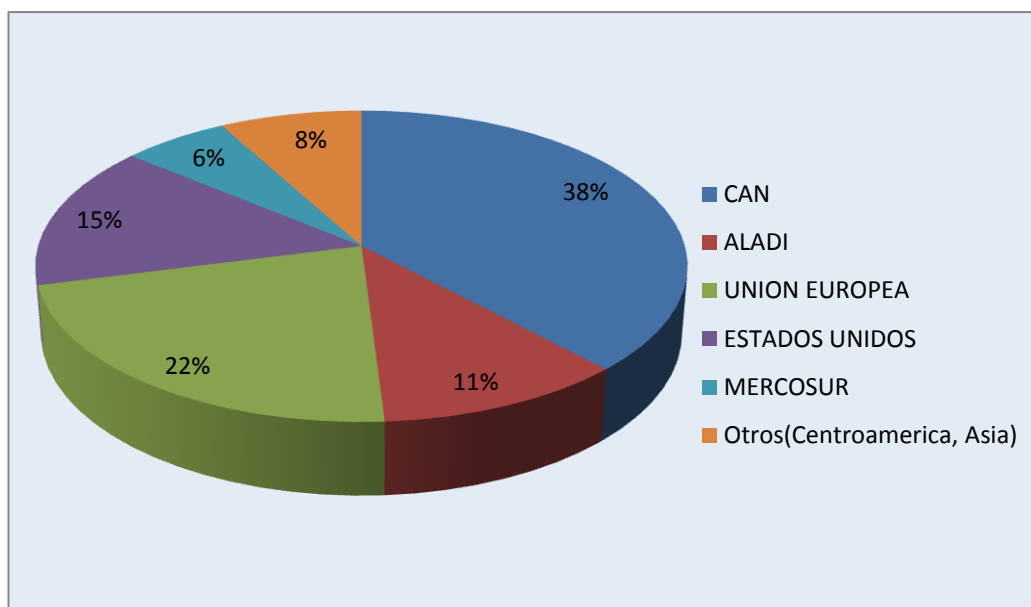


Fuente: La Autora

**4.2.1 Principales países de destino de exportación de las pymes**

**Gráfico N°33**

**Principales destinos de exportación de las pymes**



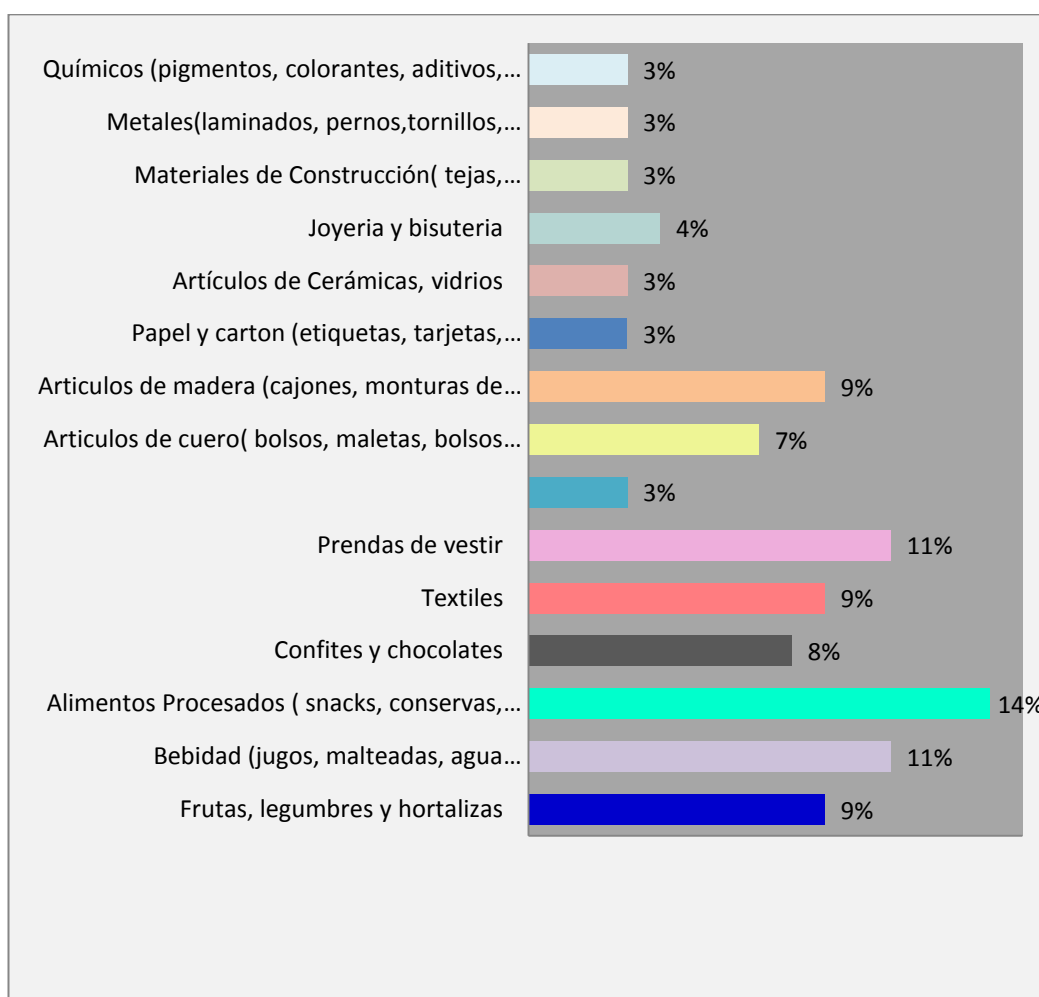
Fuente: La Autora

Los principales destinos de exportación lo constituyen principalmente la CAN, 38%, Unión Europea, 22%, Estados Unidos, 15%, lo que nos deja ver que se han fortalecido las relaciones comerciales con los países de la región Latinoamericana, así como de la Unión Europea, esto debido a que en estos últimos años se ha trabajado en un marco de cooperación y fortalecimiento regional latinoamericano, donde se ha buscado el

fomentar la asociación tanto a nivel de países como empresarial, además se han impulsado por parte del gobierno y del sector privado programas de apoyo como: ruedas de negocio, ferias internacionales, consorcios como ALL INVEST, donde las pymes puedan incursionar en el mercado internacional.

#### 4.2.2 Principales productos de exportación de las pymes

**Gráfico N° 34**  
**Principales productos de exportación de las pymes**



Fuente: La Autora

Los tipos de productos que ofrecen las pymes es muy diverso y están compuestos por productos primarios, manufacturas y artesanías principalmente; esto demuestra el gran potencial exportador que poseen las pymes, potencial que debe ser aprovechado para la generación de nuevos productos con valor agregado que permitan la diversificación de la oferta exportable.



De acuerdo a un estudio realizado por FEDEXPOR, en la Unión Europea, los productos con mayor demanda en la actualidad son frutas, café, semillas, manufacturas, entre otros.

### Cuadro N° 11

#### Exportaciones no petroleras de MYPYMES por grupo de productos

#### Miles de Euros y porcentajes

| Grupo                                   | 2005           | 2008           | 2009             | Crec. promedio 2005 2008 | Crec. 2008 2009 | Part. 2009  |
|---|----------------|----------------|------------------|--------------------------|-----------------|-------------|
| Frutas, legumbres, plantas              | 305.121        | 303.543        | 528.311          | -0,2%                    | 74,0%           | 39,4%       |
| Pescado y sus productos                 | 91.779         | 136.324        | 248.020          | 14,1%                    | 81,9%           | 18,5%       |
| Café, té                                | 105.449        | 113.809        | 206.269          | 2,6%                     | 81,2%           | 15,4%       |
| Textiles                                | 21.460         | 59.133         | 115.642          | 40,2%                    | 95,6%           | 8,6%        |
| Minerales y metales                     | 29.426         | 57.869         | 54.881           | 25,3%                    | -5,2%           | 4,1%        |
| Madera, papel, etc.                     | 32.138         | 35.402         | 43.412           | 3,3%                     | 22,6%           | 3,2%        |
| Semillas, oleaginosas, grasas y aceites | 20.924         | 21.984         | 33.990           | 1,7%                     | 54,6%           | 2,5%        |
| Manufacturas n.e.p.                     | 12.928         | 11.981         | 18.746           | -2,5%                    | 56,5%           | 1,4%        |
| Productos químicos                      | 9.417          | 12.134         | 14.520           | 8,8%                     | 19,7%           | 1,1%        |
| Máquinas no eléctricas                  | 7.456          | 14.899         | 24.282           | 26,0%                    | 63,0%           | 1,8%        |
| Bebidas y tabaco                        | 12.546         | 8.815          | 14.971           | -11,1%                   | 69,8%           | 1,1%        |
| Cereales y otras preparaciones          | 6.773          | 7.587          | 11.339           | 3,9%                     | 49,5%           | 0,8%        |
| Prendas de vestir                       | 4.424          | 8.754          | 8.910            | 25,5%                    | 1,8%            | 0,7%        |
| Máquinas eléctricas                     | 7.569          | 3.097          | 8.532            | -25,8%                   | 175,5%          | 0,6%        |
| Otros productos agropecuarios           | 8.280          | 3.233          | 3.768            | -26,9%                   | 16,5%           | 0,3%        |
| Demás productos                         | 10.317         | 6.671          | 6.051            | -13,5%                   | -9,3%           | 0,5%        |
| <b>Total general</b>                    | <b>686.005</b> | <b>805.237</b> | <b>1.341.643</b> | <b>5,5%</b>              | <b>66,6%</b>    | <b>100%</b> |

