



UNIVERSIDADES DE ESPECIALIDADES DE ESPÍRITU SANTO

FACULTAD DE:

ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES

TÍTULO:

**“ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LAS VENTAS AL ESTADO EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR DE LA INDUSTRIA
GRÁFICA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

TRABAJO DE TITULACIÓN QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO

PREVIO A OPTAR EL GRADO DE:

**INGENIERO EN CIENCIAS EMPRESARIALES EN DIRECCION Y
PLANEACION COMERCIAL**

NOMBRE DEL ESTUDIANTE:

ANDREA ELIZABETH ALCÍVAR DOMINGUEZ

NOMBRE DEL TUTOR:

CARLOS CARPIO FREIRE

SAMBORONDÓN, AGOSTO 2015

Resumen

La presente investigación constituye un análisis cualitativo de las micro y pequeñas empresas de la industria gráfica de la ciudad de Guayaquil, donde el objetivo es describir la manera en la que están atendiendo las ventas al Estado. Utilizando una guía de entrevista a profundidad se reunió la información de cuatro empresas, de un total de 18 negocios registrados en la Cámara de la Pequeña Industria de Guayaquil (CAPIG).

Los resultados indican que tres de las cuatro empresas participan en los procesos de compras del Estado ecuatoriano, y esto ha llegado incluso a representar un 50% de sus ventas anuales, alcanzando en uno de los casos los US\$ 300,000 durante el año 2014. Estas tres empresas cuentan con personal dedicado a la identificación de los procesos en los que pueden participar y la preparación de ofertas, pero carecen de procesos estandarizados para realizar estas actividades, a pesar de que reconocen que son importantes para la sostenibilidad de las empresas en el futuro.

En el caso de la empresa que no participa en los procesos de compras del Estado, esto se debe a que considera que la cuantía de los mismos no vale la cantidad de esfuerzos que se deben realizar. Además añadió que en su opinión personal, no siempre son transparentes y con antelación se tiene seleccionado al ganador. Como recomendación del estudio se brindan diapositivas para enseñar a las micro y pequeñas empresas de la industria gráfica de Guayaquil a realizar ventas al Estado, sin que les parezca que son procesos engorrosos o complejos.

Palabras Claves: compras, ventas, pequeñas empresas y proceso de compras del Estado ecuatoriano

Abstract

This research is a qualitative analysis of micro and small enterprises in the printing industry of the city of Guayaquil, where the aim is to describe the way in which sales are attending State. Using an in-depth interview guide information of four companies from a total of 18 businesses registered in the Chamber of Small Industry of Guayaquil (CAPIG).

The results show that three of the four companies involved in the procurement process of the Ecuadorian State, and this has even represent 50% of its annual sales, reaching in one case the US \$ 300,000 for 2014. These three companies have staff dedicated to identifying processes that can participate and bid preparation, but lack standardized for these activities, even though they recognize that they are important for the sustainability of business processes in the future.

The company that does not participate in the processes of procurement, this is because it considers that the amount thereof is not worth the amount of effort that must be made. He added that they are not always in his personal opinion, transparent and advance has selected the winner. As a recommendation of the study slides are provided to teach micro and small enterprises in the printing industry Guayaquil to make sales to the state, without seeming to them that are cumbersome or complex processes.

Keywords: shopping, sales, small business, procurement process for the Ecuadorian state

Introducción

1.1 Antecedentes

Cuando inició la contratación pública en Ecuador era regulada la Ley de Licitaciones y Concurso de Oferta, la misma que tiempo después fue anulada por la Ley de Contratación Pública que se publicó en el Registro Oficial N° 272 en febrero del 2001. Con el pasar de los años la legislación fue cambiando, de acuerdo a las necesidades que iban surgiendo, especialmente porque en los últimos 10 años la demanda de bienes y servicios por parte del Estado hacia proveedores locales se ha incrementado. El gasto público en el Ecuador se incrementa año tras año, en el 2012 representó el 40.39% del PBI, mientras que para el 2013 era el 44.04%¹.

Este impulso a la industria local se incrementó en el año 2014, cuando el gobierno anunció que de los US\$ 11,000 millones que se destinan a compras públicas, US\$ 5,000 millones corresponden al ámbito petrolero. Mientras que solamente US\$ 980 se destinan a la industria nacional, pero se espera que en los próximos dos años se destinen US\$ 2,500 millones más a la industria nacional, generando 300,000 puestos de trabajo².

