

**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ECONOMÍA**

**TEMA:**

**ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD EN LA INDUSTRIA DE  
CHOCOLATERÍA FINA DE EXPORTACIÓN. PERIODO 2013 – 2018.**

**AUTOR:**

**GOVEA MOROCHO EVELYN SUSANA**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
ECONOMISTA**

**TUTOR:**

**Eco. Walter Efrén Guerra Bustamante, Mgs**

**Guayaquil, Ecuador**

**10 de marzo del 2020**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE ECONOMÍA**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Govea Morocho Evelyn Susana**, como requerimiento para la obtención del título de **Economista**.

**TUTOR**

f. \_\_\_\_\_

**Econ. Walter Efrén Guerra Bustamante, Mgs.**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

f. \_\_\_\_\_

**Econ. Erwin Guillén Franco, Mgs.**

**Guayaquil, al 10 de marzo del 2020**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**ECONOMÍA**

## **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Govea Morocho Evelyn Susana**

### **DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Análisis de la competitividad en la industria de chocolatería fina de exportación. Periodo 2013 – 2018.** previo a la obtención del título de **Economista**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 10 del mes de marzo del año 2020**

**LA AUTORA**

f. \_\_\_\_\_

**Govea Morocho Evelyn Susana**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE ECONOMÍA**

## **AUTORIZACIÓN**

Yo, **Govea Morocho Evelyn Susana**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Análisis de la competitividad en la industria de chocolatería fina de exportación. Periodo 2013 – 2018**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 10 del mes de marzo del año 2020**

**LA AUTORA:**

f. \_\_\_\_\_

**Govea Morocho Evelyn Susana**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

URKUND

## Urkund Analysis Result

Analysed Document:	Govea_Guerra.docx (D63905714)
Submitted:	2/14/2020 2:42:00 PM
Submitted By:	esgm96@hotmail.com
Significance:	0 %

f. \_\_\_\_\_  
Econ. Walter Efrén Guerra Bustamante, Mgs

f. \_\_\_\_\_  
Govea Morocho Evelyn Susana

## **AGRADECIMIENTO**

Mediante este trabajo de investigación agradezco a Dios por ser mi pilar en mi vida y ser la fortaleza en los momentos más difíciles. A mi familia, en especial a mi papá por ser mi pilar fundamental, por apoyarme en todos mis sueños. A mi hermano menor por ser un gran consejero; y a mi prima Jacqueline por acompañarme en todas esas noches en vela y los grandes consejos que me ayudaban a no rendirme. Y no está demás agradecer a las amistades que hice durante estos 4 años de carrera universitaria, sin ustedes este camino hubiera sido aburrido.

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de investigación está dedicado a Dios por ser mi fortaleza cada día y a mi padre, Javier Govea, por su amor, trabajo y sacrificios durante toda mi vida y carrera universitaria, gracias a ti principalmente es que estoy logrando todas mis metas y convirtiéndome en mejor persona cada día, gracias.



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE ECONOMÍA**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

**Econ. Erwin Guillén Franco, Mgs.**  
DIRECTOR DE CARRERA

f. \_\_\_\_\_

**Econ. Jorge Luis Delgado Salazar, Mgs.**  
COORDINADOR DEL ÁREA

f. \_\_\_\_\_

**Econ. Marlon Estuardo Pacheco Bruque, Mgs.**  
OPONENTE



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE ECONOMÍA**

**CALIFICACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

**Econ. Guerra Bustamante Walter Efrén, Mgs.**

## INDICE GENERAL

INDICE DE TABLAS .....	XII
INDICE DE FIGURAS .....	XIV
RESUMEN .....	XV
ABSTRACT .....	XVI
<b>CAPITULO I.....</b>	<b>2</b>
<b>1. Introducción.....</b>	<b>2</b>
1.1. Planteamiento del problema.....	3
1.2. Objetivos .....	5
1.2.1. Objetivo General.....	5
1.2.2. Objetivos Específicos .....	5
1.3. Justificación.....	5
1.4. Hipótesis.....	7
<b>CAPITULO II.....</b>	<b>8</b>
<b>2. Marco Teórico.....</b>	<b>8</b>
2.1. Teoría Clásica de Comercio Exterior: Ventaja Absoluta y Ventaja Comparativa .....	8
2.2. Teoría de la Dotación de los Factores.....	9
2.3. Producción de cacao en Ecuador .....	9
2.4. Comercialización de cacao.....	13
2.5. Comercio de chocolate fino .....	17
2.6. Teoría de los Factores de Competitividad.....	20
2.7 Marco Legal .....	28
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>36</b>
<b>3. Metodología de Investigación .....</b>	<b>36</b>

3.1. Método .....	36
3.2. Tipo de investigación.....	36
3.3. Variables de investigación .....	37
3.4. Fuentes de recopilación de información .....	38
3.5. Herramientas de recopilación de información .....	39
3.6. Población y muestra.....	39
3.6.1. Población .....	39
3.6.2. Muestra .....	39
3.7. Herramientas de análisis de información.....	40
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>41</b>
<b>4. Análisis de resultados .....</b>	<b>41</b>
4.1. Modelo 1: Datos de panel .....	41
4.2. Modelo 2: Análisis Factorial Exploratorio.....	47
4.3. Discusión.....	63
4.4. Propuesta de acciones .....	64
<b>CAPITULO V.....</b>	<b>65</b>
<b>5. Conclusiones y recomendaciones .....</b>	<b>65</b>
5.1 Conclusiones .....	65
5.2 Recomendaciones.....	66
<b>6. Referencias Bibliográficas .....</b>	<b>68</b>
<b>7. Anexos .....</b>	<b>76</b>
Anexo 1.- Carta de Apto.....	76
Anexo 2.- Encuesta.....	77

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Empresas dedicadas al cultivo de cacao</i> .....	11
Tabla 2. <i>Empresas dedicadas a la elaboración de cacao y chocolate</i> .....	12
Tabla 3. <i>Principales destinos de exportación de cacao ecuatoriano periodo 2018</i> .....	16
Tabla 4. <i>Exportaciones de Cacao y/o Elaborados a Bloques Comerciales</i> ...	17
Tabla 5. <i>Factores que influyen en las fuerzas de competitividad</i> .....	22
Tabla 6. <i>Enfoque Sistémico de la Competitividad</i> .....	26
Tabla 7. <i>Análisis de variables</i> .....	37
Tabla 8. <i>Unidades de observación</i> .....	39
Tabla 9. <i>Regresión Normal entre exportaciones y ventas</i> .....	42
Tabla 10. <i>Factor de inflación de la varianza</i> .....	42
Tabla 11. <i>Regresión de efectos fijos</i> .....	43
Tabla 12. <i>Regresión de efectos aleatorios</i> .....	43
Tabla 13. <i>Prueba Hausman</i> .....	44
Tabla 14. <i>Prueba de Wooldridge</i> .....	45
Tabla 15. <i>Autocorrelación</i> .....	46
Tabla 16. <i>Prueba de Wald</i> .....	46
Tabla 17. <i>Corrección de heterocedasticidad y autocorrelación</i> .....	47
Tabla 18. <i>Alpha de Cronbach</i> .....	48
Tabla 19. <i>KMO and Bartlett's Test</i> .....	48
Tabla 20. <i>Variancia explicada</i> .....	49
Tabla 21. <i>KMO and Bartlett's Test</i> .....	49
Tabla 22. <i>Significancia de la variancia</i> .....	50
Tabla 23. <i>Matrix Components</i> .....	51
Tabla 24. <i>Nuevo KMO and Bartlett's Test</i> .....	53
Tabla 25. <i>Variancia explicada</i> .....	53
Tabla 26. <i>Matrix components</i> .....	54
Tabla 27. <i>Matrix de Components</i> .....	56
Tabla 28. <i>KMO and Bartlett's Test Final</i> .....	58

Tabla 29. <i>Matriz de componentes, final</i> .....	59
Tabla 30. <i>Variancia explicada final</i> .....	61
Tabla 31. <i>Variables Entered/Removed</i> .....	62
Tabla 32. <i>Regresión lineal</i> .....	62

## INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Producción de cacao por provincia.....	10
<i>Figura 2.</i> Distribución por provincia de empresas cultivadoras de cacao.....	11
<i>Figura 3.</i> Distribución por provincia de empresas elaboradoras de cacao y chocolate .....	12
<i>Figura 4.</i> Exportación cacaotera de Ecuador periodo 2011-2018 .....	14
<i>Figura 5.</i> Exportaciones de cacao en dólares periodo 2016-2018.....	15
<i>Figura 6.</i> Exportación de semielaborados, periodo 2018.....	15
<i>Figura 7.</i> Exportaciones Ecuatorianas de Cacao, periodo 2015 .....	19
<i>Figura 8.</i> Destinos de Exportación de Chocolate sin Relleno .....	19
<i>Figura 9.</i> Destinos de Exportación de Demás Chocolate.....	20
<i>Figura 10.</i> Importancia de la Competitividad.....	21
<i>Figura 11.</i> Cinco fuerzas competitivas.....	22
<i>Figura 12.</i> Ventaja Competitiva Nacional.....	24
<i>Figura 13.</i> Denominación de Origen.....	27
<i>Figura 14.</i> República del Cacao - Etiqueta Originario de Ecuador .....	28
<i>Figura 15.</i> Barra de Chocolate con Certificación Denominación de Origen .....	28

## **RESUMEN**

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo analizar la competitividad en la industria de chocolatería fina en el Ecuador. Describir los factores descriptivos de la competitividad, los cuales son sostenibilidad, innovación, recursos y calidad. Los métodos aplicados son datos de panel y análisis factorial exploratorio, los cuales analizan de manera correcta la relación de las variables. Se desarrolla el marco teórico en donde la teoría principal es “Teoría de los factores de competitividad”. Como principal conclusión, se determina que dentro de los factores que influyen la competitividad, la innovación es la clave para que la industria de chocolatería fina tenga éxito

**PALABRAS CLAVES:** Exportaciones, Competitividad, Industria, Factores, Innovación.

## **ABSTRACT**

This research aims to analyze the competitiveness of the fine chocolate industry in Ecuador. Describe the descriptive factors of competitiveness, which are sustainability, innovation, resources and quality. The methods applied are panel data and exploratory factor analysis, which correctly analyze the relationship of the variables. The theoretical framework is developed where the main theory is "Theory of competitiveness factors". As a main conclusion, it is determined that among the factors that influence competitiveness, innovation is the key to the success of the fine chocolate industry

**KEY WORDS:** Exports, Competitiveness, Industry, Factors, Innovation

# CAPITULO I

## 1. Introducción

En el problema se investiga la competitividad en la industria de chocolatería fina de exportación. La actividad chocolatera de Ecuador ha ido incrementando con el transcurso del tiempo y a su vez ha sido reconocida a nivel mundial por su calidad. Sin embargo, sus exportaciones no evidencian su crecimiento a comparación de las exportaciones del cacao. Por lo tanto, se plantea la siguiente interrogante ¿Cuáles son los factores de competitividad que afectan al desarrollo de la industria de chocolatería fina de exportación? Periodo 2013 – 2018.

El objetivo de la investigación es identificar cuáles son los factores de competitividad que afectan al desarrollo en la industria de chocolatería fina de exportación. Periodo 2013 – 2018. Se estructura de la siguiente manera: En la sección primera se encuentra la introducción, planteamiento del problema, los objetivos tanto generales y específicos, justificación e hipótesis.

En la sección dos se desarrolla el marco teórico, conceptual y legal. Dentro del marco teórico, se enfatiza “La teoría de dotación de competitividad”, la cual trata sobre la creación de factores especializados que son necesarios para hacer competitivo a un país, debido a que la carta fuerte del desarrollo no la constituye la dotación natural de los factores sino la capacidad de cómo se procesan éstos para hacer una producción más eficiente. A partir del marco teórico se plantea la siguiente hipótesis: “Los factores de competitividad tales como sostenibilidad, calidad, desempeño e innovación y recursos, inciden de manera positiva en el desarrollo de la industria.”.

En la sección tres se presenta la metodología de la investigación. El método de investigación es cuantitativo y cualitativo. El tipo de investigación de este trabajo es descriptivo y correlacional.

En la sección cuatro se encontrará los modelos econométricos en donde se midió la competitividad a través de dos modelos, el primero por medio de datos de panel y el segundo por el Análisis Factorial Exploratorio

En la sección cinco se presenta la discusión de los resultados, donde se puede contrastar la teoría principal dentro de esta investigación, teoría de los factores de competitividad, con los resultados de los modelos econométricos.

Finalmente, se presentan las conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada. La principal conclusión es, para que la industria chocolatera sea competitiva a nivel internacional, tiene que mantenerse en una constante innovación.

### **1.1. Planteamiento del problema**

La producción del cacao en el mundo se ha originado desde el inicio de la historia, siendo uno de los cultivos más prósperos y apetecibles al paladar humano (ANECACAO, sf). De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO, por sus siglas en inglés), los países productores de cacao son aquellos países que están en desarrollo, ubicados en África, América Latina y Caribe; y Lejano Oriente (FAO, 2017). Sin embargo, su mayor consumo se encuentra en los países desarrollados, siendo los europeos su mayor consumidor, seguidos por EE. UU (Syndicat du Chocolat, 2019, pág. 1) quienes adquieren la materia prima y transforman la pepa de cacao y le dan el valor agregado.

La historia cacaotera del Ecuador es reconocida a nivel mundial y en la actualidad ocupa el cuarto lugar como productor (FAO). No obstante, la industria chocolatera del Ecuador tuvo sus inicios en el 2004, en donde se comenzó a producir y a exportar las primeras barras de chocolates de cacao de fino aroma. En la actualidad, la industria chocolatera se está abriendo caminos en los mercados internacionales a pesar de que sus exportaciones son en menor volumen en comparación con la pepa de cacao de fino aroma (PROECUADOR, 2017).

Según un informe de ANECACAO (2019) menciona, “durante 2018, las exportaciones de semielaborados representaron el 6.33% del suministro exportable total de cacao y sus productos procesados, con un valor FOB de USD de 47 millones” (pág. 4). Sin embargo, dentro del porcentaje ya mencionado (6.33%), la exportación del chocolate terminado equivale únicamente al 1%.

De acuerdo a (CEPAL, 2015, pág. 4) la industria de semielaborados en el país no se ha desarrollado de manera efectiva debido a las limitaciones que se han producido a lo largo de los años, dentro de la cual se encuentra la falta de cultivo adecuado (esto afecta directamente a la calidad de la pepa del cacao, la cual afecta al producto terminado, como lo es el chocolate); altos costos de la mano de obra nacional;

altos aranceles que varían del 20% al 30% (Comité de Comercio Exterior, 2012, pág. 63).

La competencia en esta industria es elevada pues existen muchos competidores de varios continentes. Actualmente la industria ecuatoriana de chocolate tiene como objetivo principal posicionarse en el mercado internacional logrando la estabilidad y sostenibilidad en su crecimiento; para ello necesita aumentar su productividad y competitividad para asegurar su posición en el mercado global (Quintana Lombeida, 2019, pág. 7). No obstante, Ecuador tiene una ventaja competitiva frente a otros países productores de chocolate, y estos es que cuenta con las plantaciones propias de cacao, su buena calidad es un factor importante, sin embargo, si el producto no es debidamente tratado, provocará que sus costos de producción sean altos y su calidad sea baja (N. Porchet, C. Nordmann, M. Castillo, 2017, pág. 3).

Otro factor competitivo es la tecnología, en donde muchos productores a pesar de querer producir a gran escala y dejar de producir de manera artesanal, se ven afectados gracias a los altos costos de importación de maquinarias industriales (Quintana Lombeida, 2019). Lo anterior da como resultado que se mantenga la producción artesanal, en donde la mano de obra es uno de los factores que más costos tiene.

A pesar de las limitaciones que ha tenido la industria chocolatera en el país, su producto tiene una gran demanda ubicada en Estados Unidos y en Europa. Estos datos reflejan que el país tiene las oportunidades comerciales, sin embargo, esta misma demanda tiene sus condiciones, debido a que sus consumidores tienen predilección por productos con certificaciones orgánicas y comercio justo (Acebo Plaza & A. Rodriguez, 2017, pág. 3)

Ante la problemática que tiene el sector industrial del chocolate ecuatoriano, es imperativo tomar acciones para desarrollar el sector exportador de productos industriales, consolidando mecanismos para mejorar los cultivos de cacao y así mejorar su calidad, mejorar la inversión dentro de la industria, implementación de nuevas tecnologías, reducir las limitaciones comerciales (aranceles) y costos de materias primas; es por esto que es necesario que se desarrolle de manera adecuada el nuevo Plan de Mejora de Competitividad de Cacao y Elaborados (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2019), para así incentivar a los chocolateros locales, y por lo

tanto tomar la iniciativa de cambiar la ideología de “Ecuador, país de exportaciones primarias” (Hurtado, 2017, pág. 147).

A partir de la problemática planteada anteriormente, se ha formulado la siguiente pregunta de investigación: **¿Cuáles son los factores de competitividad que afectan al desarrollo de la industria de chocolatería fina de exportación? Periodo 2013 – 2018.**

## **1.2. Objetivos**

### **1.2.1. Objetivo General**

Identificar cuáles son los factores de competitividad que afectan al desarrollo en la industria de chocolatería fina de exportación. Periodo 2013 – 2018.

### **1.2.2. Objetivos Específicos**

1. Definir los aspectos teóricos en el desarrollo de la industria de chocolatería fina de exportación.
2. Los factores de competitividad tales como la sostenibilidad, innovación, recursos y calidad que afectan las exportaciones de chocolatería fina a nivel externo.
3. Modelizar el impacto de los factores de competitividad dentro de la industria chocolatera, mediante la técnica econométrica de diferencias
4. Proponer acciones para lograr un posicionamiento adecuado del chocolate ecuatoriano en el mercado internacional.

## **1.3. Justificación**

Según el Plan Nacional de desarrollo 2017- 2021 “Toda una vida” (2017), “es necesario aumentar las posibilidades reales de transformación estructural, generando nuevos procesos y fortaleciendo el sistema productivo basado en eficiencia, generación de valor agregado e innovación, para reducir la vulnerabilidad externa” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, Senplades, 2017, pág. 72). Esto pone en evidencia que el gobierno está consciente que para que haya un cambio dentro de la economía, indistitivamente del sector económico, debe de haber cambios positivos en donde la producción tenga su valor agregado, gracias a la eficiencia e innovación dentro de su desarrollo.

Ecuador tiene una ventaja favorable por sobre los demás países que producen chocolate, y está en la producción de su materia fina, el cacao de fino aroma. El cultivo de cacao se lo realiza en la región litoral debido a los beneficios climáticos y por la abundancia de sus suelos (Acebo Plaza & A. Rodriguez, 2017). Razón por la cual, se deben destacar los factores competitivos en el desarrollo de la industria que permitirán tener un valor agregado en el mercado mundial.

De acuerdo con la resolución No. 59 del comité de comercio exterior, en la Sección IV (Comité de Comercio Exterior, 2012, pág. 63) de productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del Tabaco elaborados, capítulo 18, se detalla los aranceles que tiene la industria, las cuales varían entre el 20% - 30%. Esto muestra las limitaciones comerciales que tiene el sector, puesto que, con altos aranceles, los productores chocolateros tienen costos elevados de producción para poder exportar su producto.

Esta industria puede lograr varias ventajas competitivas y no tan solo enfocarse en su principal que es la producción de la materia prima. Esto se lograra a través de una mejor comercialización de productos, en donde los tratados comerciales juegan un rol importante; a su vez también se encuentra el desarrollo de los pequeños agricultores, este viene a convertirse en la marca diferencial para los productores ya que difunde el proceso sostenible con la sociedad (Acebo Plaza & A. Rodriguez, 2017, págs. 3-4)

El escenario que mantiene el sector de chocolate y demás derivados provenientes del cacao, es muy positiva debido a que actualmente está en marcha el “Plan de Mejora Competitiva del Cacao y Derivados”, que busca impulsar el sector cacaotero y de sus derivados y así tener una mejor acogida en el mercado externo (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2019).

El desarrollo de la investigación aspira lograr aportes relevantes en el aspecto académico dando a conocer la importancia de los factores de competitividad dentro de una industria rustica que solo se ha enfocado en ser reconocido por la exportación de materia prima, mas no por ser exportadores de productos elaborados.

#### **1.4. Hipótesis**

Se plantea las siguientes hipótesis:

H<sub>0</sub>: La competitividad afecta a las exportaciones.

H<sub>1</sub>: La sostenibilidad afecta a la competitividad.

H<sub>2</sub>: La innovación afecta a la competitividad.

H<sub>4</sub>: Los recursos afectan a la competitividad.

H<sub>5</sub>: La calidad afecta a la competitividad.