Fuente: CAE, Superintendencia de Compañías

Elaboración: FEDEXPOR

### 4.2.3 Causas por las que no exportan las pymes

Grafico N° 35

#### Razones por las que no exportan



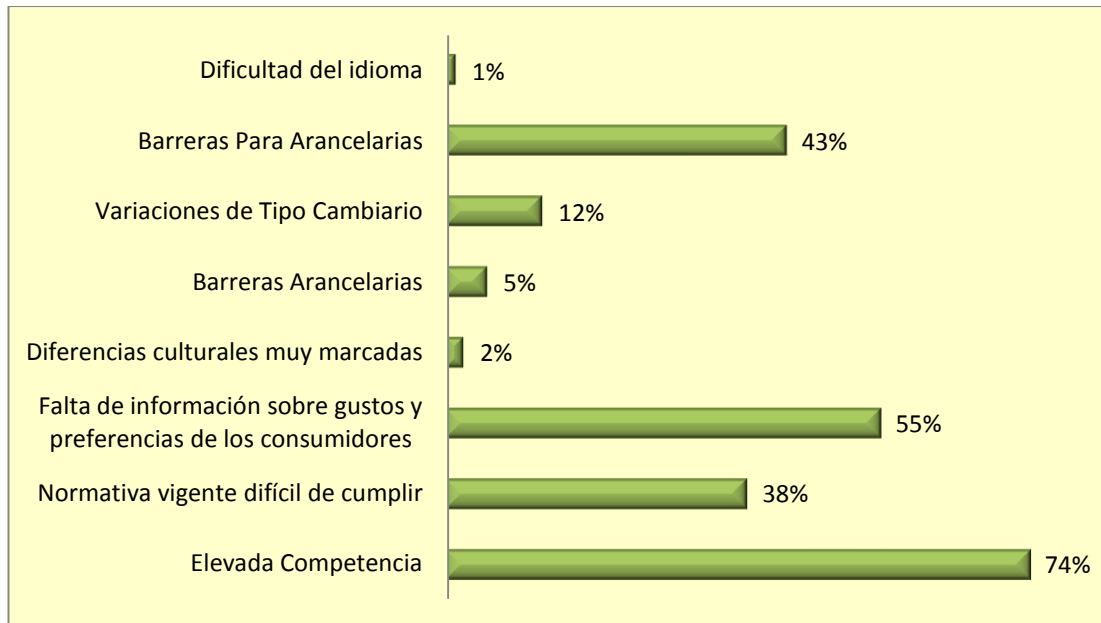
Fuente: La Autora

Entre las principales razones porque no exportan destacan el desconocimiento del mercado y las preferencias del consumidor, 66%, capacidad insuficiente para exportar, 63%, precios no competitivos, 59%, producto no cumple con estándares de calidad, 47%, desconocimiento de cómo exportar, 45%, todas estas razones pueden ser superadas si se da el apoyo y cooperación tanto entre las pymes, así como por parte de organismos de apoyo estatal y privado, los cuales actualmente vienen desarrollando varias actividades en pro de lograr un acompañamiento a las pymes, sin embargo existe aún un alto porcentaje de desconocimiento de la existencia de este tipo de programas por parte de las pymes, lo cual puede menoscabar el esfuerzo que están haciendo estas instituciones.

Es necesario que las instituciones estatales como privadas busquen los medios más adecuados para dar a conocer el desarrollo de sus programas, de igual manera los gerentes y dueños de las pymes deban procurar el buscar informarse acerca opciones y propuesta que les puedan ayudar a superar estas dificultades.

**Gráfico N° 36**

**Principales factores que amenazan la permanencia en el país de destino**



Fuente: La Autora

En cuanto a la situación de aquellas pymes que se encuentran exportando las principales dificultades que deben enfrentar corresponden a la elevada competencia, falta de información sobre gustos y preferencias del consumidor en el país de destino, este hecho puede representar el no aprovechamiento de oportunidades de crecimiento en el mercado exterior.

Los productos que mayoritariamente exportan las pymes son productos primarios y manufacturas estas poseen mayor potencial de consolidarse en los mercados existentes, dado que ya han encontrado un nicho de mercado al cual atender, este nicho atendido pudo haber generado nuevas necesidades las cuales pueden ser atendidas si se adecua el producto de acuerdo a las exigencias del mercado. Por ejemplo las hortalizas y frutas muestran un nivel de demanda en la Unión Europea, esta oportunidad puede ser aprovechada si a las hortalizas actualmente ofrecidas se les otorga certificaciones de calidad y sellos verdes, haciendo que estas sean aun mas apetecidas por el mercado en el que actualmente compete.

Las estrategias para mantenerse y consolidarse en el mercado están directamente relacionadas con el ofrecer calidad en el producto y el que los empresarios estén a la

expectativa de nuevas tendencias que se desarrollan de acuerdo a la actividad que desempeñen.

Otras dificultades hacen referencia a normativas y barreras para arancelarias como tasas e impuestos vigentes en el país de destino que obstaculizan el libre acceso de los productos, en este campo debe haber el apoyo y respaldo del gobierno quien debe exigir a sus socios comerciales el cumplimiento de los compromisos adquiridos en los acuerdos comerciales.

### **4.3 Instrumentos para fomentar las exportaciones en las PYMES**

Las pymes constituyen unidades productivas con características innovadoras y generadoras potenciales de productos con mayor valor agregado que pueden ayudar a la diversificación la oferta exportable del Ecuador, donde aún es muy baja la incursión de las pymes en mercados internacionales (apenas el 11% de las pymes quiteñas exportan sus productos). Su acceso muchas veces se ve limitado por no contar con los conocimientos y medios financieros necesarios, incumplir con requisitos regulatorios internacionales, no producir productos en cantidad y calidad requerida por compradores extranjeros, entre otras dificultades.

Una pyme, por su tamaño y estructura, puede estar limitada a acceder al mercado internacional sobre todo si trabaja en forma aislada; el establecimiento de mecanismos de cooperación entre diversas pymes puede ayudar a superar los problemas comunes que deben enfrentar estas al tratar de incursionar en nuevos mercados. El cooperar y unir esfuerzos potencializa las oportunidades de acceso a mercados internacionales ya que es posible responder a exigencias de mercado y cubrir necesidades de la organización como:

- ✓ Ofrecer productos y servicios con mejor calidad
  
- ✓ Ofrecer productos a precios competitivos
- ✓ Incorporar tecnología
  
- ✓ Operar en mejores condiciones de precio y compra de materias primas

- ✓ Llegar a mercados más amplios a través de unir la oferta de estas
- ✓ Ofrecer al mercado una oferta más diversificada y más grande
  
- ✓ Consolidar su presencia en el mercado exterior.

El principal instrumento para fomentar las exportaciones en las pymes constituye la unión a través de la formación de: asociaciones, núcleos empresariales, consorcios, cooperativas, alianzas estratégicas, etc. es importante sumar un esfuerzo colectivo que permita desarrollar ventajas competitivas individuales y colectivas. Es importante revisar algunos de los mecanismos integradores que se han desarrollado en el Ecuador para la promoción de las pymes a los mercados internacionales.

### ➤ **Consortio de Exportación**

“El consorcio de exportación es una alianza voluntaria de empresas con el objetivo de promover los bienes y servicios de sus miembros en el extranjero y facilitar la exportación de estos productos mediante acciones conjuntas.”<sup>52</sup>

Esta es una cooperación estratégica que sirve para prestar servicios especializados con el propósito de facilitar el acceso a los mercados externos, los miembros de un consorcio conservan su autonomía financiera, jurídica, de gestión comercial.