Los ejes de acción de la compra pública en el Ecuador son³: (a) estandarización de las normas de contratación pública, (b) inclusión económica solidaria, (c) transferencia de tecnología, (d) sustitución de importaciones, (e) liquidez para proveedores pequeñas, y (f) revolución ética y transparente. Con la estandarización, lo que se pretende es establecer normas para homogeneizar las

¹ Datos Macro. (2014)

² Agencia Pública de Ecuador y Suramérica [ANDES]. (2014, 22 de octubre)

³ Servicio Nacional de Contratación Pública SERCOP. (2015)

características de los productos y los servicios, con el fin de que puedan participar mayor cantidad de proveedores, trayendo ahorros en recursos para el Estado, tanto humanos como económicos y materiales. Al mismo tiempo, se promueve la participación de artesanos y micro empresarios, con mecanismos financieros para garantizar su liquidez.

Sin embargo, la capacidad de las micro y pequeñas empresas para adaptarse a los requerimientos de la legislación no se ha determinado. En esto radica la importancia de esta investigación, con la cual se conocerá cuál es el impacto de las ventas al Estado en las micro y pequeñas empresas del sector de la industria gráfica en la ciudad de Guayaquil. Para lo cual se desarrollará un instrumento para realizar entrevistas a profundidad, utilizando un muestreo no probabilístico intencional.

1.2 Definición del Problema

Hasta el momento se conoce que la mayoría de empresas que le vende al Estado ecuatoriano son medianas o grandes, ya que estas cuentan con el personal y maquinaria necesaria para responder a la demanda del gobierno. Dado que en la actualidad son pocas las micro y pequeñas empresas que logran beneficiarse de las ventas al Estado, es necesario identificar cuáles son las barreras que enfrentan, entre las que se plantea el desconocimiento sobre cómo realizar los procesos, o si lo consideran difícil y engorroso.

Para poder identificar qué es lo que limita a las micro y pequeñas empresas de la industria gráfica de la ciudad de Guayaquil a participar en los procesos de ventas al Estado ecuatoriano se realizarán entrevistas a profundidad a empresarios

de este sector. Luego de identificadas las barreras se diseñará un manual que permita superarlas y que pueda brindarles a las empresas la oportunidad de participar en estos procesos e incrementar así sus ventas.

A partir de la definición presentada, el problema se deriva de los siguientes aspectos:

- Poder identificar cuál es la importancia que tienen actualmente las micro y pequeñas empresas de la industria gráfica de la ciudad de Guayaquil en referencia a los procesos de compras públicas para poder venderle al Estado ecuatoriano.
- Si las micro y pequeñas empresas de la industria gráfica de la ciudad de Guayaquil actualmente se encuentran capacitadas para atender la demanda que el Estado ecuatoriano presenta. En relación con las maquinarias necesarias, el personal capacitado y el capital de trabajo disponible.

1.3 Objetivos de la Investigación

En esta investigación se va a detallar la manera en la que actualmente las micro y pequeñas empresas de la industria gráfica de la ciudad de Guayaquil están atendiendo a las ventas del Estado ecuatoriano, para lo cual vamos a determinar qué porcentaje de sus ventas son ventas al Estado ecuatoriano, también podemos describir si las pequeñas y micro empresas de la industria gráfica de la ciudad de Guayaquil cuentan personal exclusivamente dedicado a este sector y maquinaria necesaria, e identificar cuáles son las barreras que limitan el proceso de ventas.

1.4 Preguntas de Investigación

Las preguntas que se responderán al concluir con la presente investigación son:

1. ¿Cómo las pequeñas y micro empresas de la industria gráfica de la ciudad de Guayaquil se encuentran atendiendo las ventas al Estado Ecuatoriano?
2. ¿Cuál es el porcentaje actual de las pequeñas y micro empresas de la industria gráfica de la ciudad de Guayaquil en ventas al Estado Ecuatoriano?
3. ¿Poseen los recursos necesarios las pequeñas y micro empresas de la industria gráfica de la ciudad de Guayaquil para poder satisfacer las ventas al Estado Ecuatoriano?
4. ¿Cuáles son las barreras que limitan el proceso de ventas a las pequeñas y micro empresas de la industria gráfica de la ciudad de Guayaquil?