## CAPITULO II

### 2. Marco Teórico

#### 2.1. Teoría Clásica de Comercio Exterior: Ventaja Absoluta y Ventaja Comparativa

Antes de entrar al tema, se dará a conocer la definición de comercio internacional, término compuesto por las palabras Comercio, que se refiere a la actividad que radica en comprar o vender bienes para su transformación, para revenderse o para ser utilizados e Internacional, que se refiere a algo que ha trascendido las fronteras de un país y se lleva a cabo entre dos o más países. De modo que, el comercio internacional es la actividad comercial entre dos o más países, donde uno envía o exporta productos o servicios a otro u otros que los reciben o importan (Pérez & Merino, 2014).

La teoría de la ventaja absoluta fue desarrollada por el economista Adam Smith, considerado el padre de la economía. Dicha teoría establece que diferentes países producen los mismos bienes de formas más eficientes que otros, pues algunos países se especializan en producir mercancías para los que tienen ventaja absoluta, esto es, producir bienes de calidad utilizando menor cantidad de insumos que la competencia (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013).

Asimismo, dicha teoría sostuvo que las naciones se debían especializar en la producción y exportación de aquellos bienes que producen utilizando la menor cantidad de recursos, es decir, que presenten ventaja absoluta; así como, importar productos en los cuales las demás naciones tengan ventaja absoluta (Ovando, Canales, & Munguía, 2017).

Otra teoría que se implementó fue la de la ventaja comparativa, teoría que estipula que las ganancias a partir del comercio ocurrirán, incluso en un país que tenga ventaja absoluta en todos los productos, debido a que el país debe renunciar a la producción menos eficiente para especializarse en una más eficiente; en otras palabras, un país gana al concentrar sus recursos en los bienes que puede producir de modo más eficiente (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013).

David Ricardo, planteó la teoría de la ventaja comparativa como una mejora a la teoría de Adam Smith. La ventaja comparativa indica que el comercio internacional

se puede llevar a cabo entre países de diferente nivel de desarrollo ya que las naciones deben renunciar a la producción menos eficiente para especializarse en una más eficiente. Con el pasar de los años, Stuart Mill, propuso la teoría del tamaño del país, la cual sugiere que naciones más grandes dependen menos del comercio que las pequeñas (Ovando, Canales, & Munguía, 2017).

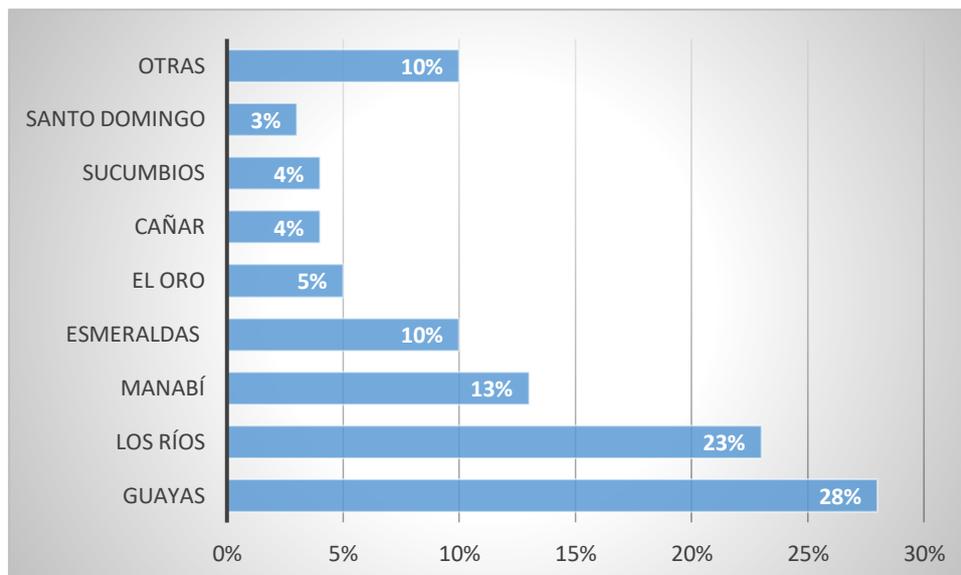
## **2.2. Teoría de la Dotación de los Factores**

En el siglo XX, Heckscher & Ohlin presentaron la teoría de la dotación de los factores, que expresa que las economías exportan aquellos bienes que se elaboran con factores de producción abundantes y económicos, por lo tanto, las condiciones de dotación de factores de producción (tierra, trabajo y capital) de cada país, explican las ventajas comparativas (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013).

Las diferencias en las dotaciones de mano de obra de los países, en comparación con las dotaciones de tierra o capital, explican la diferencia en los costos de los factores de producción. Si la mano de obra fuera abundante, en comparación con la tierra y el capital, su costo sería bajo; si es escasa, su costo sería alto, en comparación con los otros factores. Los costos de los factores llevarían a los países a sobresalir en la producción y exportación de productos que usaron sus abundantes y más baratos factores de producción.

## **2.3. Producción de cacao en Ecuador**

El cacao es una fruta tropical y sus cultivos se encuentran, en su mayoría en la Costa y la Amazonía (Guerrero, 2013). Ecuador se caracteriza por ser un país productor de cacao; de hecho, los volúmenes de producción del año 2016 fueron de 177551 toneladas métricas. Además, la provincia que más cacao produce es Guayas, cubriendo un 28% de la producción total de cacao, seguido de Los Ríos con 23% (Proecuador, 2017). Esto quiere decir que poco más de la mitad de la producción de cacao del Ecuador se concentra en dos provincias de la región costera. En la figura que se muestra a continuación se presenta las principales provincias productoras de cacao.



*Figura 1. Producción de cacao por provincia.*

Nota. Adaptado de (Proecuador, 2017).

Como se aprecia en la figura anterior, 79% del cacao ecuatoriano se produce en la región Costa, 7% en la Sierra y 4% en la Amazonía. El 10% restante está distribuido en otras provincias de Ecuador.

Otros datos de interés son: a) Ecuador ocupa el cuarto lugar como productor de cacao en grano a nivel mundial, b) las variedades de cacao que existen en Ecuador son cacao CCN-51 (Don Homero) y cacao nacional (Aroma Fino); c) dos asociaciones privadas colaboran con los ministerios y la aduana en el proceso de exportación de cacao y sus derivados, dichas asociaciones son Asociación Nacional de Exportadores de Cacao – Ecuador (Anecacao) y Asociación de Productores de Cacao Fino y de Aroma (aprocafa) (Corporación Financiera Nacional, 2018).

En las siguientes tablas y figuras se da a conocer la cantidad de empresas involucradas en el cultivo de cacao, la distribución de estas por provincia, el número de empresas que elabora cacao y chocolate y las provincias en las que se concentran.

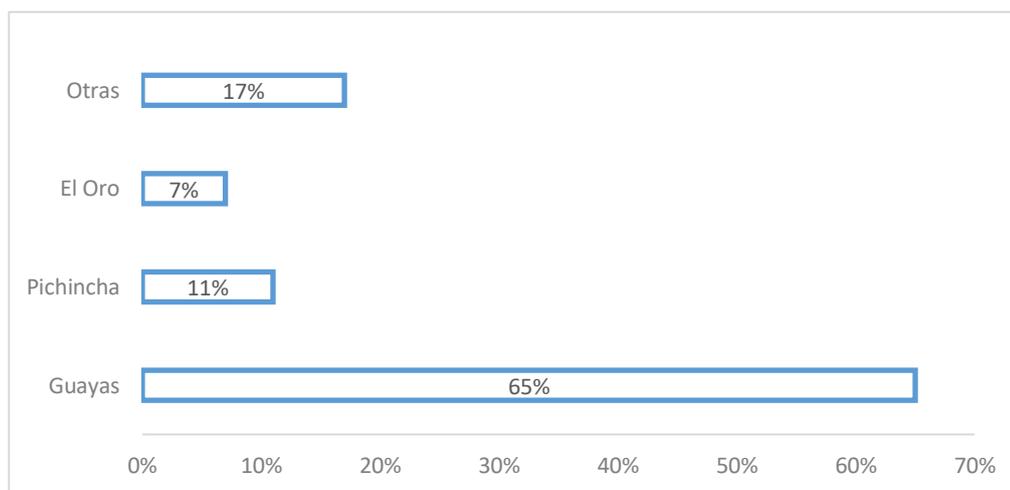
Tabla 1

*Empresas dedicadas al cultivo de cacao.*

<b>Tamaño</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Grande	2	3%
Mediana	8	12%
Micro	30	45%
Pequeña	26	39%
<b>Total</b>	<b>66</b>	<b>100%</b>

*Nota: Adaptado de (Corporación Financiera Nacional, 2018).*

Como se aprecia en la tabla anterior, las Mi pymes (micro, pequeñas y medianas empresas) son las que más se dedican al cultivo de cacao en Ecuador, conformando 97% del total de empresas involucradas en esta actividad. De hecho, la mayoría de las empresas dedicadas al cultivo de cacao son microempresas (45%), las pequeñas empresas también tienen una participación considerable (39%), mientras que las medianas empresas representan el 12% del total.



*Figura 2. Distribución por provincia de empresas cultivadoras de cacao*

*Nota: Adaptado de (Corporación Financiera Nacional, 2018).*

De acuerdo con la figura anterior, más de la mitad de las empresas cultivadoras de cacao están ubicadas en la provincia del Guayas, 65% específicamente, 7% se encuentran en la provincia de El Oro, ambas provincias de la región Costa, de modo que 72% de las empresas que cultivan cacao, sin importar su tamaño, se localizan en la región Costa.

Por otra parte, 11% de estas organizaciones se encuentran en la provincia de Pichincha, la cual pertenece a la región Andina y, el 17% restante se encuentra

distribuido en varias provincias del país. Cabe señalar que 83% de las empresas que cultivan cacao se encuentran en tres provincias del Ecuador y, 72% de las compañías dedicadas a esta actividad están ubicadas en dos provincias de la Costa.

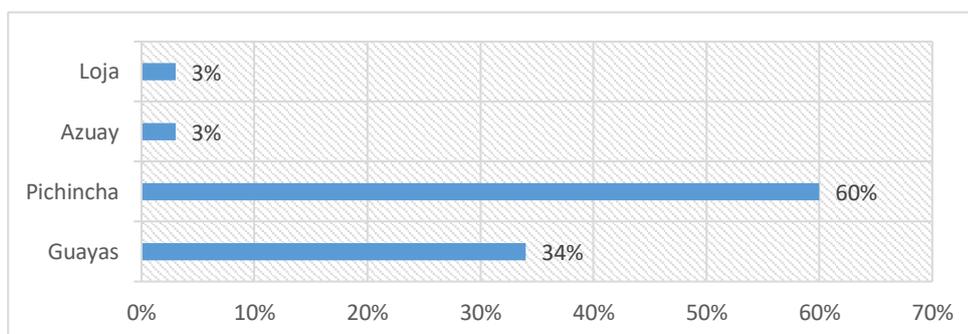
Tabla 2

*Empresas dedicadas a la elaboración de cacao y chocolate*

Tamaño	Cantidad	Porcentaje
Grande	4	13%
Mediana	5	16%
Micro	18	56%
Pequeña	5	16%
<b>Total</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Adaptado de (Corporación Financiera Nacional, 2018).

En este caso, 87% de las empresas dedicadas a la elaboración de cacao y chocolate son Mi pyme y el 13% restante lo constituyen grandes empresas. Cabe señalar que más de la mitad de las empresas dedicadas a esta actividad son microempresas (56%), seguido de las pequeñas (16%) y medianas (16%) empresas, por lo que 32% de las empresas que elaboran cacao y chocolate son Pymes (pequeñas y medianas empresas).



*Figura 3.* Distribución por provincia de empresas elaboradoras de cacao y chocolate

De acuerdo con la figura anterior, la mayoría de las empresas, esto es 60%, que elaboran cacao y chocolate, independientemente del tamaño, se encuentra en la provincia de Pichincha, región Sierra. Otro porcentaje significativo (34%) está en la provincia de Guayas y, el porcentaje restante (6%) está distribuido equitativamente en las provincias de Loja y Azuay, 3% en cada una. En síntesis, 66% de las empresas elaboradoras de cacao y chocolate se encuentran en tres provincias de la región Andina y el 34% restante en una sola provincia de la Costa.

Es preciso mencionar que la mayoría de cacao se cultiva en la región Costa y, se elabora o procesa en la región Sierra, lo que sugiere que este sector genera empleos a transportistas y especialistas en el área de logística, así como a los cosechadores de cacao y quienes lo elaboran, viéndose así un beneficio para la economía local.

#### **2.4. Comercialización de cacao**

La comercialización de cacao se lleva a cabo por medio de asociaciones de productores, intermediarios, comisionistas y exportadores. Cabe señalar que existen dos formas de comercializar el cacao. En la primera forma, el canal entre el productor y el exportador tiene dos intermediarios, los pequeños acopiadores y los mayoristas; los pequeños acopiadores compran el grano a los agricultores luego de visitar distintas fincas y lo revenden a los mayoristas y estos lo vuelven a vender a los exportadores. En la segunda forma, el cacao es vendido directamente al exportador, sin intermediarios, gracias a la gestión de las asociaciones de productores (Guerrero, 2013).

Es preciso mencionar que en el comercio internacional del cacao ecuatoriano participan dos entidades que dan soporte a los exportadores; una de esas entidades pertenece al sector público y es conocida como Proecuador; mientras que la entidad del sector privado se llama Anecacao (Guerrero, 2013). Cabe señalar que Ecuador se convirtió en el primer país exportador de cacao en grano de América y es el cuarto país exportador de cacao del mundo (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2019).

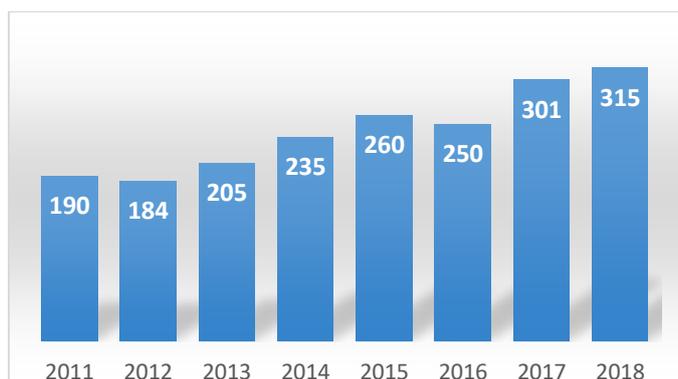
En la sección anterior se mencionó que en Ecuador existen dos variedades de cacao, una de ellas es el cacao fino que se caracteriza por su sabor y aroma únicos que buscan los fabricantes de chocolate. La producción de cacao fino equivale al 5% de la producción mundial de cacao y, Ecuador es el productor del 63% del cacao fino que se produce a nivel mundial (Anecacao, 2019).

Además, Ecuador exporta cacao en tres formas: a) granos de cacao, b) semielaborados y c) producto terminado. En cuanto a la exportación de granos de cacao, que están dentro de la mazorca de cacao, Ecuador exporta las dos variedades que produce: a) cacao fino y b) CCN-51. Respecto a los semielaborados, o cacao en procesamiento, se elaboran productos sólidos y líquidos que se utilizarán para fabricar chocolates y derivados. Los semielaborados de cacao son: a) licor, b) manteca, c) torta y d) polvo. Por último, los productos terminados, luego de un proceso de

industrialización del cacao, equivalen a chocolates que vienen en diversas presentaciones como: a) barras, b) tabletas, c) bombones, d) coberturas, e) blanco, f) en polvo, g) relleno, h) entre otros (Anecacao, 2019).

El cacao es uno de los principales productos de exportación tradicional de Ecuador. Además, el sector cacaotero emplea al 5% de la población económicamente activa (PEA) ecuatoriana y el 15% de la PEA rural, contribuyendo en la economía familiar costera de Ecuador. Además, las exportaciones de cacao crecieron 4,65% en el año 2018 pues, se produjo mayor cantidad de toneladas métricas que el año anterior y, el precio del quintal de cacao mejoró (El Telégrafo, 2019).

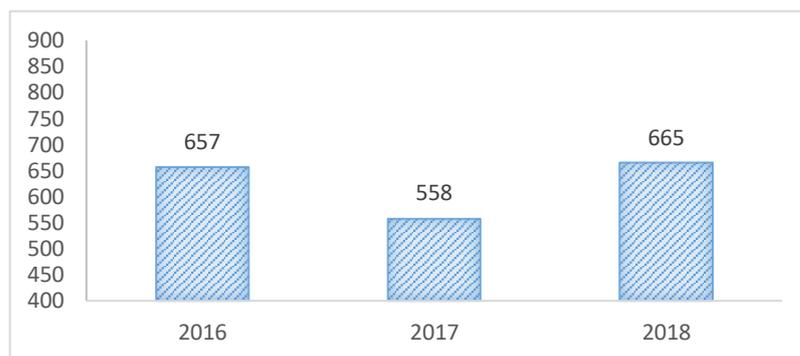
Cabe señalar que en el año 2018 se exportaron 315.571 toneladas métricas de cacao (en grano y semielaborados), lo que equivale a aproximadamente USD \$665 millones. Las siguientes figuras muestran las exportaciones de cacao en grano y semielaborados durante el periodo 2011 – 2018, así como el valor FOB de dichas exportaciones en el periodo 2016 – 2018.



*Figura 4.* Exportación cacaotera de Ecuador periodo 2011-2018 Unidad. Miles de toneladas métricas. Exportación de cacao en grano y semielaborados.

Fuente. Adaptado de (El Telégrafo, 2019).

Como se aprecia en la figura anterior, las toneladas métricas de cacao en grano y semielaborados han tenido un comportamiento variable. De 2012 a 2015 fue creciente, redujeron en el año 2016, sin embargo, entre 2017 y 2018 volvieron a crecer. Asimismo, entre 2016 y 2017 aumentaron 20,40% y, de 2017 a 2018 crecieron un 4,65% como se mencionó antes.



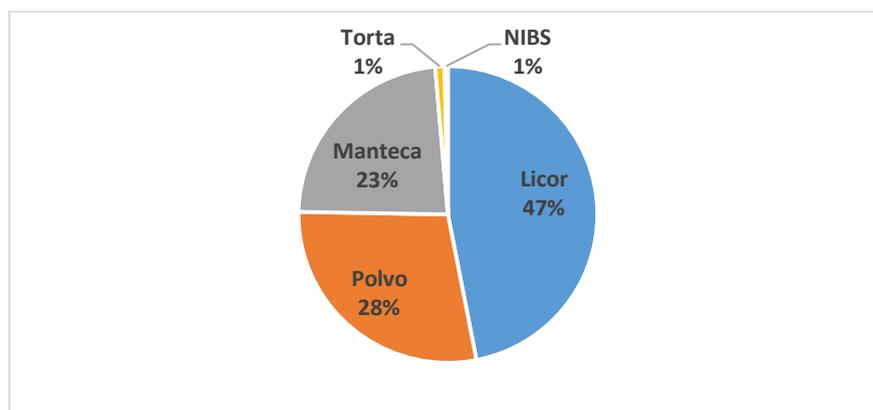
*Figura 5. Exportaciones de cacao en dólares periodo 2016-2018.*

Unidad. Millones de dólares FOB. Exportación de cacao en grano y semielaborados.

Fuente. Adaptado de (El Telégrafo, 2019).

De acuerdo con la figura anterior, las exportaciones de cacao en millones de dólares FOB también crecieron entre 2017 y 2018, viéndose un incremento de 19,17%, gracias al crecimiento del precio del cacao.

Es preciso mencionar que el cacao se exporta en granos, en productos semielaborados y en forma de chocolate. Antes se indicó que existen diversos tipos de productos semielaborados que surgen del grano de cacao. En la siguiente figura se muestra las principales variedades de semielaborados de cacao que se exportaron.



*Figura 6. Exportación de semielaborados, periodo 2018*

La figura 6 revela que el producto semielaborado de cacao que más se exporta es el licor de cacao, representando un 47% del total; seguido del polvo y la manteca de cacao que ocupan el 28% y 23% respectivamente. Cabe recalcar que, en el año 2018, las exportaciones de semielaborados equivalieron al 6,33% del total de las exportaciones de cacao, que tuvieron un valor FOB de USD \$47 millones (Ochoa, 2019).

Por otra parte, los principales destinos de exportación de cacao ecuatoriano en el año 2018 fueron: a) Indonesia, b) Estados Unidos y, c) Malasia. La tabla que se muestra a continuación da a conocer los principales destinos de exportación de cacao ecuatoriano, así como las toneladas métricas que fueron exportadas a cada destino.

Tabla 3

*Principales destinos de exportación de cacao ecuatoriano, periodo 2018*

<b>Destino</b>	<b>Toneladas Métricas</b>	<b>Porcentaje</b>
Indonesia	59678	19%
Estados Unidos	53909	17%
Malasia	48460	15%
Países Bajos	36850	12%
México	23892	8%
Alemania	15923	0,05
China	15058	5%
Bélgica	10340	3%
Canadá	8453	3%
Japón	8265	3%
Resto del mundo	34743	11%
<b>Total</b>	<b>315571</b>	<b>100%</b>

Nota. Adaptado de (Ochoa, 2019).