En esencia se trata de establecer un departamento de comercio exterior entre un grupo de empresas que tienen como propósito común el desarrollar sus servicios u ofrecer sus productos en el mercado internacional.

Los consorcios de exportación permiten a las pymes mejorar significativamente sus posibilidades de internacionalización y reducir los costos y riesgos que implica penetrar en mercados internacionales puesto que al asociarse con otras empresas se comparten conocimientos, recursos financieros, contactos comerciales, know how, capacidad productiva.

---

<sup>52</sup> RUSSO, Fabio, Los Consorcios de exportación, un instrumento para fomentar las exportaciones de las Pymes, p.129.

## **Tipos de consorcios de exportación**

Consortio de promoción el cual es una alianza encaminada para explorar mercados de exportación determinados, compartir costos de promoción o logísticos.

- ✓ Consortio de venta llevan a cabo actividades de promoción comercial y organizan la venta de los productos de las empresas participantes.

## **Beneficios**

Entre los principales beneficios que trae el participar en un consorcio de exportación para las pymes están:

- ☞ Reduce el riesgo de incursionar en mercados extranjeros, puesto que se intercambia experiencias e información acerca de potenciales nuevos mercados extranjeros.
- ☞ Disminución de costos al compartir gastos en actividades de promoción, transporte, venta, estudios de mercado, bases de datos, logística, etc.
- ☞ Acceder a nuevos mercados y a órdenes más importantes al ofrecer en conjunto productos, lo cual permite suministrar mayor diversidad y volumen, permite la creación de economías de escala. Aumenta la capacidad de negociación con proveedores y compradores.
- ☞ Acumulación de conocimientos puesto que se comparte experiencias personales, se intercambia información comercial y financiera sobre compradores, se intercambia estudios, bases de datos.

Ejemplo de consorcio de Exportación en Ecuador

Grupo Crea

Es un consorcio de exportación ecuatoriano creado en el año 2006. Está conformado por 9 empresas de muebles de hogar, cocina, exteriores y productos de madera.

Sus objetivos están encaminados a: desarrollar marca e imagen, participar en ferias y misiones comerciales en Caribe, Unión Europea, Medio Oriente, Estados Unidos, brindar asistencia técnica en procesos de producción, desarrollo de empaques y embalaje, lacado, etc.

#### ➤ **Núcleos Empresariales**

Los núcleos empresariales consisten en “la reunión de un grupo de empresas de un mismo rubro que realizan actividades en conjunto con el objetivo de para alcanzar objetivos comunes y permanentes, orientados hacia el desarrollo de la competitividad de sus integrantes.”<sup>53</sup>

Su funcionamiento está bajo la conducción de un consejero que colabora en el desarrollo y la organización de las reuniones, bajo un enfoque de asesoría grupal que permite identificar los problemas, y necesidades sectoriales e individuales que mantienen las unidades productivas, se fijan objetivos y metas comunes, utilizando herramientas como capacitación, asistencia técnica, ruedas de negocios, visitas a ferias y otros; con el apoyo de Consejeros se elabora un cronograma de actividades en el que los planes personalizados y a la medida de cada necesidad se implementan para que conduzcan al éxito empresarial.

Los núcleos empresariales permiten llegar de mejor manera al empresario e identificar sus necesidades bajo un enfoque de asesoría grupal que permite identificar los problemas, priorizarlos con los empresarios y buscar una solución común.

#### **4.4 Acuerdos de Cooperación Comercial**

Los acuerdos comerciales son un medio a través del cual los países establecen la concesión recíproca de tratamientos preferenciales para intercambiar sus mercancías. La importancia de establecer acuerdos comerciales radica principalmente en la oportunidad de apertura a mercados internacionales en mejores condiciones de costo y precio para la exportación e importación de productos. En los acuerdos comerciales se norman criterios en cuanto a: régimen de origen, salvaguardias, medidas especiales para

---

<sup>53</sup> s/a, Núcleos Empresariales, <http://www.alinvest4can.org/index.php?q=node/164>.

determinados productos, subvenciones, normas técnicas, medidas sanitarias y fitosanitarias.

Esta voluntad de cooperación entre las naciones puede incluso extenderse hacia otras áreas no comerciales y unir esfuerzo para la solución de problemas sociales (erradicación de pobreza, mejorar acceso a educación, salud, etc.), catástrofes naturales, conflictos bélicos, incentivar el desarrollo socioeconómico de la población, etc. Así lo hacen los principales bloques regionales de cooperación con el que el Ecuador ha suscrito acuerdos: MERCOSUR, UNIÓN EUROPEA, CAN, ALADI.

#### **4.4.1 Principales acuerdos comerciales que el Ecuador mantiene son:**

- Con la Comunidad Andina de Naciones (CAN)

**Zona de Libre Comercio:** se estableció desde 1993 se estableció entre Bolivia, Colombia, Ecuador y Venezuela. A ella se incorporó gradualmente Perú desde 1997 hasta el 31 de diciembre de 2005.

La zona de libre comercio es el espacio por donde circulan libremente las mercaderías, sin pagar arancel y sin restricciones. Se logra mediante la eliminación gradual de aranceles y restricciones que se aplican al intercambio de productos de los países miembros.

**Arancel Externo Común- AEC-:** En 1995, por medio de la Decisión 370; Bolivia, Colombia, Ecuador y Venezuela adoptaron un Arancel Externo Común para las importaciones desde terceros, estableciendo una unión aduanera que responde a la necesidad de avanzar al mercado común y mantener una posición conjunta en las negociaciones comerciales internacionales.

- El arancel quedó fijado en cuatro niveles: 0, 5, 10 y 20 por ciento, que se aplica de acuerdo al grado de elaboración de los bienes.
- Colombia, Ecuador y Venezuela aplican niveles arancelarios comunes y Bolivia mantiene su propio arancel sujeto a administración comunitaria
- Perú no participa en este mecanismo.



**Sistema Andino de Franjas de precios-SAFP**<sup>54</sup>: Es un mecanismo adoptado mediante la Decisión 371 con el objeto de estabilizar el costo de importación de un grupo especial de productos agropecuarios, caracterizados por una marcada inestabilidad en sus precios internacionales.

La estabilización se consigue aumentando el arancel ad-valorem cuando el precio internacional está por debajo del nivel piso, y rebajando dicho arancel, hasta cero, cuando dicho precio está por encima del techo. Es decir, la franja de precios equivale a convertir el arancel en un factor variable que se ajusta automáticamente para contrarrestar las fluctuaciones externas del precio internacional.

➤ Con la Unión Europea (UE)

**El Sistema de Preferencias Arancelarias Generalizadas de la Unión Europea (SPG)**: Las preferencias arancelarias se aplican a los países determinados por el Banco Mundial que no cuenten con ingresos elevados y sus exportaciones no sean suficientemente diversificadas.

Dentro de este contexto se establecen tres tipos de regímenes:

- un régimen general
- un régimen especial de estímulo del desarrollo sostenible y la gobernanza (en el cual se encuentra el Ecuador)
- un régimen especial para los países menos desarrollados.

Las preferencias concluyeron el 31 de diciembre de 2008.

Dentro del régimen en que se encuentra el Ecuador, se otorgan las siguientes preferencias arancelarias:

- La suspensión de los derechos ad valorem del arancel aduanero común para los productos señalados, 30 originarios del país incluidos dentro del régimen.

---

<sup>54</sup>CAN, Sistema Andino de Franja de Precios, Decisión 372, [http://www.comunidadandina.org/comercio/zona\\_1.htm](http://www.comunidadandina.org/comercio/zona_1.htm).

- ☑ Suspensión de los derechos específicos (excepto los combinados con un derecho ad valorem) para los productos no sensibles.
- ☑ Reducción del arancel para los productos sensibles.
- ☑ La reducción de los derechos ad valorem corresponde a una reducción adicional de 3.5% del derecho de la nación más favorecida, los derechos específicos deben reducirse en un 30%.

➤ Con el MERCOSUR

**Acuerdo de Complementación Económica N°59 (AAP.CE 59):** Su objetivo principal es la conformación de una Zona de Libre Comercio entre los países del MERCOSUR y Colombia, Ecuador y Venezuela. Fue suscrito el 18 de octubre del 2004, y ratificado por los países signatarios entre enero y abril del 2005.