1.5 Importancia de la Investigación

El Estado se ha convertido en el mayor comprador de bienes y servicios en el Ecuador, principalmente en las grandes ciudades como lo son Quito y Guayaquil. Esto indica que puede llegar a convertirse en el mayor socio comercial de las empresas mercantiles, las cuales se benefician fundamentalmente en el aspecto económico, generando empleo e incrementando el Valor Agregado Bruto en el Ecuador.

Actualmente, se tiene un proceso de contratación pública en línea (vía Internet), lo cual lo hace mucho más transparente, dando así una tranquilidad a los oferentes de poder ver el paso a paso del proceso y el porqué de la descalificación,

y más aun siendo ahora todo online agiliza el tramite el cual deja de ser engorroso, de mucho coste, y cansado como lo era hace unos años atrás, pero a pesar de estos nuevos procesos que existen muchas pequeñas y micro empresas de la industria gráfica de la ciudad de Guayaquil que no conocen de estos procesos de compra al Estado ecuatoriano o lo siguen considerando demasiado engorroso por lo que prefieren no hacerlo.

1.6 Limitaciones y Delimitaciones

La limitación que se ha encontrado es que no existen estadísticas sobre las ventas al Estado de la industria gráfica, ni de manera completa ni separada por tamaño de empresas. Esto hace que no se cuente con una base de datos como punto de partidas y se tenga que confiar en la información recabada con las entrevistas.

La primera delimitación que se ha aplicado es sectorial, enfocándose solamente en la industria gráfica, a lo que se le suma una delimitación de tamaño porque solamente se han considerado micro y pequeñas empresas. Adicionalmente se tiene una delimitación geográfica, incluyéndose solamente empresas que están ubicadas en la ciudad de Guayaquil. Finalmente hay una delimitación temporal, ya que la información presentada se refiere a datos recabados de fuentes primarias durante el segundo semestre del año 2015, por lo que representan la realidad de este período, sin ofrecer comparaciones a través del tiempo.

Marco Teórico

2.1 Micro, Pequeña y Mediana Empresa

Las micro, pequeñas y medianas empresas, conocidas también por el acrónimo **MiPyME**, desempeñan un significativo papel en la economía de nuestro país y ciudad de Guayaquil. Los principales motivos de su presencia son:

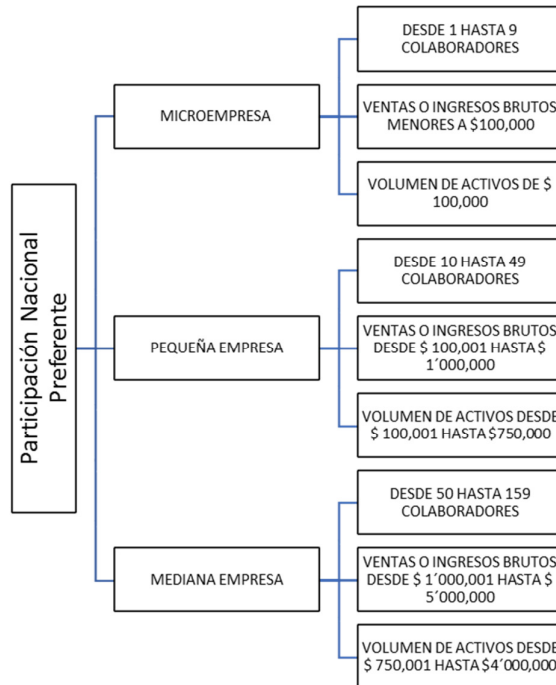
- ✓ Realizar productos únicos y personalizados a diferencia de las grandes empresas quienes se inclinan más por productos estandarizados.
- ✓ Las grandes empresas no siempre pueden abarcar todo se benefician de las empresas micro, pequeñas y medianas empresas para contratar sus servicios ya que de estar incluidas en el tejido de la gran corporación redundaría en un aumento de coste.
- ✓ Existen actividades productivas donde es más apropiado trabajar con empresas pequeñas, como por ejemplo el caso de las cooperativas agrícolas.

Una de las principales ventajas de una PYME es su gran capacidad de cambiar avivadamente su organización productiva en el caso de variar las necesidades del mercado, lo cual es mucho más complicado en una gran empresa, ya que cuenta con un importante número de empleados y grandiosas sumas de capital invertido; Sin embargo el acceso a determinados mercados o a un portafolio reducido de clientes aumenta el riesgo de quiebra de estas empresas.