De acuerdo con los datos de la tabla anterior, el principal destino de exportación de cacao ecuatoriano es Indonesia (19% del total), seguido de Estados Unidos con 17%, Malasia (15%), Países Bajos con 12% y México (8%). Cabe aclarar que más de la mitad de las exportaciones de cacao (51%) tuvo como destino los tres primeros países antes mencionados; asimismo, 42% de las exportaciones de cacao van al continente asiático a los países de Indonesia, Malasia, China y Japón.

Por otra parte, Ecuador es un país que tiene acuerdos comerciales con algunas naciones a nivel mundial y, a lo mayoría de estas exportó cacao y/o elaborados de cacao. En la siguiente tabla se revela el acuerdo, el o los países a los que exportó granos de cacao y su peso en las exportaciones a dicho bloque en el periodo 2008-2018.

Tabla 4

*Exportaciones de Cacao y/o Elaborados a Bloques Comerciales*

<b>Acuerdo</b>	<b>País(es)</b>	<b>Insumo Exportado</b>	<b>Participación</b>
Acuerdo de Bangkok	Bangladesh, China, Corea del Sur, Filipinas, India, Laos, Nepal y Sri Lanka	Cacao	0,04
Alianza del pacífico	Chile, Perú, Colombia y México	Cacao	0,03
ASEAN	Brunéi, Camboya, Filipinas, Indonesia, Laos, Malasia, Myanmar, Singapur, Tailandia y Vietnam	Cacao	0,14
MERCOSUR	Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay y Venezuela	Elaborados de Cacao	0,06
<b>Unión Europea</b>	Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, Croacia, Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Hungría, Italia, Irlanda, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Rumania y Suecia	Cacao	<b>0,05</b>

Nota. Adaptado de (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca , 2019).

### 2.5. Comercio de chocolate fino

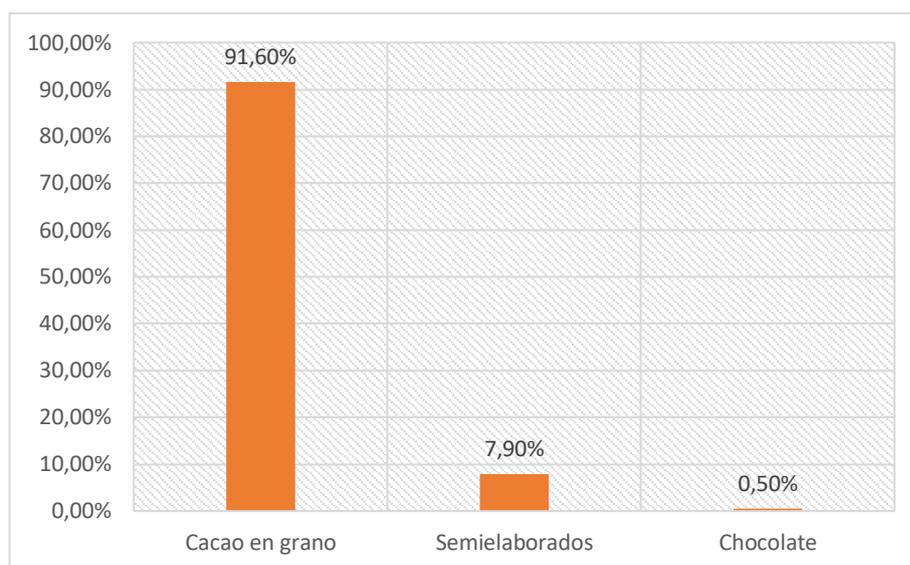
El principal insumo de este producto es el cacao de fino aroma, conocido como cacao fino. El chocolate fino ecuatoriano tiene tres características principales: a) sabor semiamargo, b) bajos porcentajes de grasa y c) un olor o aroma floral o frutal (Revista Líderes, 2013). Adicionalmente, el chocolate ecuatoriano ha recibido premios a nivel internacional en eventos mundiales como *Salon du Chocolat* en Francia. Respecto a las ventas, el chocolate fino ecuatoriano se vende a nivel local e internacional, es decir, se exporta, principalmente a Estados Unidos, Inglaterra, España, Italia, Alemania, Suiza, Dinamarca y Japón, este último desde el año 2011.

Pese a que el chocolate ecuatoriano tiene buena reputación en mercados internacionales sobre todo por su calidad, las ventas no despuntan por algunos factores como aranceles de entre 10% y 30% en algunos mercados, costos de materia prima diferente al cacao como la leche en polvo y azúcar. En este contexto, expertos como Pedro Hansen de la Asociación de Chocolateros del Ecuador, quien señaló que pese a que los costos son altos, se puede obtener un buen margen de ganancias y que el negocio es rentable en Ecuador y en Europa; por otra parte, Santiago Peralta de Pacari recomienda invertir en la imagen del chocolate es clave para promocionar el producto en mercados internacionales (Anecacao, 2015).

Es preciso mencionar que en los últimos años el consumo de alimentos gourmet ha incrementado, generando un impacto positivo en el mercado de barras de chocolate gourmet que, ofrece variedad de chocolates que combinan ingredientes exóticos y se diferencian de otros por el empaque y la presentación (España, García, Mendoza, & Zea, 2017).

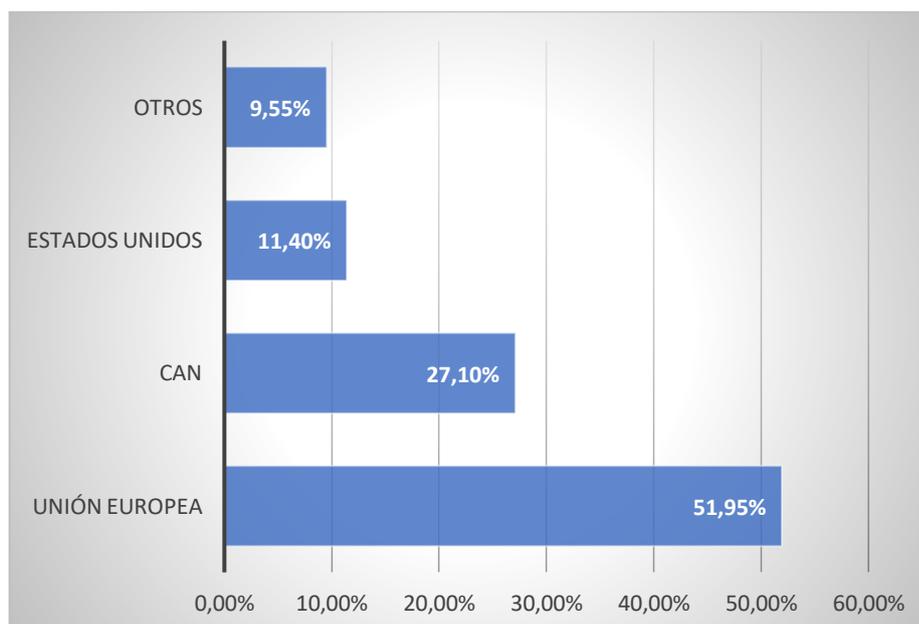
Considerando el contexto actual, es preciso señalar que Ecuador está aprovechando las oportunidades que ofrece el mercado internacional, pues no solo se ha beneficiado con el valor de las exportaciones o con mayores cuotas de mercado, sino que el posicionamiento del chocolate ecuatoriano está mejorando a nivel internacional debido a la variedad de reconocimientos obtenidos, sobre todo la marca Pacari, que año a año ha ganado variedad de premios en los *International Chocolate Awards* en Londres (Caria, 2016).

Por otra parte, las exportaciones de chocolate representan un porcentaje pequeño de las exportaciones de cacao, 0.5%, es decir, Ecuador procesa un porcentaje mínimo de su producción de cacao y a futuro puede revertir esta situación. En cuanto al chocolate que Ecuador produce, se lo clasificó en dos grupos: a) chocolate en bloques, tabletas y barras sin rellenar y b) los demás chocolates en bloques, tabletas y barras y, al año 2015, la mayoría de exportaciones del primero grupo se realizó a la Unión Europea y del segundo grupo a los países del Mercosur (Caria, 2016). Las siguientes figuras muestran la participación de las exportaciones de chocolate en las exportaciones de cacao y los principales destinos de exportación de cada grupo de chocolate ecuatoriano.



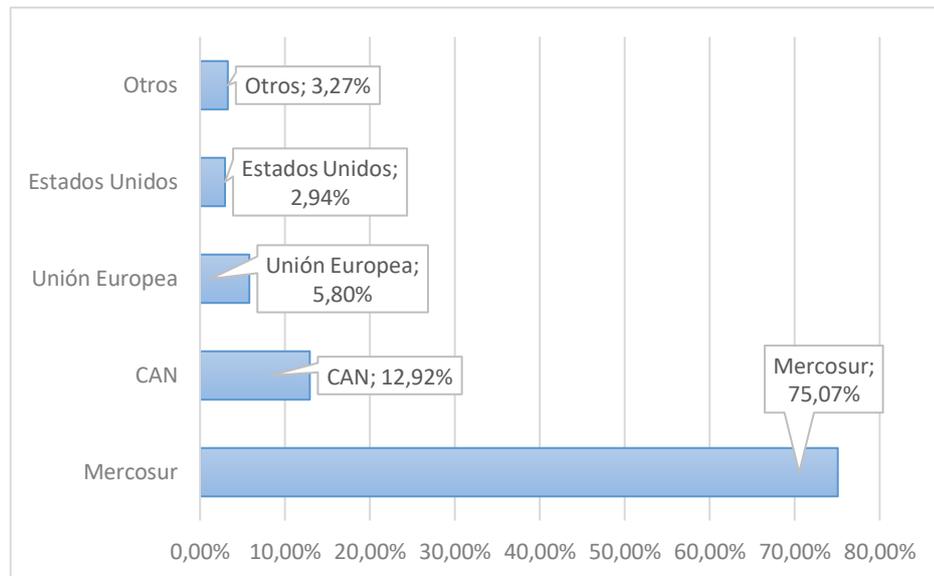
*Figura 7. Exportaciones Ecuatorianas de Cacao, periodo 2015*

Nota. Adaptado de (Caria, 2016).



*Figura 8. Destinos de Exportación de Chocolate sin Relleno*

Nota. Adaptado de (Caria, 2016).



*Figura 9. Destinos de Exportación de Demás Chocolate*  
 Nota. Adaptado de (Caria, 2016).

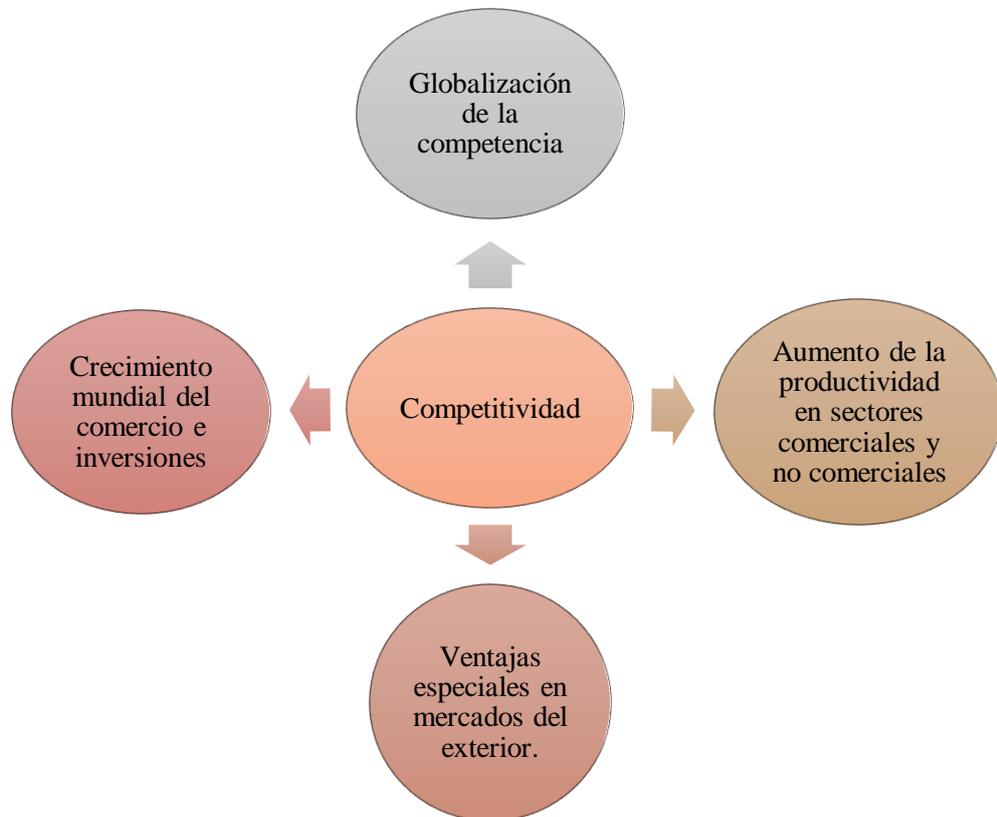
Como se aprecia en las figuras anteriores, el principal rubro de exportación de cacao en el año 2015 fue la exportación de cacao en grano, representando más del 90% de las exportaciones totales de cacao en dicho periodo. Por otra parte, más de la mitad del chocolate ecuatoriano sin relleno se exporta a países miembros de la Unión Europea y más de la cuarta parte del mismo producto se envía a países de la Comunidad Andina de Naciones, esto es países vecinos como Colombia y Perú. Finalmente, los principales destinos de exportación de chocolate variado de Ecuador fueron países del Mercado Común del Sur y de la Comunidad Andina de Naciones, recibiendo 90% del chocolate en cuestión.

## **2.6. Teoría de los Factores de Competitividad**

Se inicia esta sección definiendo el término competitividad, que es la capacidad que tiene una persona, empresa o país para obtener beneficios económicos y mantener la rentabilidad en el mercado superando a los competidores (Fierro, 2017). Además, considerando el contexto internacional, el crecimiento e internacionalización de las empresas, la obligación que tienen estas de ser eficientes y eficaces en el manejo de sus recursos para satisfacer la demanda las obligan a ser competitivas (Labarca, 2007).

Es preciso mencionar que la competitividad es de vital importancia para que las empresas de una nación sean capaces de protegerse de las amenazas de la economía internacional pues, la competencia internacional es muy agresiva en estos

días debido los bajos costes de transporte y comunicación, reducción o eliminación de barreras arancelarias y la difusión de la tecnología (Labarca, 2007). En la siguiente figura se da a conocer la importancia de la competitividad.



*Figura 10. Importancia de la Competitividad*

Una de las principales teorías relacionadas a la competitividad es la Teoría de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter. Las cinco fuerzas competitivas son a) competidores directos, que son empresas que ofrecen el mismo bien o servicio; b) clientes, también conocidos como los compradores de los bienes o servicios; c) proveedores, grupo conformado por las empresas que suministran insumos a las empresas productoras y lo necesario para las empresas de servicios puedan ofrecerlos; d) productos sustitutos, que se desarrollan para cubrir las necesidades que los actuales productos satisfacen y, suelen ser más económicos; e) competidores potenciales, grupo integrado por empresas con la capacidad de entrar a un mercado y competir con las empresas ya establecidas (Baena, Sánchez, & Montoya, 2003).

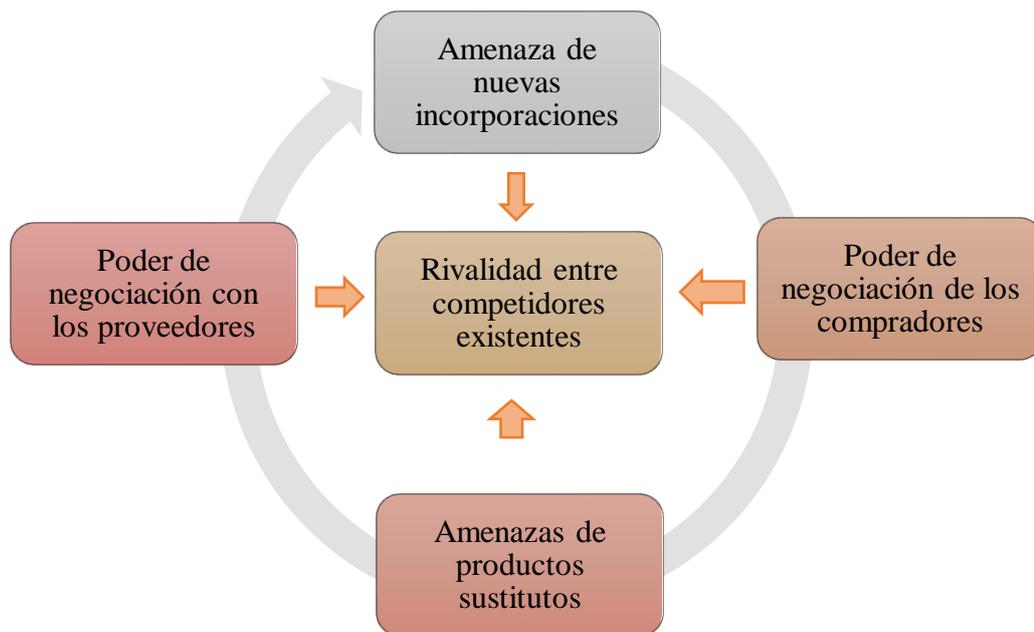


Figura 11. Cinco fuerzas competitivas

En la Figura 11 se muestran las cinco fuerzas que afectan la competitividad. Cabe señalar que cada fuerza está influenciada por algunos factores que a la larga inciden en la competitividad de una empresa, una industria o sector e incluso de un país. En la siguiente tabla se da a conocer dichos factores.

Tabla 5

*Factores que influyen en las fuerzas de competitividad*

<b>Fuerza</b>	<b>Factores</b>
Amenaza de entrada de competidores potenciales.	Economías de escala. Curva de experiencia. Requisitos de capital. Costos al cambiar de proveedor. Acceso a insumos. Acceso a canales de distribución. Identificación de marca. Diferenciación del producto. Barreras gubernamentales. Concentración. Diversidad de los competidores.
Competidores existentes.	Costos fijos elevados. Diferenciación entre los productos. Costos de cambio. Grupos empresariales. Crecimiento de la demanda. Barreras de salida. Equilibrio entre capacidad y producción. Efectos de demostración.

(Continuación)

Tabla 5 (Continuación)

	<p>Disponibilidad de sustitutos.                  Precio relativo entre el producto ofrecido y el sustituto.</p>
Productos sustitutos como amenaza	<p>Rendimiento y calidad comparada entre el producto ofrecido y su sustituto.</p>
Poder de negociación de los clientes	<p>Costos de cambio para el cliente.                  Concentración de clientes.                  Volumen de compra.                  Diferenciación.                  Información acerca del proveedor.                  Identificación de la marca.                  Productos sustitutos.                  Concentración de proveedores.                  Sostenibilidad                  Importancia del volumen para los proveedores.</p>
Poder de negociación de los proveedores	<p>Diferenciación de insumos.                  Costos de cambio.                  Disponibilidad de insumos sustitutos.                  Impacto de los insumos.                  Integración hacia adelante.</p>

Nota. Adaptado de (Baena, Sánchez, & Montoya, 2003).

El modelo propuesto también se puede aplicar para determinar la competitividad de una nación, pues estas pueden crear ventajas por medio de la tecnología, la infraestructura y la capacidad gerencial. Teniendo esto en cuenta, se debe considerar que los factores para determinar la competitividad de una industria en concreto son: las condiciones de los factores y de la demanda, calidad, las industrias relacionadas y de apoyo y, la estrategia, sostenibilidad, innovación, estructura y rivalidad de otras empresas del país en cuestión. En síntesis, cuando los factores antes mencionados brinden incentivos, presiones y capacidades necesarias para mejorar e innovar las industrias crecen y se consideran exitosas (Labarca, 2007). La figura que se muestra a continuación ilustra el modelo expuesto.

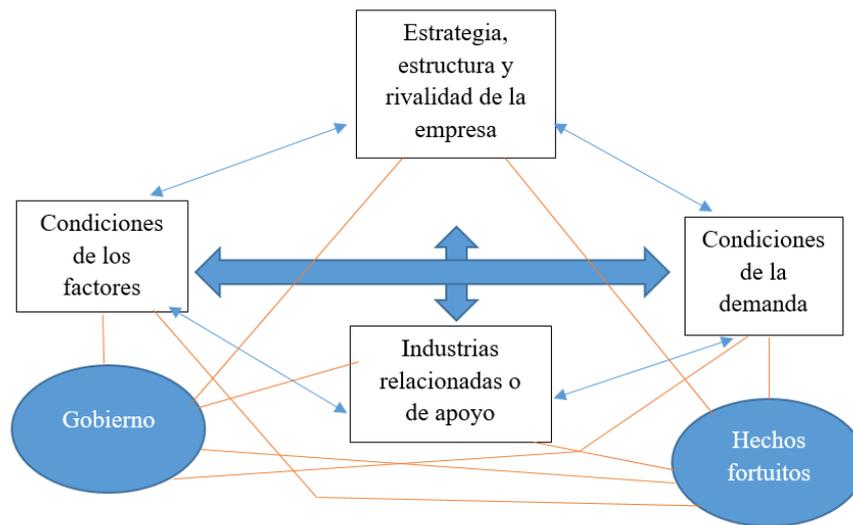


Figura 12. *Ventaja Competitiva Nacional*

Nota. Adaptado de (Labarca, 2007).