Este acuerdo busca principalmente formar un área de libre comercio entre los países participantes mediante la eliminación de las restricciones arancelarias y de las no arancelarias que afecten al comercio recíproco, promover la complementación y cooperación económica, energética, científica y tecnológica, e impulsar las inversiones entre los agentes económicos los países participantes.

*La Zona de Libre Comercio se creará a través de un Programa de Liberación Comercial, que se aplicará a los productos originarios y procedentes de los territorios de las Partes Signatarias. Dicho Programa consistirá en desgravaciones progresivas y automáticas, aplicables sobre los aranceles vigentes para la importación de terceros países en cada Parte Signataria, al momento de la aplicación de las preferencias de conformidad con lo dispuesto en sus legislaciones.(...)<sup>55</sup>*

---

<sup>55</sup> [http://www.comunidadandina.org/comercio/zona\\_1.htm](http://www.comunidadandina.org/comercio/zona_1.htm) Acuerdo de complementación económica no. 59, Título II, Programa de Liberación Comercial.

El AAP.CE 59 prevé la conformación del Área de Libre Comercio en un plazo máximo de 15 años, es decir que, para el año 2018, todo el universo arancelario estaría liberado.

➤ Con Estados Unidos

**Preferencias Arancelarias Andinas o Andean Trade Preferences Act (ATPA)**<sup>56</sup>: Acuerdo por medio del cual Estados Unidos exonera del pago de aranceles a una extensa lista de productos provenientes de las economías andinas, los incentivos están dirigidos a los países que muestren avances en la lucha contra el tráfico de estupefacientes. Este acuerdo estuvo vigente entre 1991 y 2001.

El acuerdo fue modificado y sustituido, el 6 de Agosto de 2002, por el **Andean Trade Promotion and Drug Eradication Act (ATPDEA)**, con vigencia hasta diciembre de 2006. Con la firma del ATPDEA se renovaron y ampliaron los beneficios otorgados por los Estados Unidos para exonerar del pago de aranceles varios productos provenientes de las economías de la región andina siempre y cuando éstos no sean considerados como bienes sensibles dentro del contexto de las importaciones a ese país. La cobertura se amplía a productos como calzado, petróleo y sus derivados, relojes y sus partes, atún envasado en paquetes flexibles, cuyo peso individual no sobrepase los 6.8 Kg. bolsos, maletas, productos planos, guantes de trabajo y confecciones de cuero.

A pesar de ello, aún existen importantes restricciones cualitativas para el caso de los textiles y confecciones; el ATPDEA contempla la importación libre de tarifas arancelarias de las confecciones y artículos textiles andinos producidos o ensamblados con insumos procedentes de los Estados Unidos o de los países beneficiarios, o con insumos cuya producción efectuada en Estados Unidos sea insuficiente para suplir su demanda.

Otros ítems, en cambio, como el ron, azúcares, jarabes y productos que contengan azúcar sujetos a sobre cuota, atún preparado o preservado de

---

<sup>56</sup> BCE, Apuntes de Economía, EXPORTACIONES DEL ECUADOR A EE.UU. ALGUNOS ELEMENTOS PARA LAS NEGOCIACIONES DEL TLC, p.14.

cualquier manera diferente a la señalada anteriormente han quedado definitivamente excluidos.

# CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

## CONCLUSIONES

- Las pymes en Ecuador no tienen una institucionalidad consolidada, debido a la inexistencia de una normativa específica para este sector que permitiera delimitar sus características y condiciones de operación en el ámbito económico y productivo del país, las pocas normas legales relacionadas para este sector datan de 1973, año el cual se dictó la Ley de Fomento de la Pequeña Industria. Esto ha dificultado el desarrollo e implementación eficiente de políticas públicas adecuadas que fomenten el potencial productivo del sector pyme.
- En los últimos años la economía ecuatoriana se ha estabilizado luego de la dolarización, sin embargo pese a que las tasas de interés disminuyeron el acceso al crédito por parte de las pymes es aún inadecuado; estas deben afrontar un mayor costo crediticio, justificado por el cobro de gastos de seguimiento y evaluación al ser consideradas como sujetos de mayor riesgo, además de ofrecer condiciones de plazo, garantía y montos no acordes con las necesidades crediticias de las pymes.
- La principal fuente de financiamiento para las pymes lo constituye la banca privada, pese a que representa mayor costo crediticio respecto de la banca pública, los pequeños y medianos empresarios prefieren acceder a esta por la flexibilización de los requisitos y la agilización inmediata del crédito.
- Las pymes aun deben superar y fortalecer en su interior problemas relacionados con atraso tecnológico, falta de personal debidamente capacitado, inadecuadas forma de producción y administración, no obstante se ha podido observar a un pequeño y mediano empresario más consiente que debe mejorar sus procesos y ofrecer al cliente calidad en el producto y en el servicio, entre los resultados hallados en torno a su situación competitiva destaca:
  - Los pequeños y medianos empresarios consideran la innovación tecnológica como una inversión que les permitirá competir en el mercado con un mejor producto a un menor costo, es por eso que la principal actividad a la que destinan su crédito es el adquirir nueva maquinaria, del estudio realizado se

pudo obtener que alrededor del 38% de los empresarios han adquirido nueva maquinaria dentro de los últimos 5 años.

- El principal componente tecnológico en las pymes es la tecnología dura, es decir maquinaria y equipo, debido en gran parte a la fuerte actividad manufacturera a la que se dedican las pymes.
- En cuanto al uso de TIC, han visto la necesidad de ayudarse en sus procesos a través del uso de programas informáticos tales como hojas de cálculo, procesadores de texto, bases de datos, software de diseño, etc. Las pymes no están relegadas a la era digital sin embargo por desconocimiento de los beneficios y alternativas de comunicación e información que pueden ofrecer las TIC, su aprovechamiento en investigación y desarrollo de nuevos productos, mercadeo, comunicación empresarial aun es mínimo.
- En cuanto a la capacitación aun miran a la formación de su personal como un gasto y no como una inversión, por lo que procuran dotar de capacitación solo al personal estrictamente necesario, así se provee en su mayoría a supervisores o jefes de áreas especialmente vinculadas a la producción y comercialización.
- Las principales fuentes de capacitación para las pymes constituyen principalmente empresas capacitadoras, su alta demanda de servicios se debe a los contenidos de capacitación especializados en distintas áreas empresariales, que estas ofrecen; por parte del sector público el SECAP, constituye otra importante fuente de capacitación dirigida especialmente para los trabajadores y emprendedores de nuevos negocios, esta institución cuenta con importante infraestructura y equipamiento que le permite responder a la demanda de servicios de capacitación laboral en áreas de producción.
- En lo concerniente al área de gestión de la empresa es alentador ver que existe un elevado porcentaje de pymes, alrededor del 53%, que basan sus decisiones mediante el uso de herramientas administrativas, tienen mayor conciencia acerca de definir un plan estratégico que les permita prever para el futuro y poder llegar al cumplimiento de sus metas.

- El sector pyme posee un alto potencial productivo e innovador en la generación de productos, las principales actividades a las que se dedican las pymes están encaminadas hacia la actividad manufacturera incorporando servicios o características adicionales que le otorgan mayor valor agregado a sus productos.
- El mercado nacional constituye el principal destino de ventas de las pymes, dentro del cual destaca una tendencia a establecer relaciones comerciales con otras instituciones como distribuidores y empresas ya que estos representan la oportunidad de vender en mayor volumen sus productos, apenas un 21% afirman que el consumidor final constituye uno de sus principales compradores, debido a que llegar al consumidor final requiere incurrir en mayores gastos de comercialización y cuyo nivel de demanda muchas veces no cubre los gastos incurridos.
- La incursión en el mercado internacional es aún incipiente, apenas el 11% de pymes están exportando, entre las principales razones por las que no exportan sus productos destacan: desconocimiento de las preferencias y comportamiento del consumidor en el mercado, capacidad insuficiente para exportar, precios no competitivos, el producto no cumple con estándares de calidad exigidos, y su desconocimiento de cómo exportar.
- La oferta de las pymes al mercado externo está compuesta por productos primarios, manufacturas y artesanías en los que destacan productos textiles, madereros, alimentos y bebidas principalmente.
- Los principales mercados de destino internacional lo constituyen la CAN, Estados Unidos y la Unión Europea, siendo el primero el principal destino de exportaciones de las pymes debido a que el Ecuador es miembro de la Comunidad Andina y mantiene acuerdos comerciales y de cooperación que permite el libre acceso de sus productos a los otros países miembros.
- Las principales formas de incursión en el mercado externo se dieron a través de la participación de las pymes en ferias internacionales y ruedas de negocios, este tipo de acciones han sido promovidas tanto por el Gobierno, así como por instituciones no gubernamentales como FEDEXPOR. La calidad e innovación



en el producto ofrecido ha constituido la carta de presentación que les permite darse la oportunidad de incursionar en mercados extranjeros.

- Las principales acciones encaminadas a apoyar a las pymes por parte del sector estatal como del sector privado consiste en dar asistencia técnica, capacitación, otorgar financiamiento, asesoría comercial y apertura a nuevos mercados; existe la voluntad de acompañar e incentivar a las pymes en procesos de mejoramientos productivo y competitivo sin embargo sus esfuerzos se ven limitados por el desconocimiento de la existencia de estos programas, así como la falta de información en cuanto a requisitos y trámites necesarios para acceder a los mismos por parte de las pymes.

## RECOMENDACIONES

- ☞ El desarrollo e impulso del sector pyme parte de contar con un marco legal sólido, del que se desprenden las políticas necesarias para su activa participación en el proceso productivo del país, por lo que es fundamental consolidar una base legal específica, actualizada y sostenible que responda a las necesidades competitivas y productivas del sector pyme.
- ☞ Es necesario crear el entorno adecuado que promueva el fortalecimiento de las pymes mediante la estabilidad económica y políticas que fomenten el potencial productivo de las mismas, en el campo financiero es fundamental contar con un sistema seguro y estable que permita una intermediación financiera eficiente donde se canalice el ahorro hacia la inversión productiva., permitiendo acceder a crédito productivo a tasas de interés y condiciones razonables.
- ☞ La banca pública debe fortalecer su papel como fuente de financiamiento para el sector pyme, puesto que actualmente la banca privada constituye el principal proveedor de crédito para este sector, es necesario que la banca pública mejore sus procesos para la adjudicación de un crédito a través de la flexibilización de los requisitos exigidos y agilización en los tiempos de entrega del crédito.
- ☞ El ser una fuente proveedora de crédito para pequeños y medianos negocios implica romper con esquemas tradicionales en la calificación para asignación de créditos puesto que las pymes no siempre cuentan con las garantías e información crediticia, financiera y económica necesaria para ser sujeto de crédito; se hace necesario entonces buscar otras alternativas viables que permitan dotar a las pymes de los recursos financieros necesarios para mejorar su competitividad. Algunas de las alternativas podrían ser la agrupación entre varias pymes para formar un fondo común de garantía que les permita acceder a un monto mayor de crédito, el leasing, factoring, entre los más importantes, que tratan de responder a las necesidades de este sector.
- ☞ Aprovechar el potencial productivo e innovador que ofrecen las pymes en la generación de productos que incorporan servicios o características adicionales que le otorgan mayor valor agregado a sus productos, a través del acompañamiento a las pymes con asistencia técnica, capacitación, asesoría en

desarrollo comercial y apoyo a la inversión en equipamiento productivo de tal manera que se fortalezca su participación en el mercado y se incentive la diversificación de la oferta la exportable del país.

☞ Las pymes todavía no han explotado el potencial competitivo que representa la tecnología en la incorporación de sus actividades diarias, estas aun limitan la tecnologías solamente al área de producción, debido principalmente al desconocimiento de las aplicaciones y beneficios que esta puede ofrecer a toda la empresa, por lo que es necesario por un lado que los dueños o gerentes de las pymes busquen informarse y capacitarse sobre el uso y aplicación de tecnologías de información y comunicación, por otro lado las universidades podrían llevar a cabo proyectos de vinculación entre sus estudiantes y las pymes, a manera de pasantías empresariales en donde los estudiantes asesoren y propongan planes de innovación tecnológica que respondan a las necesidades de las pymes.

☞ El papel de las universidades en la formación de profesionales calificados en distintas áreas debe constituir un compromiso social, donde desde sus aulas pueden ser semillero en la generación de nuevos emprendedores debidamente formados y calificados para afrontar nuevos retos.

La Universidad Politécnica Salesiana más aún con su espíritu salesiano está comprometida en la generación de talento humano altamente competitivo, emprendedor y con responsabilidad social; que contribuyan a la generación de nuevos proyectos productivos así como al fortalecimiento competitivo de las pymes a través del acompañamiento y asesoría profesional en sus distintas áreas de producción, comercialización, desarrollo e investigación, administración, de tal manera que se incentive y fortalezca la presencia de las pymes en la actividad económica nacional.

☞ Se debe procurar la asociación con otras entre empresas puesto que representa una alternativa viable que potencializa las posibilidades de incursión en mercados internacionales, en conjunto se pueden ayudar a superar muchas de las limitaciones financieras, volumen, desconocimiento de mercado entre otras dificultades que como pyme por si sola es difícil superar.

- ☞ Es recomendable fortalecer las relaciones comerciales y de cooperación existentes y establecer nuevos lazos comerciales con otras regiones, de manera que permitan expandir las oportunidades de comercio hacia nuevos mercados extranjeros.
  
- ☞ El respaldo del sector estatal como del sector privado constituyen pilares importantes en el mejoramiento de las condiciones y capacidades de operación de las pymes sin embargo es necesario mejorar los mecanismos de información y difusión de los programas de tal manera que estos puedan llegar a los sectores productivos del país, por otro lado los dueños deben procurar informarse acerca de opciones y propuestas que les puedan ayudar a superar sus dificultades.

## BIBLIOGRAFÍA

- ❖ ARAQUE, Wilson, “Competitividad de las pequeñas empresas de la confección de Quito”, INSOTEC-EPN, serie Industrialización y Desarrollo, No. 13, Quito-Ecuador, 2003.
- ❖ BARRERA, Marco “Situación y Desempeño de las pyme de Ecuador en el Mercado Internacional”, Seminario - Taller: “Mecanismos de Promoción de Exportaciones para las pyme en los países miembros de la ALADI”, Montevideo – Uruguay, 13 y 14 de septiembre de 2001.
- ❖ BIANCHI, Patricio, *Nuevo enfoque en el diseño de políticas para las pymes. Aprendiendo de la experiencia europea*, CEPAL, Documento de trabajo No 72, 1996
- ❖ CLERI, Carlos, *El libro de las pymes*, Ediciones Granica S:A, Buenos Aires, Primera Edición, 2007
- ❖ CELY, Nathalie, “Productividad de las pymes”, CIUDADANIZANDO LA POLÍTICA, 2006
- ❖ ELIZONDO, Marcelo y otros, *Los consorcios de exportación*, Editorial Libros de la Araucaria, Argentina, 2009.
- ❖ GRECO, Silvia, “Cooperación internacional para pequeñas y medianas empresas”, PYMES: escenario de oportunidades en el siglo XXI, Caracas, Venezuela, SELA, AECI, 1999.
- ❖ HERNANDEZ, Roberto y otros, *Metodología de Investigación*, Editorial Mc Graw Hill, Cuarta Edición, México, 2006
- ❖ HIDALGO, Roberto, *Evolución y situación actual de la Pymi en Ecuador*, Edición INSOTEC, Quito-Ecuador, 1999

- « INEC, *Encuesta de manufactura y Minería*, 2007
  
- « INEC, *Evolución de la Industria de Alimentos y Bebidas*, 2006
  
- « LOPEZ, Hernando, y CARRIÓN Hugo, *Tecnologías de información y comunicación en la competitividad de Quito*, CONQUITO, Quito, 2007
  
- « LUNA, Luis, “La Pequeña Industria y la Exportación”, Congreso de la Pequeña Industria, CAPEIPI. Agosto 2001
  
- « MAESO, Antonio, “Mecanismos de acceso de las pymes al comercio exterior: consorcios de exportación”, *PYMES: ESCENARIO DE OPORTUNIDADES EN EL SIGLO XXI*, Caracas, Venezuela, SELA, AECI, 1999.
  
- « MANZANO, Osmael, “Incorporando las pymes al proceso productivo”, *Entorno Sectorial*, N14, 2005
  
- « s/a, “Diagnóstico de la Pequeña y Mediana Industria en el Ecuador”, MICIP, INSOTEC Quito 2002, Ecuador.
  
- « OROZCO, Arturo, *Investigación de Mercados*, Grupo Editorial Norma, 1999
  
- « PEDONE, Claudia, *Estrategias migratorias y poder*, Ediciones Abya-Yala, Primera Edición, Quito, 2006
  
- « QUINTERO, Rafael y Erika Silva, *Hacia un modelo de desarrollo histórico*, Editorial La Tierra, 2005
  
- « RAMIREZ, Juan, *Pymes más competitivas*, Primera Edición, Editorial Mayol, Año 2005.
  