Labarca (2007) señaló que las condiciones de los factores se refieren a la disponibilidad, creación y desventajas; las condiciones de la demanda se refieren al tamaño, grado de refinamiento y estructura de segmentos de la demanda local; las industrias relacionadas está dado por proveedores de primera, así como grupos de empresas con gran tecnología, canales de distribución bien definidos y mercados objetivo en común; la estrategia, estructura y rivalidad de la empresa están dadas por objetivos de compañías y personas, estrategias empresariales y estructuras organizacionales típicas.

Por otra parte, las políticas gubernamentales y los hechos fortuitos se comprenden mejor si se consideran sus efectos en los factores locales: el tamaño, el grado de refinamiento y la segmentación de la demanda local, el desarrollo de industrias de apoyo y, las estrategias, estructuras y rivalidad entre las empresas locales. Cabe señalar que el gobierno ejerce influencia sobre los determinantes afectando costos, disponibilidad de factores; aprovechando su rol de comprador y su impacto sobre los objetivos de empresas e individuos; mientras que, los acontecimientos fortuitos, como guerras o desastres naturales, afectan y alteran el modelo existente y llega a generar impactos positivos a los nuevos competidores.

Algunos factores que influyen en la competitividad en el sector empresarial son: a) innovación, al introducir nuevas combinaciones entre factores de la producción

para generar un producto nuevo o diferente que impacte en el mercado; b) tecnología, que potencia la capacidad de la empresa; c) flexibilidad productiva, que se refiere a la capacidad de adaptarse al cambio, así como a la habilidad de la compañía para replegar sus recursos de manera eficiente y d) calidad, que en términos concretos significa alcanzar la excelencia medida con indicadores de productividad (Ramírez & Ampudia, 2018).

Es preciso mencionar que el concepto de competitividad también se sustenta en la capacidad de innovación y mejora continua de las empresas tomando en consideración la rivalidad en el mercado local, demanda exigente en dicho mercado y agrupaciones de industrias de apoyo. Es importante considerar los factores expuestos para implementar estrategias que permitan mejorar el desempeño de la industria. Algunas medidas son a) segmentar la oferta nacional, b) promocionar la exportación de cacao y posicionarse como productores de prestigio, mediante un plan de marketing para la exportación; c) participación del Estado, quien debe garantizar las mejores condiciones para que las empresas puedan exportar y; d) implementar acciones de apoyo como promover la investigación, establecer parcelas demostrativas de cacao en las cuales se implementen tecnologías limpias que no contaminen y reduzcan los costos (Quinterio & Cartay, 2000).

Respecto al cacao y sus derivados, algunos factores que influyen en su competitividad son a) sabor, el cual debe ser de chocolate; b) salubridad, respetando las normas ISO 22000; c) uniformidad, sobre todo de los granos de un mismo lote; d) rendimiento del material comestible, se mide considerando la cantidad de material comestible descortezado, además, es uno de los factores más importantes a la hora de definir el precio; e) porcentaje de cáscara, que debe estar en un punto medio, suficientemente suelta para que sea liberada cuando se requiera pero fuerte para mantenerse en la manipulación normal; f) porcentaje de grasa, importante para la elaboración de la manteca de cacao; g) contenido de la humedad, que debe ser entre 6.50% y 8%; h) materia externa, que de estar presente quita valor al cacao y daña la maquinaria con la que se produce el chocolate y; i) granos dañados por insectos o aglomerados que afectan la calidad del saco o lote (Fierro, 2017).

Para analizar la competitividad se puede emplear el enfoque sistémico, el cual distingue cuatro niveles diferentes pero relacionados entre sí, dichos niveles son: a)

nivel meta, recurso humano y conocimiento, que incluye aspectos del recurso humano como habilidades y conocimientos, factores que inciden en los demás niveles; b) nivel macro, Estado y panorama mundial, que incluye variables de carácter social como la seguridad ciudadana, variables económicas como déficit fiscal, inflación, tipo de cambio, tasa de interés y precios internacionales; variables externas como las exigencias de calidad de los mercados internacionales y factores relacionados con la demanda como gustos y preferencias del consumidor, tipo y grado de segmentación, exigencia de crecimiento; c) nivel meso, que engloba la infraestructura, la base de recursos naturales, características agroecológicas y elementos climáticos y; d) nivel micro, empresa, nivel en el que influyen factores que condicionan el comportamiento de la empresa como costos, productividad, innovación con tecnologías limpias, gestión empresarial, prácticas culturales y mercados (Fierro, 2017). La siguiente tabla presenta una síntesis del enfoque sistémico de la competitividad.

Tabla 6

*Enfoque Sistémico de la Competitividad*

<b>Nivel</b>	<b>Aspecto</b>
Micro	Productividad.
	Costos.
	Esquemas de organización.
	Innovación en tecnologías limpias.
	Tamaño.
	Tipo de tecnología.
	Conciencia ambiental.
	Avance en esquemas de comercialización.
	Distancia entre empresa y mercados.
	Infraestructura.
Meso	Desarrollo de la logística.
	Base de los recursos naturales.
	Características agroecológicas.
	Elementos climáticos.
	Inseguridad ciudadana.
Macro	Inflación.
	Tipo de cambio.
	Tasa de interés.
	Precios internacionales.
Meta	Exigencias de calidad.
	Educación.
	Capacitación.

Nota. Adaptado de (Fierro, 2017).

Un factor muy importante, que da mayor peso a la competitividad de un producto elaborado a base de cacao es la autorización para usar la Denominación de Origen (DO), la cual certifica que el productos es originario de Ecuador, fue cultivado bajo una serie de características geográficas determinadas como zonas con altitud desde el nivel del mar hasta los 1200 metros y; cumplió requisitos como prácticas orgánicas (ANECACAO, 2019).

Es preciso señalar que este certificado lo otorga el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) y, a su vez, agrega valor en términos de propiedad intelectual y otorga ventajas competitivas, pues permite que el producto se diferencie, posicione en el mercado y sea un producto único en el mundo (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, 2016).

Cabe señalar que tener la certificación DO implica que el producto es originario de un lugar específico y se diferencia de productos similares elaborados por la competencia o en otro país por factores como sabor, aroma, calidad y color; además, el factor humano tiene un rol clave, pues sus conocimientos y habilidades son primordiales en la elaboración de los productos; adicionalmente, la certificación DO brinda beneficios económicos como incremento del valor del producto, de hasta un 30%, en el mercado internacional y, facilidades de comercio de producto certificado con países de la Unión Europea (Revista Líderes, 2019). La siguiente figura muestra algunos ejemplos de certificados de Denominación de Origen.



*Figura 13.* Denominación de Origen  
Nota. Adaptado de (Rosero, 2016)

Una empresa que cuenta con la certificación DO es República del Cacao; de hecho, todos sus productos cuentan con una etiqueta que indica que el producto es originario de Ecuador: Arriba Cacao Beans – Genuine from Ecuador – 100% Pure. En las siguientes figuras se muestran algunos ejemplos.

Single Origin  
DARK CHOCOLATE

REPÚBLICA DEL CACAO®

HARVESTED & PRODUCED in ECUADOR



Figura 14. República del Cacao - Etiqueta Originario de Ecuador  
Nota. Tomado de (República del Cacao, 2019).



Figura 15. Barra de Chocolate con Certificación Denominación de Origen  
Nota. Tomado de (República del Cacao, 2019).

Es preciso acotar que en los ejemplos que se presentan en la figura anterior, la caja de chocolate incluye la provincia en la que se elaboró el producto: *Provincia Los Ríos*, textualmente; además, el nombre de la provincia está encerrado en un cuadro de color. También se puede apreciar el sello que indica que el producto es originario de Ecuador, círculo en la parte superior derecha.

## 2.7 Marco Legal

La normativa del sector cacaoero ecuatoriano incluye artículos de la Constitución de la República del Ecuador, del Convenio Internacional del Cacao, del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, la Ley Orgánica del Régimen de Soberanía Alimentaria y, el Procedimiento para la Certificación de Cacao Nacional Fino de Aroma (López A. , 2017).

El artículo 13 de la Constitución de la República señala que “Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales” (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, p. 24).

El artículo 275 de la Carta Magna estipula que “El régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socioculturales y ambientales, que garantizan la realización del buen vivir, del *sumak kawsay* (...)” (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, p. 135).

Por otra parte, el artículo 281 indica que “La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiado de forma permanente (...)” (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, p. 138).

De acuerdo con el numeral 13 del artículo 281 de la Constitución del país, una de las responsabilidades del Estado es “prevenir y proteger a la población del consumo de alimentos contaminados o que pongan en riesgo su salud o que la ciencia tenga incertidumbre sobre sus efectos” (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, p. 139).

El artículo 1 del Convenio Internacional del Cacao estipulan lo siguiente:

Con el fin de reforzar el sector cacaotero mundial, de apoyar su desarrollo sostenible y de aumentar los beneficios para todas las partes interesadas, los objetivos del Séptimo Convenio Internacional del Cacao son los siguientes:

- a) Promover la cooperación internacional en la economía mundial del cacao.
- b) Facilitar un marco apropiado para el debate de todos los temas relacionados con el cacao entre los gobiernos y con el sector privado.
- c) Contribuir al fortalecimiento de las economías cacaoteras nacionales de los países miembros, mediante la preparación, el desarrollo y la evaluación de proyectos apropiados, que se someterán a las instituciones pertinentes con miras a su financiación y ejecución, y la

búsqueda de financiación para proyectos que benefician a los miembros y a la economía cacaotera mundial.

- d) Procurar obtener precios justos que aseguren un rendimiento económico equitativo tanto para los productores como para los consumidores dentro de la cadena de valor del cacao, y contribuir al desarrollo equilibrado de la economía mundial del cacao en interés de todos los miembros.
- e) Fomentar una economía cacaotera sostenible en términos económicos, sociales y medioambientales.
- f) Alentar la investigación y la aplicación de sus resultados mediante la promoción de programas de formación e información que den lugar a la transferencia a los miembros de tecnologías apropiadas para el cacao.
- g) Fomentar la transparencia en la economía mundial del cacao, y en particular en el comercio del cacao, mediante la recolección, el análisis y la difusión de estadísticas pertinentes y la realización de los estudios apropiados, y además promover la eliminación de las barreras comerciales.
- h) Promover y fomentar el consumo de chocolates y productos del cacao con objeto de aumentar la demanda de cacao, entre otras cosas mediante la promoción de los atributos positivos del cacao, incluidos los beneficios para la salud, en estrecha cooperación con el sector privado.
- i) Alentar a los miembros a promover la calidad del cacao y a desarrollar procedimientos apropiados de seguridad alimentaria en el sector cacaotero.
- j) Alentar a los miembros a desarrollar y aplicar estrategias para mejorar la capacidad de las comunidades locales y de los pequeños agricultores para beneficiarse de la producción de cacao y así contribuir al alivio de la pobreza.
- k) Mejorar la disponibilidad de información sobre herramientas y servicios financieros que puedan ayudar a los cacao cultores, incluidos el acceso al crédito y las estrategias para la gestión de riesgos. (Organización de Naciones Unidas, 2010, p. 3)

Por otra parte, el artículo 4 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), da a conocer del Código en mención, entre ellos: “a. Transformar la matriz productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y eficiente” (Asamblea Nacional Constituyente, 2010, p. 4); y “j. 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” (Asamblea Nacional Constituyente, 2010, p. 5).

Adicionalmente, el artículo 19 del COPCI se refiere a los derechos que tienen los inversionistas, entre ellos:

- a) La libertad de producción y comercialización de bienes y servicios lícitos, socialmente deseables y ambientalmente sustentables, así como la libre fijación de precios, a excepción de aquellos bienes y servicios cuya producción y comercialización estén regulados por la Ley.
- b) El acceso a los procedimientos administrativos y acciones de control que establezca el Estado para evitar cualquier práctica especulativa o de monopolio u oligopolio privados o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal.
- c) La libertad de importación y exportación de bienes y servicios con excepción de aquellos límites establecidos por la normativa vigente y de acuerdo con lo que establecen los convenios internacionales de los que Ecuador forma parte.
- d) Libre transferencia al exterior, en divisas, de las ganancias periódicas o utilidades que provengan de la inversión extranjera registrada, una vez cumplidas las obligaciones concernientes a la participación de los trabajadores, las obligaciones tributarias pertinentes y demás obligaciones legales que correspondan, conforme lo establecido en las normas legales, según corresponda. (Asamblea Nacional Constituyente, 2010, p. 11).

La Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, en el artículo 4 trata sobre los derechos del consumidor:

Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos.
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad.
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar.
5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida.
6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales.
7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos.
8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios; (...) (Congreso Nacional, 2000, pp. 3-4).

En cuanto a las obligaciones del proveedor, el artículo 17 de la Ley en cuestión indica que: “Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de tal modo que este pueda realizar una elección adecuada y razonable” (Congreso Nacional, 2000, p. 7).

Respecto a la entrega del bien o prestación del servicio, el artículo 18 “Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor” (Congreso Nacional, 2000, p. 7).

Una figura legal que se debe considerar es la Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria, cuya finalidad, según su primer artículo es: “establecer los mecanismos mediante los cuales el Estado cumpla con su obligación y objetivo estratégico de garantizar a las personas, comunidades y pueblos la autosuficiencia de alimentos sanos, nutritivos y culturalmente apropiados de forma permanente” (Registro Oficial, 2009, p. 3).

En cuanto a la comercialización interna de productos agroalimentarios, el artículo 21 señala que “El Estado creará el Sistema Nacional de Comercialización para la soberanía alimentaria y establecerá mecanismos de apoyo a la negociación directa entre productores y consumidores, e incentivará la eficiencia y racionalización de las cadenas y canales de comercialización.” (Registro Oficial, 2009, p. 8).

Sobre el abastecimiento interno, el artículo 22 indica que “El Estado a través de los organismos técnicos especializados, en consulta con los productores y consumidores determinará anualmente las necesidades de alimentos básicos y estratégicos para el consumo interno que el país está en condiciones de producir y que no requieren de importaciones” (Registro Oficial, 2009, p. 8).

Respecto a la sanidad e inocuidad alimentarias, el artículo 24 refiere que la finalidad de la sanidad alimentaria es “promover una adecuada nutrición y protección de la salud de las personas; y prevenir, eliminar o reducir la incidencia de enfermedades que se puedan causar o agravar por el consumo de alimentos contaminados” (Registro Oficial, 2009, p. 8).

En cuanto a la sanidad animal y vegetal, uno de los deberes del Estado es: “prevenir y controlar la introducción y ocurrencia de enfermedades de animales y vegetales; asimismo promoverá prácticas y tecnologías de producción, industrialización, conservación y comercialización que permitan alcanzar y afianzar la inocuidad de los productos” (Registro Oficial, 2009, pp. 8-9).

Es preciso mencionar que la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad, Agrocalidad, (2011, p. 4) en el manual de procedimiento para el registro y certificación de cacao nacional fino de aroma señaló que “Toda persona natural o jurídica, pública o privada, interesada en instalar establecimientos de propagación vegetal, viveros, de cacao fino y de aroma y otras variedades, cumplirá con lo que establece la Ley de Sanidad Vegetal y lo determinado por Agrocalidad.”

Por otra parte, el artículo 3 sostiene que “Queda prohibido reproducir plantas de cacao con fines comerciales a través de viveros que no hayan sido registrados y en su caso certificados por Agrocalidad” (Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro, 2011, p. 4). Además, el artículo 4 de esta figura legal sostiene que “Todo productor o comercializador de material propagativo de cacao, registrado y en su caso certificado, será sujeto a verificación y control por parte de Agrocalidad” (Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro, 2011, p. 4).

Adicionalmente, se debe considerar ciertas normas y reglamentos técnicos de Ecuador aplicados al sector del chocolate (Rosero, 2016). Una de las normativas técnicas para tener en cuenta es la Norma Técnica Ecuatoriana INEN 547: “Cacao, productos derivados, muestreo”, que establece el procedimiento que se debe seguir para extraer muestras de los derivados de cacao como la pasta, cacao en polvo y el chocolate (Instituto Ecuatoriano de Normalización, 1980).

Otra norma para considerarse es la Norma Técnica Ecuatoriana INEN 621: “Chocolate - Requisitos”, que señala los requerimientos que deben cumplir los distintos chocolates elaborados en Ecuador (Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2010). Además, la Norma Técnica Ecuatoriana Obligatoria INEN 620: “Cacao en polvo”, que indica las directrices y los requisitos que se deben cumplir para fabricar cacao en polvo (Normalización, 1989).

En cuanto al reglamento, se debe tener en consideración el Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 106, en el que se dan a conocer los parámetros de producción de chocolate en Ecuador; además, el propósito de este reglamento es lograr que se elabore un producto de buena calidad y con garantía tanto para el mercado interno como para el mercado internacional, es decir, para exportarse (Ministerio de Industrias y Productividad, 2014). Cabe señalar que los parámetros que se estipulan en el reglamento RTE INEN 106 contemplan factores como el campo de aplicación,

rotulado, muestreo, requisitos del producto y sanciones por no cumplir la ley (Rosero, 2016).

## CAPÍTULO III

### 3. Metodología de Investigación

#### 3.1. Método

El método de investigación empleado es deductivo, que según Bayron Prieto (2018), “basa sus cimientos en determinados fundamentos teóricos, hasta llegar a configurar hechos o prácticas particulares” (pág. 11). Dado que el estudio partió de las exportaciones del chocolate y, se enfocó en la competitividad de la industria de chocolatería fina de exportación en el periodo 2013 – 2018; es decir, el estudio fue de un ámbito general a uno específico.

Adicionalmente, el enfoque de investigación es mixto, es decir, cualitativo y cuantitativo a la vez (Nuñez Moscoso, 2017). El método cuantitativo se lo realiza mediante el análisis de datos numéricos. Mientras que el método cualitativo, su análisis parte de los resultados que fueron obtenidos por medio de los comportamientos observados a través de casos prácticos (Cadena-Iñiguez, Pedro; Rendón-Medel, Roberto; Aguilar-Ávila, Jorge; Salinas-Cruz, Eileen; de la Cruz-Morales, Francisca del Rosario; Sangerman-Jarquín, Dora Ma., 2017, pág. 5). La parte cuantitativa del proyecto contempla el uso y análisis de series de tiempo, la elaboración de tablas de contingencia y la prueba chi – cuadrado; mientras que, el ámbito cualitativo del trabajo de investigación comprende técnicas como entrevistas y revisión bibliográfica para la obtención de información.

#### 3.2. Tipo de investigación

El presente trabajo de titulación está enmarcado en la siguiente modalidad: a) investigación de campo, pues se va a estar en contacto con productores y exportadores de chocolatería fina, al hacerles entrevistas y encuestas a diversos funcionarios de algunas empresas dedicadas a esta actividad para conocer sobre la calidad, sostenibilidad, innovación y uso de recursos adecuados; b) investigación documental, dado que se utilizará información de la Superintendencia de Compañías para poder medir la competitividad con sus datos; c) investigación descriptiva, ya que se mide y evalúa la competitividad del sector de chocolatería fina de Ecuador, considerando el incremento de las ventas, la calidad de los productos y si los procesos fueron sostenibles o no y; d) investigación asociación de variables debido a que se busca

determinar si la competitividad del sector chocolatero ecuatoriano está en función de las ventas, calidad y procesos o prácticas sostenibles, es decir,  $Y = x_1 + x_2 + x_3$ .

Con relación a la investigación de campo, Arias (2012) menciona:

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos [datos primarios], sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental (pág. 31).

En cuanto a la investigación de campo, esta modalidad de investigación está permite obtener el mejor análisis de las teorías y conceptos propuestos por diversos autores, permitiendo así de una manera enriquecedora aportar con veracidad el contraste que se ha buscado plantear en el marco teórico (Herrera, Luis; Medina, Arnaldo; Naranjo, Galo, 2010)

### 3.3. Variables de investigación

En la siguiente tabla se muestra la operacionalización de las variables de investigación.