- « ROQUE, Bruno, *Fundamentos de Comercialización Internacional Pymes*, Primera Edición, Editorial Macchi, 2005

- ❖ ROSALES, Ramón, La asociatividad como estrategia de fortalecimiento de la pequeña y mediana empresa en América Latina y el Caribe, PYMES ESCENARIO DE OPORTUNIDADES EN EL SIGLO XXI, SELA, AECI, Caracas, Venezuela, 1999
  
- ❖ RUSSO, Fabio, “Los consorcios de exportación, un instrumento para fomentar las exportaciones de las pymes”, LOS CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN: LA EXPERIENCIA LATINOAMERICANA Y ESPAÑOLA, Libros de la Araucaria Fundación Standard BankFundación Export.Ar, Buenos Aires, Argentina ,2009
  
- ❖ SANCHEZ, Jeaneth, *Elementos de Discusión hacia una política de la micro y pequeña empresa*, Editorial La tierra, Quito, 2005
  
- ❖ VILLACIS, Byron, Análisis Estadístico Económico, INEC, Octubre 2008

## NETGRAFIA

- <http://www.alide.org>
- <http://www.bce.fin.ec>
- <http://www.comunidadandina.org>
- <http://www.cai.org.ar>
- <http://www.corpei.org>
- <http://www.conquito.org.ec>
- <http://www.eclac.org>
- <http://www.ecuapymes.com>
- <http://flacso.org.ec>
- <http://www.fedexpor.com>
- <http://www.inec.gov.ec>
- <http://www.infodesarrollo.ec>
- <http://www.mipro.gob.ec>
- <http://www.sela.org>



# ANEXOS

# ANEXO N°1 FORMATO DE LA ENCUESTA

| <b>ENCUESTA DE INVESTIGACIÓN</b>   |   |  |
|--|---|--|
| Tema: Análisis de las PYMES ubicadas en la ciudad de Quito y su apertura a mercados internacionales  |   |  |
| Investigador: Mayra Gualotuña  | Institución: Universidad Politécnica Salesiana  |  |
| La siguiente encuesta forma parte de un estudio de las pequeñas y medianas empresas ubicadas en la ciudad de Quito. Mediante el presente estudio se busca establecer un diagnóstico acerca de la situación en que opera el sector pyme y así contribuir al desarrollo del mismo.<br>Agradezco por atenderme y responder con honestidad y claridad a las preguntas. |   |  |
| 1.- Nombre del Negocio:  |   |  |
| 2.- Tipo:  | <input type="checkbox"/> 2.1 Persona Natural<br><input type="checkbox"/> 2.2 Persona Jurídica   |  |
| 3.- Sector   |   |  |
| 4.- Actividad  |   |  |
| 5.- Tiempo de Operación  |   |  |
| 6.- Productos:   |   |  |
| 7.- Destino de venta del producto.   | Mercado Nacional <input type="checkbox"/>   | Exportaciones <input type="checkbox"/><br>Destino.....   |
| 8.- Quienes constituyen sus principales clientes   | Mercado Nacional  | Exportaciones  |
|  | <input type="checkbox"/> a. Consumidor Final<br><input type="checkbox"/> b. Distribuidores<br><input type="checkbox"/> c. Otras Empresas<br><input type="checkbox"/> d. Instituciones Públicas<br>e. Otros..... | <input type="checkbox"/> a. Consumidor Final<br><input type="checkbox"/> b. Distribuidores<br><input type="checkbox"/> c. Otras Empresas<br><input type="checkbox"/> d. Instituciones Públicas<br>e.<br>Otros..... |
| <b>Por favor si su empresa no exporta pase a la pregunta N° 11</b>   |   |  |
|  | <input type="checkbox"/> a. Gestión de la misma empresa   |  |

|  |  |                       |                   |                        |
|--|--|-----------------------|-------------------|------------------------|
| <p>9.- Su empresa comenzó a exportar por medio de:</p>   | <input type="checkbox"/> b. Cooperación de un contacto en el exterior<br><input type="checkbox"/> c. Asociación con otras empresas<br><input type="checkbox"/> d. Programas de promoción a la exportación por parte del Estado u otras instituciones externas  |                       |                   |                        |
| <p>10.- Su permanencia en el país de destino se ha visto amenazada por alguno de los siguientes factores</p> | <input type="checkbox"/> a. Elevada competencia<br><input type="checkbox"/> b. Normativa vigente difícil de cumplir<br><input type="checkbox"/> c. Falta de información sobre gustos y preferencias de los consumidores.<br><input type="checkbox"/> d. Diferencias culturales muy marcadas<br><input type="checkbox"/> e. Variaciones de tipo cambiario<br><input type="checkbox"/> f. Barreras Arancelarias<br><input type="checkbox"/> g. Barreras Para Arancelarias ( trámites, autorizaciones, etc).<br><input type="checkbox"/> h. Dificultad del idioma<br><input type="checkbox"/> i. Otros..... |                       |                   |                        |
| <p>11.- Señale las razones por las que no exporta:</p>   | <input type="checkbox"/> a. Desconocimiento de cómo exportar<br><input type="checkbox"/> b. Producto no cumple con los estándares de calidad<br><input type="checkbox"/> c. Capacidad insuficiente para exportar<br><input type="checkbox"/> d. Precios no competitivos<br><input type="checkbox"/> e. Desconocimiento del comportamiento y preferencias del consumidor en el mercado externo.<br><input type="checkbox"/> f. Trámites demasiado complejos y demorados.<br><input type="checkbox"/> g. No está interesado en exportar<br><input type="checkbox"/> h. Otros.....                          |                       |                   |                        |
| <p>12.- Establezca el nivel de importancia que</p>   |  | <p>Muy importante</p> | <p>Importante</p> | <p>Poco Importante</p> |

|   |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|
| tienen los siguientes factores para el desarrollo competitivo de su empresa :                           | Gestión Administrativa   |  |  |  |
|   | Personal Calificado  |  |  |  |
|   | Calidad en el producto   |  |  |  |
|   | Tecnología   |  |  |  |
| 13.- ¿La empresa ha provisto algún tipo de capacitación al personal?                                    | <input type="checkbox"/> Sí      ¿Cual?.....<br><input type="checkbox"/> No  |  |  |  |
| 14.- Si el personal de su empresa requiere de capacitación por lo general recurre a:                    | <input type="checkbox"/> a. Gremios, Cámaras, o Asociaciones<br><input type="checkbox"/> b. SECAP<br><input type="checkbox"/> d. Empresas Capacitadoras  | <input type="checkbox"/> e. Universidades<br><input type="checkbox"/> f. ONG´s<br>h.<br>Otros..... |  |  |
| 15. Qué tipo de tecnología considera usted más importante para el desarrollo competitivo de su negocio: | <input type="checkbox"/> a. Maquinaria y Equipo<br><input type="checkbox"/> b. Tecnologías de Información y Comunicación –TIC-<br><input type="checkbox"/> c. Programas Informáticos   |  |  |  |
| 16.- Indique dos de los beneficios más importantes que le ha aportado la tecnología a su empresa:       | <input type="checkbox"/> a. Disminuir tiempo de producción<br><input type="checkbox"/> b. Mejorar procesos de producción y servicio<br><input type="checkbox"/> c. Aumento en las ventas del producto<br><input type="checkbox"/> d. Incremento en la promoción del producto<br><input type="checkbox"/> e. Reducción de costos<br><input type="checkbox"/> f. Mejorar Comunicación dentro y fuera de la empresa |  |  |  |
| 17.- El equipamiento de su empresa es de tipo:  | <input type="checkbox"/> a. Manual<br><input type="checkbox"/> b. Semi- Automática<br><input type="checkbox"/> c. Automática<br><input type="checkbox"/> d. Computarizada  |  |  |  |

|   |   |
|---|---|
| 18.- La última adquisición de maquinaria fue hace:  | <input type="checkbox"/> a. Menor a 5 años<br><input type="checkbox"/> b. 5 años<br><input type="checkbox"/> c. 10 años<br><input type="checkbox"/> d. 20 años<br>e. Otros.....   |
| 19.- La empresa recurre a Financiamiento principalmente para:   | <input type="checkbox"/> a. Adquisición de Materia Prima<br><input type="checkbox"/> b. Compra de Maquinaria<br><input type="checkbox"/> c. Capacitación<br><input type="checkbox"/> d. Pago de otras deudas  |
| 20.- Si la empresa requiere financiamiento por lo general recurre a:                                    | <input type="checkbox"/> a. Recursos propios de la empresa<br><input type="checkbox"/> b. CFN<br><input type="checkbox"/> c. Banco de Fomento<br><input type="checkbox"/> d. Banca Privada<br><input type="checkbox"/> e. Cooperativas<br><input type="checkbox"/> f. ONG's<br>d.<br>Otros..... |
| 21.- ¿La empresa se ha acogido a algún programa de apoyo sea por parte del Estado o del sector privado? | <input type="checkbox"/> Si      ¿Cual?.....<br><input type="checkbox"/> No      ¿ por qué?.....  |
| 22.- Las decisiones de la empresa están basadas en:   | <input type="checkbox"/> a. Uso de Herramientas Administrativas<br><input type="checkbox"/> b. Intuición<br><input type="checkbox"/> c. Experiencias previas  |

ANEXO N°2  
TABULACIÓN  
DE  
ENCUESTAS

## TABULACIÓN DE ENCUESTAS

A continuación se detallan los resultados obtenidos una vez aplicada la encuesta a pymes ubicadas en la ciudad de Quito.

### Pregunta N°2: Tipo de Empresa

La pregunta busca conocer si la pyme tiene personería jurídica o natural

| Tipo de Empresa  | Frecuencia | N=385<br>% de N |
|------------------|------------|-----------------|
| Persona Natural  | 61         | 16%             |
| Persona Jurídica | 324        | 84%             |

Dentro de los resultados obtenidos en la pregunta N°2 se obtuvo que 324 empresas poseen personería jurídica y de esta misma pregunta se pudo desagregar en qué tipo de persona jurídica es:

| Persona Jurídica  | Frecuencia | N=324<br>% de N |
|-------------------|------------|-----------------|
| Sociedad Anónima  | 152        | 47%             |
| Compañía Limitada | 172        | 53%             |

### Pregunta N°3: Sector

Mediante esta pregunta se pudo establecer el sector geográfico en el que operan las pymes.

| Sector | Frecuencia | N=385<br>% de N |
|--------|------------|-----------------|
| Norte  | 208        | 54%             |
| Centro | 8          | 2%              |
| Sur    | 88         | 23%             |



|                     |    |     |
|---------------------|----|-----|
| Valles              | 46 | 12% |
| Afuera de la ciudad | 35 | 9%  |

#### **Pregunta N° 4: Actividad**

Mediante esta pregunta se pudo determinar las principales actividades a las que se dedican las pymes.

| Principales Actividades            | Frecuencia | N=385<br>% de N |
|------------------------------------|------------|-----------------|
| Alimenticio y bebidas              | 92         | 24%             |
| Textil                             | 54         | 14%             |
| Comercio                           | 122        | 32%             |
| Metalmecánica                      | 15         | 4%              |
| Maderero                           | 38         | 10%             |
| Químico                            | 8          | 2%              |
| Caucho y Plástico                  | 8          | 2%              |
| Papel e Imprenta                   | 4          | 1%              |
| Cuero y calzado                    | 8          | 2%              |
| Minerales no metálicos             | 12         | 3%              |
| Construcción                       | 8          | 2%              |
| Aparatos eléctricos y electrónicos | 4          | 1%              |
| Servicios                          | 12         | 3%              |

#### **Pregunta N°5: Tiempo de Operación**

| Años de Operación | Frecuencia | N=385<br>% de N |
|-------------------|------------|-----------------|
| Menor a 5 años    | 31         | 8%              |
| 5 a 10 años       | 50         | 13%             |
| 11 a 15 años      | 131        | 34%             |
| 16 a 20 años      | 92         | 24%             |

|                 |    |     |
|-----------------|----|-----|
| 21 a 25 años    | 62 | 16% |
| Mayor a 25 años | 19 | 5%  |

### Pregunta N°6: Productos

Mediante este planteamiento se posible determinar los principales productos ofrecidos por las pymes

|  | Frecuencia | N=385<br>% de N |
|--|------------|-----------------|
| Prendas de vestir  | 50         | 13%             |
| Productos Textiles   | 31         | 8%              |
| Artículos de cuero y calzado   | 12         | 3%              |
| Materiales de Construcción   | 27         | 7%              |
| Madera y productos fabricados en madera                              | 42         | 11%             |
| Alimentos Procesados (conservas, deshidratados, lácteos, etc.)       | 50         | 13%             |
| Frutas, Hortalizas y Legumbres                                       | 35         | 9%              |
| Bebidas (jugos, agua embotellada)                                    | 15         | 4%              |
| Chocolates y confitería  | 27         | 7%              |
| Sustancias y Productos Químicos                                      | 8          | 2%              |
| Productos Minerales no metálicos(Porcelanas, lozas, joyería, etc)    | 15         | 4%              |
| Productos de caucho y plástico (embases, embalajes, etc.)            | 15         | 4%              |
| Productos de papel e imprenta  | 8          | 2%              |
| Gigantografías, rótulos, vallas publicitarias                        | 4          | 1%              |
| Metalmecánica(Cerraduras, puertas de metal, molduras, etc)           | 19         | 5%              |
| Aparatos eléctricos y electrónicos ( sistemas de seguridad, alarmas, | 12         | 3%              |

|  |    |    |
|--|----|----|
| instrumentos ópticos, línea blanca, etc) |    |    |
| Servicios de transporte, asesoría, etc.  | 15 | 4% |

También fue posible clasificar los principales productos que exportan las pymes, de un total de 42 pymes exportadoras

|   | Frecuencia | N=42<br>% de N |
|---|------------|----------------|
| Frutas, legumbres y hortalizas  | 4          | 9%             |
| Bebidas (jugos, malteadas, agua embotellada, etc.)                                      | 5          | 11%            |
| Alimentos Procesados ( snacks, conservas, deshidratados)                                | 6          | 14%            |
| Confitos y chocolates   | 3          | 8%             |
| Textiles  | 4          | 9%             |
| Prendas de vestir   | 5          | 11%            |
| Productos de plástico y caucho(guantes, adhesivos, artículos de oficina, fundas, cajas) | 1          | 3%             |
| Artículos de cuero (bolsos, maletas, bolsos de mano, cinturones, etc.)                  | 3          | 7%             |
| Artículos de madera (cajones, monturas de cepillo, estatuillas, artesanías, etc.)       | 4          | 9%             |
| Papel y cartón (etiquetas, tarjetas, catálogos, papel para imprimir, envases, etc.)     | 1          | 3%             |
| Artículos de Cerámicas, vidrios   | 1          | 3%             |
| Joyería y bisutería   | 2          | 4%             |
| Materiales de Construcción( tejas, baldosas, losas, etc)                                | 1          | 3%             |
| Metales(laminados, pernos, tornillos, pasadores)  | 1          | 3%             |
| Químicos (pigmentos, colorantes, aditivos, etc)   | 1          | 3%             |

### **Pregunta 7: Destino de venta del producto**

Se buscaba establecer cuantas empresas incursionan en mercados internacionales

| Mercados                            | Frecuencia | N=385<br>% de N |
|-------------------------------------|------------|-----------------|
| Mercado Nacional                    | 343        | 89,09%          |
| Mercado Internacional               | 1          | 0,26%           |
| Mercado Nacional e<br>Internacional | 41         | 10,65%          |

Principales destinos de venta del mercado internacional

| Destino                    | Frecuencia | N=42<br>% de N |
|----------------------------|------------|----------------|
| Estados Unidos             | 6          | 15%            |
| Unión Europea              | 10         | 24%            |
| CAN                        | 16         | 38%            |
| MERCOSUR                   | 3          | 6%             |
| ALADI                      | 5          | 12%            |
| OTROS ( Canadá y<br>Chile) | 2          | 5%             |

### **Pregunta N° 8 ¿Quiénes constituyen sus principales clientes?**

El planteamiento busca conocer los principales clientes a los que atienden las pymes, tanto en el mercado nacional como internacional, es importante tener en consideración al tabular que una pyme puede tener más de un tipo de cliente principal por lo que el resultado de la tabulación no necesariamente nos dará 100%

### Principales Clientes en el mercado nacional

|                        | Frecuencia | N=385<br>% de N |
|------------------------|------------|-----------------|
| Consumidor Final       | 81         | 21%             |
| Distribuidores         | 146        | 38%             |
| Otras Empresas         | 112        | 29%             |
| Instituciones Públicas | 98         | 25%             |