Tabla 7

*Análisis de variables.*

Variable	Subvariable	Indicadores	Fuentes Secundarias y Primarias
Competitividad	Exportaciones Ventas de empresas	Exportaciones anuales de empresas y Ventas anuales de las empresas	PROEcuador Anecacao Superintendencia de compañías
	Recursos Económicos	Bienes y servicios brindados a la sociedad	
Sostenibilidad	Recursos Legales	Premisas legales	Encuesta
	Recursos clave en términos de Ética	Prácticas que la sociedad espera o prohíbe	
	Recursos de Filantropía	Bienestar o la calidad de vida de la sociedad	

(Continuación)

Tabla 7 (Continuación)

Calidad	Especialización de productos y capacidad de producción	Indicador global de Calidad del producto	Encuesta
	Infraestructura	Disponibilidad de vías adecuadas para transporte y carga de productos	
Recursos	Insumos o recursos usados en la producción	Recursos limitados	Encuesta
	Retorno de la inversión	Recursos especiales	
Desempeño e Innovación	Los costos operativos totales	ROI	Encuesta
		Los CO son inferiores a los costos totales de los competidores	
	Rendimiento general de la empresa	El rendimiento general de la empresa en el anterior año fue mejor que el de los principales competidores	

Nota. Elaborado por la autora.

Es preciso señalar que las variables de investigación son: competitividad, calidad y procesos sostenibles. La variable independiente es la competitividad y las otras tres representan las variables dependientes.

### 3.4. Fuentes de recopilación de información

Como fuente de información secundaria se empleó las exportaciones y ventas para poder medir la competitividad. Dichos datos fueron obtenidos del portal de la Superintendencia de Compañías, PROECUADOR y Anecacao.

Por otra parte, la información primaria se obtuvo mediante entrevistas y encuestas a directivos y colaboradores de empresas exportadoras de chocolatería fina. Por medio de las entrevistas a los directivos se obtuvo información sobre la calidad de los productos que la empresa elabora, así como las prácticas sostenibles de producción y la innovación de los productos; mientras que, a través de las encuestas a los colaboradores de las empresas se obtuvo información sobre la percepción de la calidad y de la sostenibilidad de las prácticas de la empresa.

### 3.5. Herramientas de recopilación de información

Para obtener la información secundaria se llevó a cabo una revisión bibliográfica de las bases de datos de la Superintendencia de Compañías. En cambio, para obtener la información primaria, se empleará la entrevista y la encuesta. Cabe señalar que dichos instrumentos de medición se elaborarán con base en estudios previos en los que se analizó la competitividad del sector chocolatero, por lo que, dichos instrumentos de medición se basarán en otros que ya fueron probados. En la sección Anexos se encuentra el formato de dichos instrumentos.

### 3.6. Población y muestra

#### 3.6.1. Población

De acuerdo con López P. (2004) “población es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación” (pág. 69).

La población que se analiza dentro de esta investigación es la siguiente:

Tabla 8

*Unidades de observación.*

<b>UNIDADES DE OBSERVACIÓN</b>	<b>POBLACIÓN</b>
Empresas exportadoras de chocolate	30
<b>Total de Población</b>	<b>30</b>

**Elaborado:** Por la autora

La población en la presente investigación es finita, por lo tanto, se debe de implementar una técnica de muestreo, la cual se la desarrollará mediante encuestas realizadas a directivos y empleados dentro de la empresa.

#### 3.6.2. Muestra

De acuerdo con López P. (2004) menciona:

Muestra. Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación (...) la muestra es una parte representativa de la población (pág. 69)

Dentro de esta investigación se trabaja con un conjunto universo, es decir, no se realizan muestras debido a que se trabaja de manera directa con la población. La facilidad de datos de las 30 empresas que se encuestarán tiene libre acceso durante la investigación. Por lo tanto, se trabajará con todos los datos necesarios para la investigación proporcionados por las mismas empresas.

### **3.7. Herramientas de análisis de información**

Para el análisis de la información dentro de la investigación se utilizará el programa Microsoft Excel, SPSS y Stata para poder desarrollar la estadística descriptiva y poderlo explicar mediante gráficos con relación a los resultados de las encuestas realizadas.

## CAPÍTULO IV

### 4. Análisis de resultados

Dentro de la investigación para el análisis de los datos se procede a realizar dos modelos:

- Datos de Panel
- Análisis factorial exploratorio

Datos de panel, de acuerdo con Labra y Torrecillas (2014), es el “conjunto de datos que combina una dimensión temporal (serie de tiempo) y otra transversal (individuos)” (pág. 5).

Dentro de datos de panel se encuentra varios modelos a usar, como lo son efectos fijos, efectos aleatorios y dinámicos. Los efectos fijos, de acuerdo con Ruiz Porras (2016), “se usan cuando la ordenada específica individual, puede estar correlacionada con alguna de las variables independientes” (pág. 17).

Mientras que los efectos aleatorios, a pesar de que tiene la misma especificación que los de efectos fijos, se diferencia en que dentro de este efecto existe una variable aleatoria con un valor medio y variancia propia (Ruiz Porras, 2016).

Por otra parte, el Análisis factorial exploratorio, según Méndez Martínez, Rondón Sepúlveda y Alonso (2012), “busca definir grupos de variables (más conocidos como factores) que estén altamente correlacionados entre sí” (pág. 198). Además, dicho análisis sirve para delimitar el gran número de variables, para poder explicar de mejor manera el modelo.

#### 4.1. Modelo 1: Datos de panel

Dentro de datos de panel su hipótesis es:

H<sub>0</sub>: Competitividad afecta a las exportaciones.

Dentro de este modelo se estudiará la relación entre las exportaciones y las ventas que tuvieron las empresas que se encuestaron, para así poder medir la competitividad.

Tabla 9.

*Regresión Normal entre exportaciones y ventas*

<b>Resultados</b>			
Number of obs = <b>145</b>			
F( 1, 143) = <b>151.06</b>			
Prob > F = <b>0.0000</b>			
R-squared = <b>0.5137</b>			
Adj R-squared = <b>0.5103</b>			
Root MSE = <b>6.4e+06</b>			
<b>Source</b>	<b>SS</b>	<b>df</b>	<b>MS</b>
Model	6.104E+15	1	6.104E+15
Residual	5.779E+15	143	4.041E+13
Total	1.188E+16	144	8.252E+13

**Elaborado:** Por la autora

En la tabla 9, se corrió una regresión normal entre las variables dando como resultado una gran significancia entre ellas. Además, cabe recalcar que al observar el R-squared es de 0.5137, siendo así un valor no muy elevado, sin embargo, cuando es dato de panel es natural que no salga muy elevado.

Tabla 10

*Factor de inflación de la varianza*

<b>Variable</b>	<b>VIF</b>	<b>1/VIF</b>
Ventas	1.00	1.000000
Mean VIF	1.00	

**Elaborado:** Por la autora

De acuerdo con Gujarati y Porter, “El FIV muestra la forma como la varianza de un estimador se infla por la presencia de la multicolinealidad” (pág. 328). En el modelo no se presenta multicolinealidad debido a que se está analizando una sola variable.

Tabla 11

*Regresión de efectos fijos*

<b>Resultados</b>	
Fixed-effects (within) regression	Number of obs = 145
Group variable: id	Number of groups = 30
R-sq: within = 0.0003	Obs per group: min = 1
between = 0.6489	avg = 4.8
overall = 0.5137	max = 6
	F (1,114) = 0.03
corr (u_i, Xb) = 0.7743	Prob > F = 0.8617

<b>exportaciones</b>	<b>Coef.</b>	<b>Std. Err.</b>	<b>t</b>	<b>P&gt; t </b>	<b>[95% Conf. Interval]</b>
ventas	0.0216152	0.1238338	0.17	0.862	-.2236986 .266929
_cons	3108474	1356173	2.29	0.024	421905 5795042
sigma_u	7301223.3				
sigma_e	4432402.6				
rho	0.73070458	(fraction of variance due to u_i)			
F test that all u_i=0:		F( 29, 114) = 6.21	Prob > F = 0.0000		

**Elaborado:** Por la autora

Según Gujarati y Porter, “El término efectos fijos se debe a que, aunque el intercepto puede diferir entre los sujetos, el intercepto de cada entidad no varía con el tiempo, es decir, es invariante en el tiempo” (pág. 596).

La tabla 11, da a conocer que, realizando una regresión de efectos fijos, el coeficiente (0.862) ya no sale estadísticamente significativo.

Tabla 12

*Regresión de efectos aleatorios*

<b>Resultados</b>	
Fixed-effects (within) regression	Number of obs = 145
Group variable: id	Number of groups = 30
R-sq: within = 0.0003	Obs per group: min = 1
between = 0.6489	avg = 4.8
overall = 0.5137	max = 6
	Wald chi2(1) = 48.21
corr(u_i, X) = 0 (assumed)	Prob > chi2 = 0.0000

<b>exportaciones</b>	<b>Coef.</b>	<b>Std. Err.</b>	<b>z</b>	<b>P&gt; t </b>	<b>[95% Conf. Interval]</b>
ventas	0.2907393	0.0418736	6.94	0	2086686 .37281
_cons	248913.5	937371.1	0.27	0.791	-1588300 2086127
sigma_u	4007082.2				
sigma_e	4432402.6				
rho	0.4497312	(fraction of variance due to u_i)			

**Elaborado:** Por la autora

Sin embargo, cuando se procede al análisis de la regresión de efectos aleatorios, trata de que hay variaciones en el tiempo. Se puede observar que hay una significancia entre las variables.

Es por ello por lo que para decidir cuál de los efectos (efectos fijos y efectos aleatorios) es el más adecuado para el modelo, se realiza la prueba de Hausman.

De acuerdo con Montero Granados (2005), la prueba Hausman “es una prueba chi cuadrado que determina si las diferencias son sistemáticas y significativas entre dos estimaciones” (pág. 1).

Tabla 13

*Prueba Hausman*

<b>Coefficients</b>				
	(b) fe	(B) re	(b-B) Difference	sqrt(diag(V_b-V_B)) S.E.
ventas	0.0216152	0.2907393	-0.269124	0.1165393

**Hipótesis**

b = consistent under Ho and Ha; obtained from xtreg

B = inconsistent under Ha, efficient under Ho; obtained from xtreg

Test: Ho: difference in coefficients not systematic

$$\chi^2(1) = (b-B)'[(V_b-V_B)^{-1}](b-B) = 5.33$$

$$\text{Prob} > \chi^2 = 0.0209$$

**Elaborado:** Por la autora

En esta prueba la H0: Diferencia en coeficientes no sistematizados. Si hay una diferencia entre los coeficientes, indica que sigue un efecto aleatorio debido a que existe una diferencia entre las empresas en el tiempo. Es decir, si la Prob>chi2 es mayor a 0,05 quiere decir que no se rechaza la hipótesis y más bien es un efecto aleatorio caso contrario, si es menor a 0,05, quiere decir que los coeficientes no son diferentes, más bien son iguales (efecto fijo). Por lo tanto, en este modelo vemos que Prob>chi2: 0.0209, dando como resultado el rechazo de H0 y la aceptación de H1. Concluyendo que para el modelo el efecto fijo es quien lo explica mejor.

Otra forma de poder determinar si el efecto fijo es ideal para el modelo, se lo puede constatar en la prueba F, en donde si  $F > 0.05$  indica que se está manejando más a una regresión lineal, caso contrario si  $F < 0.05$  quiere decir que las variables si explican el modelo. En la ilustración 18 vemos que su  $\text{Prob} > F = 0.0000$  es menor a

0.05 por lo tanto las variables si explican el modelo, y es por ello por lo que sigue un efecto fijo más que una regresión.

Por lo tanto, analizando los resultados, se hizo una comparación entre el efecto fijo y efecto aleatorio, en donde el efecto fijo fue quien define mejor el modelo. Sin embargo, se realiza una comparación entre efectos fijos y la regresión normal (pool de datos) para determinar cuál explica mejor el modelo, dando como resultado que el efecto fijo es quien lo define; y mediante este método, no hay significancia, dando como resultado que como no es significativo la competitividad no incide en las exportaciones.

Dado los resultados obtenidos, aun así, no se puede comprobar totalmente los resultados. Es por ello por lo que realizan pruebas tanto como de heterocedasticidad y autocorrelación dentro del modelo (Labra & Torrecillas, 2014).

Partiendo con las pruebas de autocorrelación, la prueba de Wooldridge, es una de las pruebas que diagnostica si hay problemas de autocorrelación. De acuerdo con Labra y Torrecillas (2014), señala que “la hipótesis nula indica que no hay autocorrelación de primer orden” (pág. 25).

Tabla 14

*Prueba de Wooldridge*

---

**Linear regression**

---

Number of obs = 115  
 F( 1, 28) = 0.79  
 Prob > F = 0.3823  
 R-squared = 0.0141  
 Root MSE = .1e+06  
 (Std. Err. adjusted for 29 clusters in id)

---

<b>D.</b>	<b>Coef.</b>	<b>Std. Err.</b>	<b>t</b>	<b>P&gt; t </b>	<b>[95% Conf. Interval]</b>
<b>exportacio~s</b>					
Ventas D1.	0.1372396	0.154597	0.89	0.382	-.1794395 .4539187

---

**Wooldridge test for autocorrelation in panel data**

H0: no first-order autocorrelation  
 F( 1, 24) = 0.559  
 Prob > F = 0.4621

**Elaborado:** Por la autora

En la tabla 14, se observa que la H0 indica que no hay autocorrelación. La hipótesis nula no se rechazará si Prob > F es mayor a 0.05, caso contrario se rechaza

H0 y se acepta H1, dando como resultado que existen problemas de autocorrelación. En esta prueba, como se puede apreciar en la figura 21, su Prob > F = 0.4621, siendo este mayor a 0.05, aceptando H0 que indica que no hay problemas de autocorrelación.

Tabla 15

*Autocorrelación*

<b>Resultados</b>						
Fixed-effects (within) regression			Number of obs = 145			
Group variable: id			Number of groups = 30			
R-sq: within = 0.0268			Obs per group: min = 1			
between = 0.7008			avg = 4.8			
overall = 0.5416			max = 6			
corr(u_i, Xb) = 0.6345			F(1,114) = 3.14			
			Prob > F = 0.0789			

<b>lexportacion</b>	<b>Coef.</b>	<b>Std. Err.</b>	<b>t</b>	<b>P&gt; t </b>	<b>[95% Conf. Interval]</b>	
lventas	0.3472664	0.1958948	1.77	0.079	-0.0408	0.7353325
_cons	7.361029	2.8312	2.6	0.011	1.752443	12.96961
sigma_u	1.8576181					
sigma_e	1.1780052					
rho	0.7131935	(fraction of variance due to u_i)				
F test that all u_i=0:		F( 29, 114) = 6.69	Prob > F = 0.0000			

**Elaborado:** Por la autora

Partiendo de que el modelo no tiene problemas de autocorrelación como en la tabla 15 lo muestra, se realiza la prueba de Wald para detectar si el modelo tiene problemas de heterocedasticidad.

Tabla 16

*Prueba de Wald*

Modified Wald test for groupwise heteroskedasticity in fixed effect regression model	
<b>H0: <math>\sigma(i)^2 = \sigma^2</math> for all i</b>	
chi2 (30) = 2.1e+30	
Prob>chi2 = 0.0000	

**Elaborado:** Por la autora

En la tabla 16, se observa que **H0:  $\sigma(i)^2 = \sigma^2$  for all i**, en donde si hay igualdad hay homocedasticidad, caso contrario si se lo rechaza hay

heterocedasticidad. En este caso se rechaza la hipótesis debido a que  $\text{Prob} > \chi^2 = 0.0000$  dando así problemas de heterocedasticidad.

Debido a que hay problemas de heterocedasticidad se procede a la corrección de este.

Tabla 17

*Corrección de heterocedasticidad y autocorrelación*

<b>Resultados</b>	
Cross-sectional time-series FGLS regression	Number of obs = 144
Coefficients: generalized least squares	Number of groups = 29
Panels: heteroskedastic	Obs per group: min = 2
Correlation: common AR(1) coefficient for all panels (0.6506)	avg = 4.965517
Estimated covariances = 29	max = 6
Estimated autocorrelations = 1	Wald $\chi^2(1) = 184.09$
Estimated coefficients = 2	Prob > $\chi^2 = 0.0000$

<b>lexportacion</b>	<b>Coef.</b>	<b>Std. Err.</b>	<b>z</b>	<b>P&gt; z </b>	<b>[95% Conf. Interval]</b>	
lventas	0.7595838	0.0559831	13.57	0	.649859	.8693085
_cons	1.308807	0.7982766	1.64	0.101	-.2557867	2.8734

**Elaborado:** Por la autora

Una vez corregido, se observa que mientras que en efecto fijo daba como resultado que no había significancia en el modelo, dentro de la ilustración 23, se aprecia que, corrigiendo la heterocedasticidad y la autocorrelación, se puede apreciar que el modelo es estadísticamente significativo (0.7595838), dando como resultado que la competitividad si contribuye a las exportaciones.

#### **4.2. Modelo 2: Análisis Factorial Exploratorio**

Dentro del modelo de Análisis Factorial Exploratorio se plantea las siguientes hipótesis:

Y: Exportaciones

H1: La sostenibilidad afecta a la competitividad.

H2: El desempeño afecta a la competitividad.

H3: Los recursos afectan a la competitividad.

H4: La calidad afecta a la competitividad.

En el desarrollo de este modelo se utilizó como base de datos las respuestas que se obtuvieron a través de la encuesta para su desarrollo.

Como primer punto se parte con el análisis del Alfa de Cronbach, que de acuerdo con Querlo Vira (2010) “su utilidad original se orienta a calcular la confiabilidad de un instrumento cuyos ítems o reactivos conformen un único dominio, esto es, una variable o rasgo único” (pág. 250).

Tabla 18.

<i>Alpha de Cronbach</i>	
<b>Reliability Statistics</b>	
<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>N of Items</b>
.801	43

**Elaborado:** Por la autora

En la tabla 18, se observa que se obtuvo un valor de 80.1 lo cual demuestra la confiabilidad de la encuesta que se realizó. Cabe recalcar que para que este valor sea aceptado, se considera como regla general, las confiabilidades no deben ser inferiores a 0.80 (Erwin Akib, 2015).

Tabla 19

<i>KMO and Bartlett's Test</i>		
<b>KMO and Bartlett's Test</b>		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		.546
	Approx. Chi-Square	360.957
Bartlett's Test of Sphericity	df	105
	Sig	.000

**Elaborado:** Por la autora

En la tabla 19, muestra el índice de KMO (Kaiser-Meyer-Olkin). De acuerdo con Montoya Suárez (2007), “mide la adecuación de la muestra. Indica qué tan apropiado es aplicar el Análisis Factorial. Los valores entre 0.5 y 1 indican que es apropiado aplicarlo” (pág. 283). En este caso, se obtuvo un KMO de 0.546 siendo este un valor apropiado.

Tabla 20

*Variancia explicada*

<b>Total Variance Explained</b>						
<b>Component</b>	<b>Initial Eigenvalues</b>			<b>Extraction Sums of Squared Loadings</b>		
	<b>Total</b>	<b>% of Variance</b>	<b>Cumulative %</b>	<b>Total</b>	<b>% of Variance</b>	<b>Cumulative %</b>
1	5,082	31,763	31,763	5,082	31,763	31,763
2	3,248	20,3	52,063	3,248	20,3	52,063
3	2,325	14,532	66,595	2,325	14,532	66,595
4	1,773	11,081	77,676	1,773	11,081	77,676
5	0,96	6,002	83,678			
6	0,616	3,848	87,526			
7	0,528	3,303	90,829			
8	0,442	2,76	93,589			
9	0,303	1,896	95,485			
10	0,224	1,398	96,884			
11	0,144	0,9	97,783			
12	0,119	0,743	98,526			
13	0,1	0,627	99,153			
14	0,079	0,491	99,644			
15	0,047	0,291	99,935			
16	0,01	0,065	100			

**Elaborado:** Por la autora

En la tabla 20, se observa la significancia entre las variables siendo la más significativa el cuarto componente quien es el que representa entre todas las variables, debido a que es mayor a 0.70.

Sin embargo, dentro del modelo hubo ciertos componentes que fueron insignificativos mientras que se realizaba el análisis, los cuales se los iba eliminando a través de que se avanzaba en el modelo. Estos cuadros se encuentran en la parte de Anexos.

Tabla 21

*KMO and Bartlett's Test*

<b>KMO and Bartlett's Test</b>		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		.546
	Approx. Chi-Square	360.957
Bartlett's Test of Sphericity	df	105
	Sig	.000

**Elaborado:** Por la autora

Luego de depurar los componentes insignificantes en el modelo, el KMO sigue manteniendo su significancia (ver tabla 21), lo cual nos aprueba que es adecuado para un análisis factorial.

Tabla 22

*Significancia de la variancia.*

<b>Total Variance Explained</b>									
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5,003	33,354	33,354	5,003	33,354	33,354	3,249	21,663	21,663
2	3,243	21,62	54,973	3,23	21,62	54,973	3,199	21,324	42,988
3	2,033	13,552	68,526	2,033	13,552	68,526	3,187	21,244	64,231
4	1,665	11,103	79,628	1,665	11,102	79,628	2,31	15,397	79,628
5	0,901	3,008	85,637						
6	0,542	3,616	89,253						
7	0,512	3,416	92,668						
8	0,31	2,069	94,737						
9	0,253	1,686	96,422						
10	0,149	0,997	97,419						
11	0,137	0,915	98,334						
12	0,104	0,69	99,024						
13	0,079	0,527	99,551						
14	0,048	0,317	99,867						
15	0,02	0,133	100						

**Elaborado:** Por la autora

En la tabla 22, en el cuadro de la variancia explicada vemos que el cuarto componente es el que menos representa en el modelo (calidad), sin embargo, se tiene que observar la relación de la varianza acumulada es mayor a 0.70, lo que indica un buen ajuste del modelo (79.628).

Como se muestra en la siguiente matriz, tabla 23, se tiene 4 componentes que son: sostenibilidad, desempeño e innovación, recursos y calidad; pero como se puede observar hay variables que se asocian entre sí en los mismos componentes (aquellas que se encuentran en negritas). Como se asocian entre sí, se procede a eliminarlas para así poder analizar mejor su relación.

Tabla 23

*Matrix Components*

	<b>Component Matrix<sup>a</sup></b>			
	1	2	3	4
4.1 ¿Qué tan de acuerdo se encuentra usted con respecto a las siguientes aseveraciones relacionadas a las características esenciales de los insumos o recursos usados en la producción? [Es verdad que los recursos clave representan un valor para explorar oportunidades de mercado o ayudar a la organización a defenderse de las amenazas ambientales a través de un aumento en los ingresos y / o una reducción en el gasto.]	<b>0,511</b>	0,366	0,45	-0,121
4.1 ¿Qué tan de acuerdo se encuentra usted con respecto a las siguientes aseveraciones relacionadas a las características esenciales de los insumos o recursos usados en la producción? [Nuestros recursos clave no están disponibles para otras organizaciones. Estos recursos son muy difíciles de adquirir para los competidores.]	<b>0,54</b>	-0,285	-0,066	-0,717
4.1 ¿Qué tan de acuerdo se encuentra usted con respecto a las siguientes aseveraciones relacionadas a las características esenciales de los insumos o recursos usados en la producción? [Nuestros recursos clave son difíciles para que los competidores imiten.]	0,556	-0,331	-0,053	<b>-0,698</b>
4.1 ¿Qué tan de acuerdo se encuentra usted con respecto a las siguientes aseveraciones relacionadas a las características esenciales de los insumos o recursos usados en la producción? [Nuestros recursos clave son difíciles de reemplazar por otro equivalente estratégico.]	<b>0,595</b>	0,312	0,443	-0,207
4.2 Del 1 al 5 indique qué tanto su empresa se alinea con las siguientes [La empresa utiliza de manera responsable los recursos Económicos (para proporcionar bienes y servicios a la sociedad)]	0,566	<b>-0,617</b>	0,285	0,247
4.2 Del 1 al 5 indique qué tanto su empresa se alinea con las siguientes [La empresa utiliza de manera responsable los recursos legales (con respecto a premisas legales)]	0,462	<b>-0,492</b>	0,204	0,441

(Continuación)

Tabla 24 (Continuación)

4.2 Del 1 al 5 indique qué tanto su empresa se alinea con las siguientes [La empresa utiliza de manera responsable los recursos clave en términos de Ética (respeto por las prácticas que la sociedad espera o prohíbe)]	0,567	<b>-0,633</b>	0,319	0,204
4.2 Del 1 al 5 indique qué tanto su empresa se alinea con las siguientes [La empresa utiliza de manera responsable los recursos de Filantropía (promover el bienestar o la calidad de vida de la sociedad)]	<b>0,601</b>	-0,56	0,068	0,335
5.6 En una escala del 1 al 5 (1 siendo extremadamente malo y 5 excelente), ¿cómo calificaría lo siguientes instalaciones de infraestructura? [Energía eléctrica]	0,49	0,425	<b>0,543</b>	-0,086
5.6 En una escala del 1 al 5 (1 siendo extremadamente malo y 5 excelente), ¿cómo calificaría lo siguientes instalaciones de infraestructura? [Disponibilidad de vías adecuadas para transporte y carga de productos]	0,416	<b>0,647</b>	0,346	0,109
5.6 En una escala del 1 al 5 (1 siendo extremadamente malo y 5 excelente), ¿cómo calificaría lo siguientes instalaciones de infraestructura? [Calidad de conexión a internet y telefonía]	0,397	<b>0,783</b>	0,104	0,237
6.1 Indique en la escala del 1 al 5 qué tan de acuerdo se encuentra usted respecto a las siguientes aseveraciones relacionadas al desempeño de su empresa [El retorno de la inversión de nuestra empresa es mayor que al de nuestros competidores']	<b>0,598</b>	0,501	-0,491	0,23
6.1 Indique en la escala del 1 al 5 qué tan de acuerdo se encuentra usted respecto a las siguientes aseveraciones relacionadas al desempeño de su empresa [El rendimiento de nuestra empresa sobre sus activos es mayor que el de nuestros competidores.]	<b>0,701</b>	0,111	-0,533	0,21
6.1 Indique en la escala del 1 al 5 qué tan de acuerdo se encuentra usted respecto a las siguientes aseveraciones relacionadas al desempeño de su empresa [Los costos operativos totales de nuestra empresa son inferiores a los costos totales de nuestros competidores]	<b>0,819</b>	0,018	-0,371	-0,147
6.1 Indique en la escala del 1 al 5 qué tan de acuerdo se encuentra usted respecto a las siguientes aseveraciones relacionadas al desempeño de su empresa [El rendimiento general de nuestra empresa en el anterior año fue mejor que el de nuestros principales competidores]	<b>0,693</b>	0,082	-0,556	0,057

**Elaborado:** Por la autora

Eliminando aquellas variables que se asocian a un mismo componente se vuelve a correr el modelo para así poder analizar el resultado.

Una vez corrido nuevamente el modelo, se obtuvo que como se observa en la tabla 23, eliminando aquellas variables que se asocian entre un mismo componente, el KMO tuvo una variación, sin embargo, esta no fue tan significativa.

Tabla 25

*Nuevo KMO and Bartlett's Test*

<b>KMO and Bartlett's Test</b>	
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy	,512
Approx. Chi-Square	331,973
Bartlett's Test of Sphericity	df 91
	Sig .000

**Elaborado:** Por la autora

A continuación, dentro de la variancia explicada en la tabla 25, se observa que los componentes aumentaron su significancia dentro del modelo lo cual se lo puede en Cumulative % el cual dio un total de 80.939, siendo así bueno para el modelo.

Tabla 26

*Variancia explicada*

Compon ent	Total Variance Explained								
	Total	Initial Eigenvalues	Cumul ative %	Total	Extraction Sums of Squared Loadings	Cumul ative %	Total	Rotation Sums of Squared Loadings	Cumul ative %
1	4,817	34,405	34,405	4,817	34,405	34,405	3,244	23,169	23,169
2	3,101	22,148	56,554	3,101	22,148	56,554	3,187	22,765	45,935
3	1,77	12,646	69,2	1,77	12,646	69,2	2,584	18,46	64,395
4	1,644	11,74	80,939	1,644	11,74	80,939	2,316	16,545	80,939
5	0,823	5,879	86,818						
6	0,519	3,704	90,522						
7	0,348	2,485	93,007						
8	0,308	2,201	95,209						
9	0,238	1,708	96,611						
10	0,148	1,061	97,971						
11	0,137	0,976	98,947						
12	0,079	0,564	99,511						
13	0,049	0,347	99,858						
14	0,02	0,142	100						

**Elaborado:** Por la autora

Y así a su vez, se analiza su matriz de componentes. Ver tabla 26

Tabla 27

*Matrix components*

	<b>Component Matrix<sup>a</sup></b>			
	1	Component		4
	2	3		
4.1 ¿Qué tan de acuerdo se encuentra usted con respecto a las siguientes aseveraciones relacionadas a las características esenciales de los insumos o recursos usados en la producción? [Es verdad que los recursos clave representan un valor para explorar oportunidades de mercado o ayudar a la organización a defenderse de las amenazas ambientales a través de un aumento en los ingresos y / o una reducción en el gasto.]	0,458	0,359	0,553	0,372
4.1 ¿Qué tan de acuerdo se encuentra usted con respecto a las siguientes aseveraciones relacionadas a las características esenciales de los insumos o recursos usados en la producción? [Nuestros recursos clave no están disponibles para otras organizaciones. Estos recursos son muy difíciles de adquirir para los competidores.]	0,56	-0,24	-0,332	0,637
4.1 ¿Qué tan de acuerdo se encuentra usted con respecto a las siguientes aseveraciones relacionadas a las características esenciales de los insumos o recursos usados en la producción? [Nuestros recursos clave son difíciles para que los competidores imiten.]	0,58	-0,285	-0,315	0,623
4.1 ¿Qué tan de acuerdo se encuentra usted con respecto a las siguientes aseveraciones relacionadas a las características esenciales de los insumos o recursos usados en la producción? [Nuestros recursos clave son difíciles de reemplazar por otro equivalente estratégico.]	0,53	0,288	0,44	0,403

(Continuación)

Tabla 28 (Continuación)

4.2 Del 1 al 5 indique qué tanto su empresa se alinea con las siguientes [La empresa utiliza de manera responsable los recursos Económicos (para proporcionar bienes y servicios a la sociedad)]	0,609	-0,594	0,323	-0,144
4.2 Del 1 al 5 indique qué tanto su empresa se alinea con las siguientes [La empresa utiliza de manera responsable los recursos legales (con respecto a premisas legales)]	0,493	-0,475	0,285	-0,375
4.2 Del 1 al 5 indique qué tanto su empresa se alinea con las siguientes [La empresa utiliza de manera responsable los recursos clave en términos de Ética (respeto por las prácticas que la sociedad espera o prohíbe)]	0,605	-0,621	0,32	-0,104
4.2 Del 1 al 5 indique qué tanto su empresa se alinea con las siguientes [La empresa utiliza de manera responsable los recursos de Filantropía (promover el bienestar o la calidad de vida de la sociedad)]	0,652	-0,502	0,152	-0,304
5.6 En una escala del 1 al 5 (1 siendo extremadamente malo y 5 excelente), ¿cómo calificaría lo siguientes instalaciones de infraestructura? [Disponibilidad de vías adecuadas para transporte y carga de productos]	0,325	0,617	0,457	0,064
5.6 En una escala del 1 al 5 (1 siendo extremadamente malo y 5 excelente), ¿cómo calificaría lo siguientes instalaciones de infraestructura? [Calidad de conexión a internet y telefonía]	0,302	0,777	0,263	-0,149
6.1 Indique en la escala del 1 al 5 qué tan de acuerdo se encuentra usted respecto a las siguientes aseveraciones relacionadas al desempeño de su empresa [El retorno de la inversión de nuestra empresa es mayor que al de nuestro competidor']	0,588	0,64	-0,22	-0,3
6.1 Indique en la escala del 1 al 5 qué tan de acuerdo se encuentra usted respecto a las siguientes aseveraciones relacionadas al desempeño de su empresa [El rendimiento de nuestra empresa sobre sus activos es mayor que el de nuestros competidores.]	0,719	0,253	-0,37	-0,355

(Continuación)

Tabla 26 (Continuación)

6.1 Indique en la escala del 1 al 5 qué tan de acuerdo se encuentra usted respecto a las siguientes aseveraciones relacionadas al desempeño de su empresa [Los costos operativos totales de nuestra empresa son inferiores a los costos totales de nuestros competidores]	0,832	0,143	-0,338	0,04
6.1 Indique en la escala del 1 al 5 qué tan de acuerdo se encuentra usted respecto a las siguientes aseveraciones relacionadas al desempeño de su empresa [El rendimiento general de nuestra empresa en el anterior año fue mejor que el de nuestros principales competidores]	0,721	0,235	-0,415	-0,201

**Elaborado:** Por la autora

En donde se analiza otra vez si hay variables que se asocian entre sí en los mismos componentes. Como se asocian entre sí, se procede a eliminarlas para así poder analizar mejor su relación. Ver tabla 27.

Tabla 29

*Rotated Component Matrix*

	<b>Rotated Component Matrix<sup>a</sup></b>			
	1	Component 2	3	4
4.1 ¿Qué tan de acuerdo se encuentra usted con respecto a las siguientes aseveraciones relacionadas a las características esenciales de los insumos o recursos usados en la producción? [Es verdad que los recursos clave representan un valor para explorar oportunidades de mercado o ayudar a la organización a defenderse de las amenazas ambientales a través de un aumento en los ingresos y / o una reducción en el gasto.]	<b>0,11</b>	<b>0,009</b>	<b>0,86</b>	0,177
4.1 ¿Qué tan de acuerdo se encuentra usted con respecto a las siguientes aseveraciones relacionadas a las características esenciales de los insumos o recursos usados en la producción? [Nuestros recursos clave no están disponibles para otras organizaciones. Estos recursos son muy difíciles de adquirir para los competidores.]	0,119	0,151	0,053	<b>0,92</b>

(Continuación)

Tabla 30 (Continuación)

4.1 ¿Qué tan de acuerdo se encuentra usted con respecto a las siguientes aseveraciones relacionadas a las características esenciales de los insumos o recursos usados en la producción? [Nuestros recursos clave son difíciles para que los competidores imiten.]	0,171	0,142	0,042	<b>0,924</b>
4.1 ¿Qué tan de acuerdo se encuentra usted con respecto a las siguientes aseveraciones relacionadas a las características esenciales de los insumos o recursos usados en la producción? [Nuestros recursos clave son difíciles de reemplazar por otro equivalente estratégico.]	<b>0,141</b>	<b>0,068</b>	<b>0,781</b>	<b>0,292</b>
4.2 Del 1 al 5 indique qué tanto su empresa se alinea con las siguientes [La empresa utiliza de manera responsable los recursos Económicos (para proporcionar bienes y servicios a la sociedad)]	<b>0,899</b>	0,022	0,068	0,186
4.2 Del 1 al 5 indique qué tanto su empresa se alinea con las siguientes [La empresa utiliza de manera responsable los recursos legales (con respecto a premisas legales)]	<b>0,821</b>	0,115	-0,008	-0,063
4.2 Del 1 al 5 indique qué tanto su empresa se alinea con las siguientes [La empresa utiliza de manera responsable los recursos clave en términos de Ética (respeto por las prácticas que la sociedad espera o prohíbe)]	<b>0,9</b>	-0,008	0,062	0,224
4.2 Del 1 al 5 indique qué tanto su empresa se alinea con las siguientes [La empresa utiliza de manera responsable los recursos de Filantropía (promover el bienestar o la calidad de vida de la sociedad)]	<b>0,848</b>	0,24	-0,031	0,115
5.6 En una escala del 1 al 5 (1 siendo extremadamente malo y 5 excelente), ¿cómo calificaría lo siguientes instalaciones de infraestructura? [Disponibilidad de vías adecuadas para transporte y carga de productos]	-0,066	0,212	<b>0,791</b>	-0,156

(Continuación)

Tabla 31 (Continuación)

5.6 En una escala del 1 al 5 (1 siendo extremadamente malo y 5 excelente), ¿cómo calificaría lo siguientes instalaciones de infraestructura? [Calidad de conexión a internet y telefonía]	-0,188	0,452	<b>0,673</b>	-0,306
6.1 Indique en la escala del 1 al 5 qué tan de acuerdo se encuentra usted respecto a las siguientes aseveraciones relacionadas al desempeño de su empresa [El retorno de la inversión de nuestra empresa es mayor que al de nuestro competidor']	-0,083	<b>0,878</b>	0,329	-0,091
6.1 Indique en la escala del 1 al 5 qué tan de acuerdo se encuentra usted respecto a las siguientes aseveraciones relacionadas al desempeño de su empresa [El rendimiento de nuestra empresa sobre sus activos es mayor que el de nuestros competidores.]	0,202	<b>0,891</b>	0,044	0,083
6.1 Indique en la escala del 1 al 5 qué tan de acuerdo se encuentra usted respecto a las siguientes aseveraciones relacionadas al desempeño de su empresa [Los costos operativos totales de nuestra empresa son inferiores a los costos totales de nuestros competidores]	0,216	<b>0,736</b>	0,172	0,46
6.1 Indique en la escala del 1 al 5 qué tan de acuerdo se encuentra usted respecto a las siguientes aseveraciones relacionadas al desempeño de su empresa [El rendimiento general de nuestra empresa en el anterior año fue mejor que el de nuestros principales competidores]	0,145	<b>0,844</b>	0,054	0,227

**Elaborado:** Por la autora

Habiendo eliminado aquellas variables que se asocien un mismo componente, se observa que, una vez corrido el modelo, se obtuvo un KMO mucho más favorable (0.663) que, en ocasiones anteriores, como se lo puede observar en la tabla 28.

Tabla 32

*KMO and Bartlett's Test Final*

<b>KMO and Bartlett's Test</b>		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		,663
	Approx. Chi-Square	274,529
Bartlett's Test of Sphericity	df	66
	Sig	.000

**Elaborado:** Por la autora

Finalmente, al momento de observar la matriz de los componentes, vemos que cada variable se relaciona con un solo mismo componente. Como se lo aprecia a continuación en la tabla 29.

Tabla 33

*Matriz de componentes, final*

	<b>Rotated Component Matrix<sup>a</sup></b>			
		Component		
	Sostenibilidad	Desempeño e innovación	Recursos	Calidad
4.1 ¿Qué tan de acuerdo se encuentra usted con respecto a las siguientes aseveraciones relacionadas a las características esenciales de los insumos o recursos usados en la producción? [Nuestros recursos clave no están disponibles para otras organizaciones. Estos recursos son muy difíciles de adquirir para los competidores.]	0,128	0,148	<b>0,949</b>	-0,027
4.1 ¿Qué tan de acuerdo se encuentra usted con respecto a las siguientes aseveraciones relacionadas a las características esenciales de los insumos o recursos usados en la producción? [Nuestros recursos clave son difíciles para que los competidores imiten.]	0,179	0,141	<b>0,952</b>	-0,043
4.2 Del 1 al 5 indique qué tanto su empresa se alinea con las siguientes [La empresa utiliza de manera responsable los recursos Económicos (para proporcionar bienes y servicios a la sociedad)]	<b>0,892</b>	0,072	0,153	-0,092
4.2 Del 1 al 5 indique qué tanto su empresa se alinea con las siguientes [La empresa utiliza de manera responsable los recursos legales (con respecto a premisas legales)]	<b>0,832</b>	0,069	-0,019	0,061
4.2 Del 1 al 5 indique qué tanto su empresa se alinea con las siguientes [La empresa utiliza de manera responsable los recursos clave en términos de Ética (respeto por las prácticas que la sociedad espera o prohíbe)]	<b>0,895</b>	0,037	0,2	-0,09

(Continuación)

Tabla 34 (Continuación)

4.2 Del 1 al 5 indique qué tanto su empresa se alinea con las siguientes [La empresa utiliza de manera responsable los recursos de Filantropía (promover el bienestar o la calidad de vida de la sociedad)]	<b>0,849</b>	0,232	0,126	-0,029
5.6 En una escala del 1 al 5 (1 siendo extremadamente malo y 5 excelente), ¿cómo calificaría lo siguientes instalaciones de infraestructura? [Disponibilidad de vías adecuadas para transporte y carga de productos]	0,01	0,07	0,061	<b>0,97</b>
5.6 En una escala del 1 al 5 (1 siendo extremadamente malo y 5 excelente), ¿cómo calificaría lo siguientes instalaciones de infraestructura? [Calidad de conexión a internet y telefonía]	-0,127	0,333	-0,141	<b>0,868</b>
6.1 Indique en la escala del 1 al 5 qué tan de acuerdo se encuentra usted respecto a las siguientes aseveraciones relacionadas al desempeño de su empresa [El retorno de la inversión de nuestra empresa es mayor que al de nuestro competidor']	-0,077	<b>0,873</b>	-0,08	0,359
6.1 Indique en la escala del 1 al 5 qué tan de acuerdo se encuentra usted respecto a las siguientes aseveraciones relacionadas al desempeño de su empresa [El rendimiento de nuestra empresa sobre sus activos es mayor que el de nuestros competidores.]	0,197	<b>0,881</b>	0,068	0,105
6.1 Indique en la escala del 1 al 5 qué tan de acuerdo se encuentra usted respecto a las siguientes aseveraciones relacionadas al desempeño de su empresa [Los costos operativos totales de nuestra empresa son inferiores a los costos totales de nuestros competidores]	0,21	<b>0,769</b>	0,435	0,082
6.1 Indique en la escala del 1 al 5 qué tan de acuerdo se encuentra usted respecto a las siguientes aseveraciones relacionadas al desempeño de su empresa [El rendimiento general de nuestra empresa en el anterior año fue mejor que el de nuestros principales competidores]	0,132	<b>0,869</b>	0,187	0,03

**Elaborado:** Por la autora

Además, dentro del análisis de la variancia explicada en la tabla 30, quien explica más dentro de los componentes la menos importante es la calidad, mientras que la sostenibilidad es la más importante.