### Principales clientes en el Mercado Internacional

| Cliente        | Frecuencia | N=42<br>% de N |
|----------------|------------|----------------|
| Distribuidores | 26         | 62%            |
| Otras Empresas | 16         | 38%            |

### Pregunta N° 9 ¿Su empresa comenzó a exportar por medio de?

Se busca establecer el medio como la empresa inicio su operación de exportación

| Opciones  | Frecuencia | N=42<br>% de N |
|---|------------|----------------|
| Gestión de la misma empresa   | 7          | 17%            |
| Cooperación de un contacto en el exterior   | 12         | 28%            |
| Asociación con otras empresas   | 3          | 7%             |
| Programas de promoción a la exportación por parte del estado u otras instituciones externas | 20         | 48%            |

**Pregunta N° 10 Su permanencia en el país de destino se ha visto amenazada por algunos de los siguientes factores:**

| Factores   | Frecuencia | N= 42<br>% de N |
|--|------------|-----------------|
| Elevada Competencia  | 31         | 74%             |
| Normativa vigente difícil de cumplir                                 | 16         | 38%             |
| Falta de información sobre gustos y preferencias de los consumidores | 23         | 55%             |
| Diferencias culturales muy marcadas                                  | 1          | 2%              |
| Variaciones de tipo cambiario  | 5          | 12%             |
| Barreras Arancelarias  | 2          | 5%              |
| Barreras Para Arancelarias   | 18         | 43%             |
| Dificultad del idioma  | 3          | 7%              |

De igual manera esta pregunta el encuestado tenía la opción de elegir más de una opción por lo que el resultado de la tabulación será mayor al 100%

**Pregunta N° 11: Señale las razones por las que no exporta**

| Factores   | Frecuencia | N= 343<br>% de N |
|--|------------|------------------|
| Desconocimiento de cómo exportar   | 154        | 45%              |
| Producto no cumple con estándares de calidad   | 161        | 47%              |
| Capacidad insuficiente para exportar   | 216        | 63%              |
| Precios no competitivos  | 202        | 59%              |
| Desconocimiento del comportamiento y preferencias del consumidor en el mercado externo | 226        | 66%              |
| Trámites demasiado complejos y demorados   | 75         | 22%              |
| No está interesado en exportar   | 7          | 2%               |

**Pregunta N° 12 Establezca el nivel de importancia que tienen los siguientes factores para el desarrollo competitivo de su empresa.**

|                 | Gestión Administrativa |                 | Personal Calificado |                 | Calidad en el producto |                 | Tecnología |                 |
|-----------------|------------------------|-----------------|---------------------|-----------------|------------------------|-----------------|------------|-----------------|
|                 | Frecuencia             | N=385<br>% de N | Frecuencia          | N=385<br>% de N | Frecuencia             | N=385<br>% de N | Frecuencia | N=385<br>% de N |
| Muy Importante  | 127                    | 33%             | 150                 | 39%             | 277                    | 72%             | 239        | 62%             |
| Importante      | 239                    | 62%             | 176                 | 46%             | 108                    | 28%             | 104        | 27%             |
| Poco Importante | 19                     | 5%              | 59                  | 15%             |                        |                 | 42         | 11%             |

**Pregunta N° 13 ¿La empresa ha provisto de algún tipo de capacitación al personal?**

|    | Frecuencia | N= 385<br>% de N |
|----|------------|------------------|
| Si | 181        | 47%              |
| No | 204        | 53%              |

Del total de encuestas realizadas 181 pymes contestaron positivamente que proveen capacitación a su personal, del total de estas se pudo establecer en qué áreas principalmente se imparte capacitación.

Debido a que una pyme pudo responder más de una opción los resultados sobrepasaron al 100%.

### Tipo de Capacitación impartida

| Áreas            | Frecuencia | N= 181<br>% de N |
|------------------|------------|------------------|
| Producción       | 143        | 79%              |
| Comercialización | 60         | 33%              |
| Financiera       | 33         | 18%              |
| Informática      | 67         | 37%              |
| Administrativa   | 7          | 4%               |
| Contabilidad     | 27         | 15%              |

**Pregunta N° 14: Si el personal de su empresa requiere de capacitación por lo general recurre a:**

| Fuentes de Capacitación         | Frecuencia | N = 385<br>% de N |
|---------------------------------|------------|-------------------|
| Gremios, Cámaras o Asociaciones | 42         | 11%               |
| SECAP                           | 150        | 39%               |
| Empresas Capacitadoras          | 177        | 46%               |
| ONG's                           | 8          | 2%                |
| Universidades                   | 8          | 2%                |

**Pregunta N° 15: ¿Qué tipo de tecnología considera usted más importante para el desarrollo competitivo de su negocio:**

|   | Frecuencia | N= 385<br>% de N |
|---|------------|------------------|
| Maquinaria y Equipo                       | 254        | 66%              |
| Tecnologías de Información y Comunicación | 58         | 15%              |
| Programas Informáticos                    | 73         | 19%              |



**Pregunta N° 16: Indique los beneficios más importantes que le ha aportado la tecnología a su empresa.**

| Beneficios  | Frecuencia | N= 385<br>% de N |
|---|------------|------------------|
| Disminuir tiempos de producción                   | 158        | 41%              |
| Mejorar procesos de producción y servicio         | 366        | 95%              |
| Aumentos en las ventas del producto               | 123        | 32%              |
| Reducción de costos                               | 227        | 59%              |
| Mejorar comunicación dentro y fuera de la empresa | 92         | 24%              |
| Mejorar la calidad del producto                   | 335        | 87%              |

**Pregunta N°17: El equipamiento de su empresa es de tipo:**

| Tipo             | Frecuencia | N= 385<br>% de N |
|------------------|------------|------------------|
| Manual           | 15         | 4%               |
| Semi- automática | 323        | 84%              |
| Automática       | 35         | 9%               |
| Computarizada    | 12         | 3%               |

Mediante esta pregunta se busca establecer el nivel tecnológico que poseen las pymes

**Pregunta N°18: La última adquisición de maquinaria fue hace:**

| Tipo           | Frecuencia | N= 385<br>% de N |
|----------------|------------|------------------|
| Menor a 5 años | 146        | 38%              |

|               |     |     |
|---------------|-----|-----|
| 5 años        | 119 | 31% |
| 10 años       | 104 | 27% |
| 20 años o más | 15  | 4%  |

El planteamiento hace referencia a la más reciente compra de maquinaria que haya realizado la pyme.

**Pregunta N° 19 La empresa recurre a financiamiento principalmente para:**

|                              | Frecuencia | N= 385<br>% de N |
|------------------------------|------------|------------------|
| Adquisición de materia prima | 123        | 32%              |
| Compra de maquinaria         | 254        | 66%              |
| Capacitación                 | -          | -                |
| Pago de otras deudas         | 8          | 2%               |

**Pregunta N° 20: Si la empresa requiere financiamiento por lo general recurre a:**

|                                | Frecuencia | N= 385<br>% de N |
|--------------------------------|------------|------------------|
| Recursos propios de la empresa | 1          | 0,26%            |
| CFN                            | 12         | 3.12%            |
| Banco de Fomento               | 2          | 0,52%            |
| Banca Privada                  | 334        | 86,79%           |
| Cooperativas                   | 36         | 9,35%            |
| ONG´s                          | -          | -                |

**Pregunta N° 21 ¿La empresa se ha acogido a algún programa de apoyo sea por parte del Estado o del sector privado?**

|  | Frecuencia | N= 385<br>% de N |
|--|------------|------------------|
|--|------------|------------------|

|    |     |     |
|----|-----|-----|
| Si | 140 | 36% |
| No | 245 | 64% |

Los principales beneficios a los que se han acogido los encuestados están los siguientes:

| Beneficios                                | Frecuencia | N= 140<br>% de N |
|---|------------|------------------|
| Programa de asistencia técnica MIPRO      | 21         | 15%              |
| Crédito Productivo CFN                    | 14         | 10%              |
| Programa de Compras Estatales             | 85         | 61%              |
| Ruedas de negocio, ferias internacionales | 20         | 14%              |

**Pregunta N° 22 Las decisiones de la empresa están basadas en:**

|                                     | Frecuencia | N= 385<br>% de N |
|-------------------------------------|------------|------------------|
| Uso de herramientas administrativas | 204        | 53%              |
| Intuición                           | 15         | 4%               |
| Experiencias previas                | 166        | 43%              |