Tabla 35

*Variancia explicada final*

<b>Total Variance Explained</b>									
<b>Component</b>	<b>Initial Eigenvalues</b>			<b>Extraction Sums of Squared Loadings</b>			<b>Rotation Sums of Squared Loadings</b>		
	<b>Total</b>	<b>% of Variance</b>	<b>Cumulative %</b>	<b>Total</b>	<b>% of Variance</b>	<b>Cumulative %</b>	<b>Total</b>	<b>% of Variance</b>	<b>Cumulative %</b>
1	4,788	37,409	37,409	4,489	37,409	37,409	3,181	26,512	26,512
2	2,959	241,659	62,068	2,959	24,659	62,068	3,11	25,916	52,427
3	1,692	14,099	76,167	1,692	14,099	76,167	2,146	17,885	70,312
4	1,163	9,691	85,858	1,163	9,691	85,858	1,866	15,546	85,858
5	0,531	4,425	90,283						
6	0,321	2,675	92,959						
7	0,245	2,042	95,001						
8	0,23	1,915	96,916						
9	0,166	1,381	98,297						
10	0,095	0,789	99,086						
11	0,062	0,515	99,601						
12	0,048	0,399	100						

**Elaborado:** Por la autora

Dando a concluir que dentro de este modelo la variable latente que describe mejor a la competitividad es la sostenibilidad mientras que la calidad pasa a ser la variable menos latente.

Por lo tanto, para saber cuál es la variable que mejor describe el modelo, se realiza una regresión lineal para poder ver la relación que hay entre las variables, en donde la variable dependiente son las exportaciones, mientras que las variables independientes son: calidad, recursos, desempeño y sostenibilidad. Como lo indica la siguiente tabla.

Tabla 36

*Variables Entered/Removed*

<b>Variables Entered/Removed</b>			
<b>Model</b>	<b>Variables Entered</b>	<b>Variables Removed</b>	<b>Method</b>
1	Calid, recur,desem, sost		Enter
a. Dependent Variable: lexp			
b. All requested variables entered			

**Elaborado:** Por la autora

Una vez delimitadas las variables se procedió al análisis de resultados dentro de la regresión lineal, ver tabla 32.

Tabla 37

*Regresión lineal*

<b>Resultados</b>						
Number of obs = 30						
F( 4, 25) = 3.28						
Prob > F = 0.0272						
R-squared = 0.3442						
Adj R-squared = 0.2393						
Root MSE = .81902						
<b>Source</b>	<b>SS</b>		<b>df</b>	<b>MS</b>		
Model	880.247.707		4	220.061.927		
Residual	167.699.835		25	.670799339		
Total	255.724.606		29	.881808985		
<b>lexp</b>	<b>Coef.</b>	<b>Std. Err.</b>	<b>t</b>	<b>P&gt; t </b>	<b>[95% Conf. Interval]</b>	
sostenibilidad	-.2191034	.1520888	-1.44	0.162	-.5323362	.0941294
innovacion	.434814	.1520888	2.86	0.008	.1215812	.7480468
recursos	.2509175	.1520888	1.65	0.111	-.0623153	.5641504
calidad	-.0591996	.1520888	-0.39	0.700	-.3724324	.2540332
_cons	4.948.875	.1495325	33.10	0.000	4.640907	5.256.843

**Elaborado:** Por la autora

Analizando los resultados de la regresión lineal, se observa en la tabla 32 que dentro del ANOVA se observa la significancia de las variables dentro del modelo, la cual el desempeño e innovación es la variable que mejor explica la competitividad con un 0.433814, contrastando así la teoría en donde dice que los factores que más distingue a la competitividad son la calidad y la sostenibilidad.

### 4.3. Discusión

De acuerdo con los modelos analizados, sus resultados fueron:

- Datos de panel: La competitividad si contribuye a las exportaciones
- Análisis Factorial Exploratorio: Luego de realizar el análisis de las variables más latentes y de realizar la regresión lineal para determinar las variables que más explican el modelo, se determinó que dentro de los cuatro factores que explican la competitividad, el desempeño y la innovación fue quien explica mejor la competitividad mientras que la calidad fue quien menos la explicaba.

Partiendo de estos los resultados podemos constatar lo que hay una discrepancia entre la teoría de los factores de competitividad y los resultados del modelo de Análisis Factorial exploratorio.

Dentro de la teoría de los factores de competitividad, una de las principales teorías relacionadas a la competitividad es la Teoría de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter, en donde cada fuerza está influenciada por algunos factores que a la larga inciden en la competitividad de una empresa, una industria o sector e incluso de un país (Baena, Sánchez, & Montoya, 2003). Además, de acuerdo a (Labarca, 2007), dice que para que haya competitividad ya sea dentro de una empresa o industria, hay factores que van relacionados de manera directa con la competitividad, como lo son: las condiciones de los factores, la calidad, la demanda de las industrias relacionadas, la innovación, estructura y rivalidad de otras empresas del país y sostenibilidad. Siempre y cuando estos factores mencionados anteriormente produzcan incentivos, se tendrá una industria prospera y exitosa.

Finalmente analizando la teoría y el modelo de econométrico dentro del estudio de investigación, se determina que de todos los factores que, nombrados anteriormente, hubo cuatro variables latentes, como lo son: sostenibilidad, innovación, recursos y calidad; sin embargo, al momento de realizar la relación entre las variables para poder obtener cual factor determina mejor la competitividad, se concluyó que la innovación fue el más significativo dentro del modelo. Esto no quiere decir que los demás factores son insignificantes, en si dentro del análisis se puede ver que no hay una variación abismal entre ellas, sin embargo, en cuando a significancia la variable de innovación es la más adecuada y la menos insignificante fue la sostenibilidad.

#### **4.4. Propuesta de acciones**

Para poder mejorar la competitividad en la industria de chocolatería fina de exportación se puede emplear un enfoque sistémico, en donde la sostenibilidad represente uno de los factores importante logrando así que el recurso humano y conocimiento, que incluye aspectos del recurso humano como habilidades y conocimientos sean uno de los más importantes, debido a que da un plus en su promoción como producto. Además, el Estado y panorama mundial, que incluye variables de carácter social como la seguridad ciudadana, deben de promover el comercio justo y a su vez las exigencias de calidad de los mercados internacionales y factores relacionados con la demanda como gustos y preferencias del consumidor. Otro punto son el uso de recursos naturales, estos deben de ser de calidad, dado que es el factor diferenciador del producto y; en cuanto a las empresas, la productividad, innovación con tecnologías limpias y gestión empresarial, deben de considerarse debido a que es su plus y su carta de presentación frente a sus competidores internacionales y clientes.

## CAPITULO V

### 5. Conclusiones y recomendaciones

#### 5.1 Conclusiones

Luego de realizar la correspondiente revisión de las teorías económicas que son relevantes para el análisis dentro del trabajo de investigación y las respectivas estimaciones de los modelos económicos, para poder desarrollar estas valoraciones se han considerado las variables que fueron determinadas en la metodología, como son las exportaciones anuales, ventas anuales de las empresas, la sostenibilidad, la calidad, los recursos, la innovación.

Dentro de las evaluaciones que se realizaron, se encontraron las variables latentes para así proceder a obtener las variables más significativas para el modelo dentro del análisis factorial exploratorio. Mientras que en datos de panel se pudo comprobar que la competitividad tiene una relación directa con las exportaciones, esto debido a que para el análisis se tomaron las ventas anuales de las empresas exportadoras ecuatorianas y se procedió a realizar un Market Share para así poder medir la competitividad y observar que tan competitivas son las empresas nacionales de chocolatería fina entre ellas.

En cuanto a los resultados obtenidos dentro del análisis factorial exploratorio, se pudo determinar que, dentro de la perspectiva de los factores de competitividad, las variables que medían la competitividad como lo son sostenibilidad, innovación, recursos, y calidad no todas son significativas dentro del modelo, siendo así la innovación la variable más significativa y la sostenibilidad siendo la menos significativa. Lo cual muestra un contraste dentro de la teoría de factores de competitividad puesto que en ella habla que uno de los factores más importantes es la sostenibilidad y la calidad. Sin embargo, dentro de este estudio cuando se realizó la encuesta, sus resultados fueron los contrarios a la teoría económica planteada.

Ahora bien, en cuanto a la competitividad y las exportaciones, este modelo se lo realizó mediante datos de panel. Este fue un modelo simple en donde se pudo comprobar que la competitividad si influye en las exportaciones, e incluso se realizó un market share usando las ventas anuales de las empresas exportadoras para poder medir la competitividad de las empresas ecuatorianas dentro del mercado nacional y

mercado internacional, dado que teniendo en cuenta la teoría de los factores de competitividad, se debe considerar que los factores para determinar la competitividad de una industria en concreto son: las condiciones de los factores y de la demanda, calidad, las industrias relacionadas y de apoyo y, la estrategia, sostenibilidad, innovación, estructura y rivalidad de otras empresas del país en cuestión. En síntesis, cuando los factores antes mencionados brinden incentivos, presiones y capacidades necesarias para mejorar e innovar las industrias crecen y se consideran exitosas, y estos se verán reflejados de manera numérica en sus ventas.

Además, la teoría de los factores de competitividad enfatiza que antes de que la industria sea competitiva a nivel internacional, sus empresas deben ser competitivas a nivel nacional. Esto al analizarse mediante un market share se determinó que a las Pymes son aquellas empresas más competitivas dentro de la industria, abarcando así el 32% del total de empresas que producen y exportan chocolatería fina.

Debido a lo mencionado anteriormente, se puede concluir que a pesar de que la teoría mencionada determine que la sostenibilidad, calidad, desempeño e innovación y recursos, son factores importantes, no siempre se cumplirá dado que dentro de este estudio la innovación es el factor fundamental dentro de la competitividad de las empresas ecuatorianas; además se observó la relación de la competitividad con las exportaciones y la medición de la competitividad de las empresas exportadoras se lo realizó con un market share; el análisis de dicha relación fue positiva puesto que la competitividad si influye de manera directa a las exportaciones de chocolate; y gracias a la realización del market share se pudo medir que tan competitivo son las empresas nacionales.

## **5.2 Recomendaciones**

Como se mencionó en el apartado anterior, se sugiere tener a consideración la innovación del producto, debido a que es uno de los factores diferenciadores dentro del mercado internacional y una de las formas de mantener el nicho de mercado que se tiene actualmente en Europa. Además, a pesar de que la calidad fue una de las variables menos significativas dentro del modelo, la recopilación literaria determina que la misma es uno de los factores importantes, puesto que son las certificaciones internacionales en donde influye mucho también la innovación y la diferenciación del producto ecuatoriano ante los demás.

La industria chocolatera ya tiene un plus competitivo frente a otros países competidores en donde Dinamarca, Italia, Gran Bretaña, Suiza y Francia son competidores directos del chocolate ecuatoriano; y este es su materia prima. Se debe ser consciente de ello y saberlo utilizar a favor de la industria, es decir saber usar los recursos de manera adecuada, innovando y manteniendo la calidad de su materia prima.

Se recomienda también que, en futuras investigaciones de esta índole en cuanto al tema en particular, se considere realizar una comparación entre la competitividad de las empresas ecuatorianas como con la competitividad de empresas europeas, y a su vez los incentivos por parte del gobierno, esto quiere decir, políticas públicas que verdaderamente influyan dentro de un mediano plazo las exportaciones del producto para poder analizar cuáles son las falencias que tuvo la implementación en Ecuador.

## 6. Referencias Bibliográficas

- Acebo Plaza, M., & A. Rodríguez, J. (16 de Enero de 2017). *Estudios industriales, orientación estratégica para la toma de decisiones, industria de cacao.* . Obtenido de ESPAE: <http://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2016/12/industriasoftware.pdf>
- Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro. (13 de julio de 2011). *Manual de procedimiento para el registro y certificación de viveros y productores de material vegetal de cacao nacional fino y de aroma sabor "arriba" y otras variedades.* Quito, Pichincha, Ecuador: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.
- Anecacao. (2015). *EL CHOCOLATE REPRESENTA EL 1% DE LAS EXPORTACIONES DE CACAO Y DERIVADOS.* Obtenido de El chocolate fino de Ecuador conquista paladares en el extranjero
- ANECACAO. (2019). *Agricultor ecuatoriano logró denominación de origen cacao - arriba.* Recuperado el 6 de diciembre de 2019, de <http://www.anecacao.com/index.php/es/noticias/agricultor-ecuatoriano-logro-denominacion-de-origen-cacao-arriba.html>
- ANECACAO. (Enero de 2019). *ANECACAO.* Obtenido de ANECACAO: <http://www.anecacao.com/index.php/es/estadisticas/estadisticas-actuales.html>
- Anecacao. (2019). *Cacao nacional.* Obtenido de <http://www.anecacao.com/index.php/es/quienes-somos/cacao-nacional.html>
- ANECACAO. (sf). *HISTORIA DEL CACAO.* Obtenido de <http://www.anecacao.com/es/quienes-somos/historia-del-cacao.html>
- Arias, F. (2012). El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica. En F. G. Arias, *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica* (6ta. ed., pág. 143). Caracas: EDITORIAL EPISTEME, C.A. Recuperado el 11 de Diciembre de 2019, de <https://evidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACION-C3%93N-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>

- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Montecristi, Manabí, Ecuador.
- Asamblea Nacional Constituyente. (29 de diciembre de 2010). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, COPCI. Quito, Pichincha, Ecuador: Registro Oficial.
- Baena, E., Sánchez, J., & Montoya, O. (2003). El entorno empresarial y la teoría de las cinco fuerzas competitivas. *Scientia et Technica*, 9(23), 61-66.
- BCE. (1 de Septiembre de 2019). *EXPORTACIONES FOB POR PRODUCTO PRINCIPAL*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual.jsp>
- Cadena-Iñiguez, Pedro; Rendón-Medel, Roberto; Aguilar-Ávila, Jorge; Salinas-Cruz, Eileen; de la Cruz-Morales, Francisca del Rosario; Sangerman-Jarquín, Dora Ma. (2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 8(7), 1603 - 1617. Recuperado el 11 de Diciembre de 2019, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=263153520009>
- Caria, S. (octubre de 2016). Patrones de Especialización y Cambio de la Matriz Productiva en Ecuador, 2006-2015. 1-229. Salamanca, España: Universidad de Salamanca. Recuperado el 2 de diciembre de 2019
- CEPAL. (2015). *Diagnóstico de la Cadena Productiva del Cacao en el Ecuador*. Obtenido de Vicepresidenciai de la Republica del Ecuador: <https://www.vicepresidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2015/07/Resumen-Cadena-de-Cacao-rev.pdf>
- Comité de Comercio Exterior. (1 de Octubre de 2012). *RESOLUCION No. 59*. Obtenido de Servicio Nacional de Aduana del Ecuador - SENA: [https://www.aduana.gob.ec/archivos/Boletines/2013/ARANCEL\\_FINAL\\_1\\_DE\\_ENERO\\_R93.pdf](https://www.aduana.gob.ec/archivos/Boletines/2013/ARANCEL_FINAL_1_DE_ENERO_R93.pdf)
- Congreso Nacional. (10 de julio de 2000). Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. Ecuador.
- Corporación Financiera Nacional. (2018). *Ficha Sectorial: Cacao y Chocolate*. CFN.

- Daniels, J., Radebaugh, L., & Sullivan, L. (2013). *Negocios Internacionales. Ambientes y Operaciones. Décimo Cuarta Edición*. México: Pearson Educación.
- El Telégrafo. (27 de abril de 2019). *Exportaciones de cacao subieron 4,65% en 2018*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/exportaciones-cacao-ecuador>
- Erwin Akib, M. N. (2015). The Validity and Reliability of Assessment for Learning (AfL). *Education Journal.*, 64-68. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/281305853\\_The\\_VValidity\\_and\\_Reliability\\_of\\_Assessment\\_for\\_Learning\\_AfL](https://www.researchgate.net/publication/281305853_The_VValidity_and_Reliability_of_Assessment_for_Learning_AfL)
- España, N., García, J., Mendoza, B., & Zea, A. (2017). Estudio del proceso logístico y promocional para la exportación de barras de chocolate gourmet al mercado mexicano. *CIANI*, 219-224.
- FAO. (2017). *FAO*. Obtenido de <http://www.fao.org/3/y5143s/y5143s0w.htm>
- FAO. (2017). *FAO*. Obtenido de <http://www.fao.org/3/y5143s/y5143s0w.htm>
- Fierro, G. (2017). Análisis del sector cacaotero desde los aspectos de la competitividad sistémica y su inserción en el mercado mundial. Bogotá DC: Fundación Universidad de América.
- Guerrero, G. (2013). *El cacao ecuatoriano*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/cacao-ecuadoriano-historia-empezo-siglo.html>
- Gujarati, D., & Porter, D. (2010). *Econometría*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Herrera, Luis; Medina, Arnaldo; Naranjo, Galo;. (2010). *Tutoría DE LA INVESTIGACIÓN Científica Guía para elaborar en forma creativa y amena el trabajo de Graduación* (Cuarta ed.). Ambato: Gráficas Corona Quito. Recuperado el 11 de Diciembre de 2019, de <https://es.scribd.com/document/266570208/Libro-Final-Tutoria-de-la-Investigacion-docx>

- Hurtado, O. (2017). Ecuador entre dos siglos. En O. Hurtado, *Ecuador entre dos siglos*. (Primera ed., pág. 510). Bogota: Penguin Random House Grupo Editorial.
- ICA. (22 de Octubre de 2019). *International Chocolate Awards*. Obtenido de International Chocolate Awards: <https://www.internationalchocolateawards.com/2019/10/world-final-2019-grand-jury-finalists/>
- Instituto Ecuatoriano de Normalización. (1980). Norma Técnica Ecuatoriana INEN 537. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Instituto Ecuatoriano de Normalización. (2010). Normativa Técnica NTE INEN 621. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual. (2016). *Identidad Ecuatoriana en Productos Propios*. Recuperado el 6 de diciembre de 2019, de <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/denominacion-de-origen/>
- Labarca, N. (2007). Consideraciones técnicas de la competitividad empresarial. *Revista Omnia*, 13(2), 158-184.
- Labra, R., & Torrecillas, C. (2014). *Universidad Autónoma de Madrid*. Obtenido de Universidad Autónoma de Madrid: [https://www.catedrauamaccenture.com/documents/Working%20papers/WP2014\\_16\\_Guia%20CERO%20para%20datos%20de%20panel\\_Un%20enfoco%20practico.pdf](https://www.catedrauamaccenture.com/documents/Working%20papers/WP2014_16_Guia%20CERO%20para%20datos%20de%20panel_Un%20enfoco%20practico.pdf)
- López, A. (10 de octubre de 2017). *Producción y Comercialización de Cacao Fino de Aroma en el Ecuador - Año 2012-2014*. Obtenido de Superintendencia de Control del Poder de Mercado: <https://www.scpm.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2019/03/ESTUDIO-DEL-CACAO-IZ7-version-publica-ultima.pdf>
- López, P. (2004). POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO. *Punto Cero*, 69-74. Recuperado el 11 de Diciembre de 2019, de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762004000100012](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012)

- Maiquashca, J. (2012). La incorporación del cacao ecuatoriano al mercado mundial entre 1840 y 1925, según los informes consulares. *Procesos, I Semestre*, 67-97. Obtenido de <http://revistaprocesos.ec/ojs/index.php/ojs/article/view/49/68>
- Méndez Martínez, C., & Rondón Sepúlveda, M. (Enero - Abril de 2012). Introducción al análisis factorial exploratorio. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 14(1), 197-207. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80624093014>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2019). *Ecuador es el primer exportador de cacao en grano de América*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/cacao-ecuatoriano-historia-empezo-siglo.html>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (09 de Mayo de 2019). *Ministerio de Agricultura y Ganadería*. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/se-presento-plan-de-mejora-competitiva-del-cacao-y-derivados/>
- Ministerio de Industrias y Productividad. (2014). Resolución No. 14 394 Ministerio de Industrias y Productividad. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca . (2019). *Informe Mensual de Comercio Exterior*. Quito: MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIONES.
- Montero Granados, R. (22 de Septiembre de 2005). *Universidad de Granada*. Obtenido de Universidad de Granada: <https://www.ugr.es/~montero/matematicas/hausman.pdf>
- Montoya Suárez, O. (2007). APLICACIÓN DEL ANÁLISIS FACTORIAL A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. *Scientia et Technica*, 281-286. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4804281.pdf>
- N. Porchet, C. Nordmann, M. Castillo. (Noviembre de 2017). *Turning the chocolate business upside down!* Obtenido de International Cocoa Organization: [https://www.icco.org/about-us/international-cocoa-agreements/cat\\_view/68-icco-workshops-and-seminars/352-international-cocoa-research-symposium-lima-peru-2017/438-proceedings-of-the-international-symposium-on-cocoa-research-2017/445-thematic-7.html](https://www.icco.org/about-us/international-cocoa-agreements/cat_view/68-icco-workshops-and-seminars/352-international-cocoa-research-symposium-lima-peru-2017/438-proceedings-of-the-international-symposium-on-cocoa-research-2017/445-thematic-7.html)

- Normalización, I. E. (1989). Normativa Técnica Ecuatoriana Obligatoria INEN 620. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Nuñez Moscoso, J. (2017). Métodos mixtos en la investigación en educación: hacia un uso reflexivo. *Cadernos de Pesquisa*, 47 (164). doi:<https://dx.doi.org/10.1590/198053143763>
- Ochoa, J. (2019). *Boletín mensual de Anecacao*. Obtenido de <http://www.anecacao.com/es/estadisticas/estadisticas-actuales.html>
- Organización de Naciones Unidas. (7 de julio de 2010). Convenio Internacional del Cacao, 2010. Ginebra.
- Ovando, W., Canales, R., & Munguía, G. (2017). Comercio interregional de bienes manufacturados en los países de la Alianza del Pacífico desde la Teoría de Linder. *Desafíos*, 29(2), 169-197.
- Pérez, J., & Merino, M. (2014). *Definición de Comercio Internacional*. Obtenido de <https://definicion.de/comercio-internacional/>
- Porchet, N.; Nordmann, C.; Castillo, M. (13 - 17 de Noviembre de 2017). *Turning the chocolate business upside down!* Obtenido de International Cocoa Organization: ICCO Workshops and Seminars/International Cocoa Research Symposium-Lima, Peru, 2017/Proceedings of the International Symposium on Cocoa Research 2017/Thematic 7
- Prieto Castellanos, B. J. (2018). El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la eficiencia del procesamiento de adquisición de evidencias digitales\*. *Cuadernos de contabilidad* 46 , 27. doi:10.11144/Javeriana.cc18-46.umdi.
- Proecuador. (2017). *Perfil sectorial de cacao y elaborados*. Ministerio de Comercio Exterior.
- PROECUADOR. (23 de Noviembre de 2017). *PRO ECUADOR*. Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/ficha-de-chocolate/>
- Quero Virla, M. (2010). Confiabilidad y coeficiente Alpha de Conbrach. *TELOS*, 12(2), 248-252. Recuperado el 2020, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99315569010>

- Quintana Lombeida, M. (2019). El cambio organizacional en la comercialización de chocolate ecuatoriano. *Revista de la Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas (AJOICA)*, 1-9. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7054131>
- Quinterio, M., & Cartay, R. (2000). El circuito del cacao en Venezuela, 1990 - 1999: caracterización y estrategias para mejorar la competitividad. *Agroalimentaria*, 61-70.
- Ramírez, R., & Ampudia, D. (2018). Factores de Competitividad Empresarial en el Sector Comercial. *Revista RECITIUTM*, 4(1), 16-32.
- Registro Oficial. (5 de mayo de 2009). Ley Orgánica del Regimen de la Soberanía Alimentaria. Quito, Pichincha, Ecuador.
- República del Cacao. (2019). Recuperado el 6 de diciembre de 2019, de <https://es.republicadelcacao.com/collections/all/range-single-origin>
- Revista Líderes. (2013). *El chocolate fino de Ecuador conquista paladares en el extranjero*. Recuperado el 29 de noviembre de 2019, de <https://www.revistalideres.ec/lideres/chocolate-fino-ecuador-conquista-paladares.html>
- Revista Líderes. (12 de marzo de 2019). *Ecuador oferta cinco productos con denominación de origen*. Recuperado el 6 de diciembre de 2019, de <https://www.revistalideres.ec/lideres/ecuador-oferta-productos-pitahaya-economia.html>
- Rosero, L. (septiembre de 2016). El Ecuador y la política pública en la inserción del comercio internacional: estudio de caso sobre la cadena de valor del cacao - chocolate, 2007 - 2014. Quito, Pichincha, Ecuador: Instituto de Atos Estudios Nacionales.
- Ruiz Porras, A. (2016). LA INVESTIGACIÓN ECONOMETRICA MEDIANTE PANELES DEDATOS: HISTORIA, MODELOS Y USOS EN MÉXICO. *Revista Economía y Política*(24), 11-34. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/317635906\\_LA\\_INVESTIGACION\\_ECONOMETRICA\\_MEDIANTE\\_PANELES\\_DE\\_DATOS\\_HISTORIA\\_MODELOS\\_Y\\_USOS\\_EN\\_MEXICO](https://www.researchgate.net/publication/317635906_LA_INVESTIGACION_ECONOMETRICA_MEDIANTE_PANELES_DE_DATOS_HISTORIA_MODELOS_Y_USOS_EN_MEXICO)

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, Senplades. (22 de Septiembre de 2017). *Plan Nacional de desarrollo 2017 - 2021. Toda una vida*. Obtenido de Secretaría Técnica Planifica Ecuador: [https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_OK.compressed1.pdf](https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_OK.compressed1.pdf)

Syndicat du Chocolat. (Marzo de 2019). *CHIFFRES CLÉS 2018*. Obtenido de <http://syndicatduchocolat.preprod-bergamote.com/wp-content/uploads/2019/05/chiffre-cles-19-1.pdf>

## 7. Anexos

### Anexo 1.- Carta de Apto

Guayaquil, 10 de marzo de 2020.

Ingeniero

**Freddy Camacho Villagómez**

COORDINADOR UTE B-2019

ECONOMÍA

En su despacho.

De mis Consideraciones:

Economista **WALTER EFRÉN GUERRA BUSTAMANTE, MGS**, Docente de la Carrera de Economía, designado TUTOR del proyecto de grado del **EVELYN SUSANA GOVEA MOROCHO**, cúmpleme informar a usted, señor Coordinador, que una vez que se han realizado las revisiones al 100% del avance del proyecto avaló el trabajo presentado por el estudiante, titulado **ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD EN LA INDUSTRIA DE CHOCOLATERÍA FINA DE EXPORTACIÓN. PERIODO 2013 – 2018**, por haber cumplido en mi criterio con todas las formalidades. Este trabajo de titulación ha sido orientado al 100% de todo el proceso y se procedió a validarlo en el programa de URKUND dando como resultado un 0% de plagio.

Cabe indicar que el presente informe de cumplimiento del Proyecto de Titulación del semestre B-2019 a mi cargo, en la que me encuentro designado y aprobado por las diferentes instancias como es la Comisión Académica y el Consejo Directivo, dejo constancia que los únicos responsables del trabajo de titulación somos el Tutor **WALTER EFRÉN GUERRA BUSTAMANTE, MGS** y la Srta. **EVELYN SUSANA GOVEA MOROCHO** y eximo de toda responsabilidad a el coordinador de titulación y a la dirección de carrera.

La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue: **8,5/10 (Ocho coma cinco sobre diez)**.

Atentamente,

**WALTER EFRÉN GUERRA BUSTAMANTE, MGS**

**EVELYN SUSANA GOVEA MOROCHO**

## Anexo 2.- Encuesta

### COMPETITIVIDAD Y DESEMPEÑO DE INDUSTRIA DE CHOCOLATERÍA

A continuación, encontrará una serie de preguntas respecto a características generales de la empresa y otras más específicas respecto a conceptos de competitividad en la comercialización, calidad y procesos sostenibles. Se pide seguir las instrucciones y responder a las aseveraciones propuestas. Los datos serán analizados de manera conjunta y por tanto anónima, con fines únicamente académicos.

#### PARTE I: INFORMACIÓN GENERAL<sup>1</sup>

##### 1.1 Su compañía es de tipo (Marque con una X):

Compañía en nombre colectivo	
Compañía en comandita simple y dividida por acciones	
Compañía de responsabilidad limitada Cía. Ltda.	
Sociedad anónima S.A.	
Compañía de economía mixta	

##### 1.2 ¿Cuántos establecimientos (plantas, locales) independientes tiene la empresa? (Marque con una X en caso de Ninguno / Coloque la cifra de establecimientos).

Ninguno \_\_\_\_\_ establecimientos

##### 1.3 ¿En qué año la empresa inició sus operaciones? En el año \_\_\_\_\_

##### 1.4 Pensando en la línea más fuerte de su empresa, dentro del mercado local, ¿cuántos competidores enfrenta? (Marque con una X una sola opción).

Ninguno \_\_\_\_\_ Uno o dos competidores \_\_\_\_\_ Entre 3 y 5 competidores \_\_\_\_\_

Entre 6 a 10 competidores \_\_\_\_\_ Entre 11 a 15 competidores \_\_\_\_\_ Entre 15 a 20 competidores \_\_\_\_\_

Más de 20 competidores \_\_\_\_\_

#### PARTE II: PROPIEDAD<sup>2</sup>

##### 2.1 ¿Qué porcentaje de la empresa es propiedad de una sola persona? (escriba un % aproximado)

Aproximadamente un \_\_\_\_\_ %

<sup>1</sup> Esta sección ha sido adaptada de SMEs Survey del Banco Mundial

<sup>2</sup> Esta sección ha sido adaptada de SMEs Survey del Banco Mundial

**2.2 ¿Cuál de las siguientes características describe mejor a la propiedad de la empresa? (Marque con una X solo una opción).**

i. Propiedad individual	
ii. Propiedad familiar	
iii. Empresa multinacional extranjera	
iv. Propiedad de los gerentes	
v. Propiedad comunitaria (empleados de la firma)	
vi. Propiedad pública (Estado)	

**2.3 ¿El propietario principal es una mujer?**

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**2.4 ¿El propietario principal es también el gerente de la empresa?**

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**2.5 ¿El actual propietario mayoritario es la misma persona que inicialmente creó la empresa?**

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**2.5 ¿Cuál es el nivel de educación más alto completado por el propietario de la empresa? (Marque con una X solo una opción).**

i. No completó el bachillerato.	
ii. Bachiller	
iii. Universitario sin estudios culminados	
iv. Profesional graduado	
v. Posgrado	

**2.6 Si el gerente general no es el propietario ¿Cuál es el nivel educativo más alto del gerente? (Marque con una X solo una opción).**

i. No completó el bachillerato.	
ii. Bachiller	
iii. Universitario sin estudios culminados	
iv. Profesional graduado	
v. Posgrado	

**2.7 ¿Cuántos años de experiencia en la línea de negocios tiene el gerente general?**

Aproximadamente \_\_\_\_\_ años

### **PARTE III: VENTAS Y PROVEEDORES (COMERCIALIZACIÓN)<sup>3</sup>**

**3.1 Proporcione información sobre los proveedores del insumo principal que compró su establecimiento durante el año fiscal 2019**

Por favor indique su principal insumo (Colocar el nombre del producto)	Un número aproximado de proveedores que usted utiliza (Colocar número aproximado)	Si solo utiliza un proveedor. Indique si existe más proveedores de este mismo insumo (Marque con X)	Número de proveedores que son filiales o plantas de su empresa (Marque Ninguno con X o indique el número de filiales)
Nombre del producto: _____	Aproximadamente _____ proveedores	Sí _____ No _____	Ninguno _____ Número de filiales _____

<sup>3</sup> Esta sección ha sido adaptada de SMEs Survey del Banco Mundial

**3.2 En promedio, ¿cuánto tiempo ha trabajado con sus principales proveedores?**

Menos de un año \_\_\_\_\_ Entre 1 a 2 años \_\_\_\_\_ Entre 2 a 3 años \_\_\_\_\_ Entre 3 a 4 años \_\_\_\_\_

Más de 4 años \_\_\_\_\_

**3.3 ¿Qué porcentaje (aproximadamente) de sus proveedores han entregado insumos con una calidad menor a la esperada?**

\_\_\_\_\_ %

**3.4 ¿Su principal proveedor de su insumo más importante, fabrica dicho insumo bajo sus especificaciones particulares?**

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**3.5 ¿Qué porcentaje de sus insumos es origen nacional y de origen extranjero?**

Origina nacional		%
Origen extranjero (importado)		%

**3.6 En caso de que su empresa exporte parte de su producción. Indique qué porcentaje de su producción anual se destina al comercio exterior**

0% \_\_\_\_\_ Aproximadamente \_\_\_\_\_ %

**3.5 Por favor, responda a las siguientes preguntas sobre condiciones del mercado.**

	Decrecieron	Se mantuvieron	Crecieron
Qué pasó con sus ventas en este año (2019) en su principal mercado con respecto al año anterior (2018)			
Qué pasó con los precios promedio de su principal producto en este año (2019) con respecto al año pasado (2018)			
Qué paso con el precio de sus principales insumos en este año (2019) con respecto al año pasado (2018)			
Qué pasó con el número de clientes en este año (2019) con respecto al año pasado (2018)			

**PARTE IV: RECURSOS Y SOSTENIBILIDAD<sup>4</sup>**

**4.1 Indique en la escala del 1 al 5 qué tan de acuerdo se encuentra usted respecto a las siguientes aseveraciones relacionadas a las características esenciales de los insumos o recursos usados en la producción.**

<sup>4</sup> Esta sección ha sido adaptada del estudio "Sustainable Competitive Advantage: A Survey of Companies in Southern Brazil" por Ferro, J., Severo, A., y Maia, C. en Brazilian Business Review, 2007, 14 (3), 352-367.

		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Recursos valiosos:	Es verdad que los recursos clave representan un valor para explorar oportunidades de mercado o ayudar a la organización a defenderse de las amenazas ambientales a través de un aumento en los ingresos y / o una reducción en el gasto.					
Recursos raros:	Nuestros recursos clave no están disponibles para otras organizaciones. Estos recursos son muy difíciles de adquirir para los competidores.					
Recursos imperfectamente imitables:	Nuestros recursos clave son difíciles para que los competidores imiten.					
Estratégicamente irremplazable (duradero):	Nuestros recursos clave son difíciles de reemplazar por otro equivalente estratégico.					

**4.2 Del 1 al 5 indique qué tanto su empresa se alinea con las siguientes aseveraciones (Encierre en un círculo que valore la realidad de la empresa)**

<b>La empresa se adhiere a la sostenibilidad ambiental en el uso de recursos clave en el proceso productivo y desarrollo de productos</b>				
1	2	3	4	5
Nada cierto para la empresa			Totalmente cierto para la empresa	

<b>La compañía también está comprometida con el bienestar de los trabajadores, la sociedad y el medio ambiente</b>				
1	2	3	4	5
Nada cierto para la empresa			Totalmente cierto para la empresa	

<b>La empresa utiliza de manera responsable los recursos clave en términos de los siguientes aspectos:</b>				
<b>Económico (para proporcionar bienes y servicios a la sociedad)</b>				
1	2	3	4	5
Nada cierto para la empresa			Totalmente cierto para la empresa	

<b>Legal (con respecto a premisas legales);</b>				
1	2	3	4	5
Nada cierto para la empresa			Totalmente cierto para la empresa	

Ética (respeto por las prácticas que la sociedad espera o prohíbe)				
1	2	3	4	5
Nada cierto para la empresa			Totalmente cierto para la empresa	

Filantropía (promover el bienestar o la calidad de vida de la sociedad)				
1	2	3	4	5
Nada cierto para la empresa			Totalmente cierto para la empresa	

## PARTE V: CALIDAD Y EFICIENCIA

**5.1 Su empresa cuenta con alguna certificación de calidad (Por ejemplo, ISO 9000, 9002 or 14,000)**

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**5.2 ¿Cuál fue el porcentaje utilizado de la capacidad instalada de su planta durante el último año y el presente año? (Capacidad utilizada es la cantidad de producción realmente producida en relación con la cantidad máxima que podría producirse con su maquinaria y equipos existentes y turnos regulares).**

Porcentaje utilizado en 2018 \_\_\_\_\_ %

Porcentaje utilizado 2019 \_\_\_\_\_ %

**5.3 ¿Qué porcentaje de su planta dispone de equipos con las siguientes características?**

Menos de 5 años de vida útil		%
Entre 5 a 10 años		%
Entre 10 a 20 años		%
Más de 20 años		%

**5.4 ¿Su empresa ha adquirido nueva tecnología en los últimos dos años que ha cambiado sustancialmente la forma en la que se producen los principales productos o se permite la producción de nuevos productos?**

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**5.5 En caso de responder SÍ señale cuáles fueron estas nuevas formas en la que esta tecnología fue integrada (Marque con una X, puede marcar más de una opción)**

Adquiriendo una nueva máquina o equipo	
Contratando personal especializado	
Con nuevas licencias internacionales	
Con nuevas licencias nacionales	
Adaptaciones de infraestructura dentro de la planta	
Desarrollos en el equipo o maquinaria de los proveedores	
Otros	

**5.6 En una escala del 1 al 5 (1 siendo extremadamente malo y 5 excelente), ¿cómo calificaría lo siguientes instalaciones de infraestructura? (Marque con X el valor)**

	Muy malo				Excelente
Energía eléctrica	1	2	3	4	5
Disponibilidad de vías adecuadas para transporte y carga de productos	1	2	3	4	5
Calidad de conexión a internet y telefonía	1	2	3	4	5

## **PARTE VI: DESEMPEÑO E INNOVACIÓN**

**6.1 Indique en la escala del 1 al 5 qué tan de acuerdo se encuentra usted respecto a las siguientes aseveraciones relacionadas al desempeño de su empresa**

	No, es mucho menor	No, es un poco menor	Igual	Sí, es mayor	Sí, es mucho más alto
El retorno de la inversión de nuestra empresa es mayor que al de nuestros competidores'					
El rendimiento de nuestra empresa sobre sus activos es mayor que el de nuestros competidores.					
Los costos operativos totales de nuestra empresa son inferiores a los costos totales de nuestros competidores					
El rendimiento general de nuestra empresa en el anterior año fue mejor que el de nuestros principales competidores					

**6.2 ¿Cuáles son las intenciones de su empresa en los próximos dos años? (Seleccionar con X una opción)**

Ampliar la capacidad instalada		En caso de seleccionar esta opción ¿en qué porcentaje? _____ %
Mantener la capacidad instalada		
Reducir la capacidad instalada		En caso de seleccionar esta opción ¿en qué porcentaje? _____ %

**6.3 ¿Su empresa ha emprendido alguna de las siguientes iniciativas en los últimos dos años?  
(Marcar con X Sí o No)**

	Sí	No
Desarrollar una nueva línea de producto		
Mejorar un producto existente		
Aceptar cooperar o aliarse con una empresa extranjera		
Subcontratar una parte de la actividad de producción que anteriormente se realizaba internamente		

**Gracias por su tiempo.**



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Govea Morocho Evelyn Susana**, con C.C: # **0920476975** autor/a del trabajo de titulación: **Análisis de la competitividad en la industria de chocolatería fina de exportación. Periodo 2013 – 2018** previo a la obtención del título de **ECONOMISTA** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **10 de marzo de 2020**

f. \_\_\_\_\_

**Govea Morocho Evelyn Susana**

**C.C: 0920476975**

## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	<b>Análisis de la competitividad en la industria de chocolatería fina de exportación. Periodo 2013 – 2018</b>		
<b>AUTOR:</b>	Evelyn Susana Govea Morocho		
<b>REVISOR/TUTOR:</b>	Econ. Marlon Estuardo Pacheco Bruque Mgs. / Eco. Walter Efrén Guerra Bustamante, Mgs		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas		
<b>CARRERA:</b>	Economía		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Economista		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	10 de marzo de 2020	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	<b>83</b>
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Comercio Exterior, Economía Internacional, Exportaciones		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Exportaciones, Competitividad, Industria, Factores, Innovación, Chocolates		
<b>RESUMEN/ABSTRACT:</b> (102 palabras) El presente trabajo de investigación tiene como objetivo analizar la competitividad en la industria de chocolatería fina en el Ecuador. Describir los factores descriptivos de la competitividad, los cuales son sostenibilidad, desempeño, recursos y calidad. Los métodos aplicados son datos de panel y análisis factorial exploratorio, los cuales analizan de manera correcta la relación de las variables. Se desarrolla el marco teórico en donde la teoría principal es “Teoría de los factores de competitividad”. Como principal conclusión, se determina que dentro de los factores que influyen la competitividad, la innovación es la clave para que la industria de chocolatería fina tenga éxito.			
<b>ADJUNTO PDF:</b>	X SI	NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-985248285	E-mail: esgm96@hotmail.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN COORDINADOR DEL PROCESO UTE):</b>	<b>Nombre: Camacho Villagómez Freddy Ronalde</b>		
	<b>Teléfono: +593-4-2206953 ext. 1634</b>		
	<b>E-mail: <a href="mailto:freddy.camacho.villagomez@gmail.com">freddy.camacho.villagomez@gmail.com</a> <a href="mailto:freddy.camacho@cu.ucsg.edu.ec">freddy.camacho@cu.ucsg.edu.ec</a></b>		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			