(Stanton, W. J., Buskirk, R. H., & Spiro, R., 2001)

De acuerdo al artículo N°16 del Reglamento General de la Ley Orgánica de contratación Pública aprobado en mayo del 2009, se ha establecido las siguientes categorías PYMES:

Figura 1: Clasificación de las empresas



Fuente: Instituto Nacional de Contratación Pública, 2009

Uno de los objetivos del Sistema Nacional de Contratación Pública es promover constantemente la participación de los artesanos, profesionales, micro, pequeñas y medianas empresas siempre teniendo ofertas muy competitivas. Para poder beneficiar la participación nacional y local de la micro, pequeña y mediana empresa se considera dos estrategias que son la feria de inclusión y la compra inclusiva que prevalecen a los proveedores nacionales sobre los extranjeros.

2.2 Industria Gráfica

Esta industria, se dedica principalmente a todo lo que tiene que ver con impresiones, artes gráficas, publicidad, vallas, libros, periódicos, entre otros. La época mas importante para esta Industria es sin duda los últimos meses del año empezando por octubre, donde se reflejan un 35% de sus ventas anuales⁴. De acuerdo a los datos de la AIG (Asociación de Industria Gráfica), en el país existen 4,850 imprentas, de las cuales 1,097 se encuentran registradas en la ciudad de Guayaquil dentro de la base de datos del INCOP como proveedores del Estado para poder participar y licitar en los diferentes procesos que oferten (Compras Públicas).

Los representantes del AIG (Asociación de la Industria Gráfica) presupuestan un incremento de aproximadamente un 12% anual, lo que permite el comienzo de nuevas plazas de trabajo, posibilidades de inversión en nuevas infraestructuras y última tecnología, que a su vez se ajusta a las requisitos de nuevos consumidores, con el seguridad de poder brindarles un producto y servicio de alta calidad⁵.

La incorporación de la tecnología en esta industria ha ido incremento paulatinamente debido a que sus clientes y proveedores son cada vez mas exigentes y deben irse ajustando por lo que se deben esforzar e irse capacitando ya sea por medio de ferias tecnológicas y por los mismos flujos de información generados en el interior de este sector.

⁴ *La Hora*. (2011, 24 de diciembre). Industria gráfica a mil por hora en esta época

⁵ Mercurio, E. (2014, 13 de junio). La industria gráfica nacional crece con la impresión de catálogos de venta.

Actualmente esta Industria se siente un poco afectada por las salvaguardias establecidas este año, de los cuales se han identificado al menos 41 subpartidas gravadas con las sobretasas, a pesar que consideran que la restricción actual sobre cuadernos y otros artículos de bienes finales ayudará indiscutiblemente a la Industria Nacional, no pasa lo mismo cuando nos referimos a las fuentes primarias como lo son el papel químico, las maquinarias de impresión, bandas, filtros, copiadoras, tintas, etc. Sobretudo porque las maquinarias que no se fabrican en el país, hacen que su precio se vea encarecido a su producto final. Según el gremio de la Industria Gráfica en el año 2014 importó US\$ 114 millones⁶.

Tabla 1: Matriz de evaluación de las capacidades tecnológicas de la industria gráfica

Evaluación Funcional y Cualitativa (Escala de Likert)					
Actividades Tecnológicas	Grado de desarrollo				
	Muy Bajo (+) = 1	Bajo (+) = 2	Medio (+) = 3	Alto (+) = 4	Muy Alto (+) = 5
Actualización Tecnológica			X		
Formalización de manejo tecnológico	X				
Las decisiones de inversión tecnológica		X			
Incorporación de la tecnología					
Vigilancia e identificación de la tecnología				X	
Selección de la tecnología			X		
Negociación y transferencia tecnológica		X			
Uso y explotación de tecnología				X	
Investigación y desarrollo	X				
Innovación			X		
Salvaguardia Tecnológica		X			
Eslabonamiento Tecnológico		X			
Capacitación y difusión de tecnología			X		
Puntaje máximo alcanzable = 60	12	24	36	48	60
Puntaje alcanzado = 30	2	8	12	8	

Fuente: Malaver Rodríguez, F. (2002). Un perfil de las capacidades tecnológicas en la industria de artes gráficas, imprentas y editoriales.

⁶ El Comercio. (2015, 30 de marzo). La industria gráfica teme perder competitividad con la salvaguardia

2.3 Proceso de Ventas

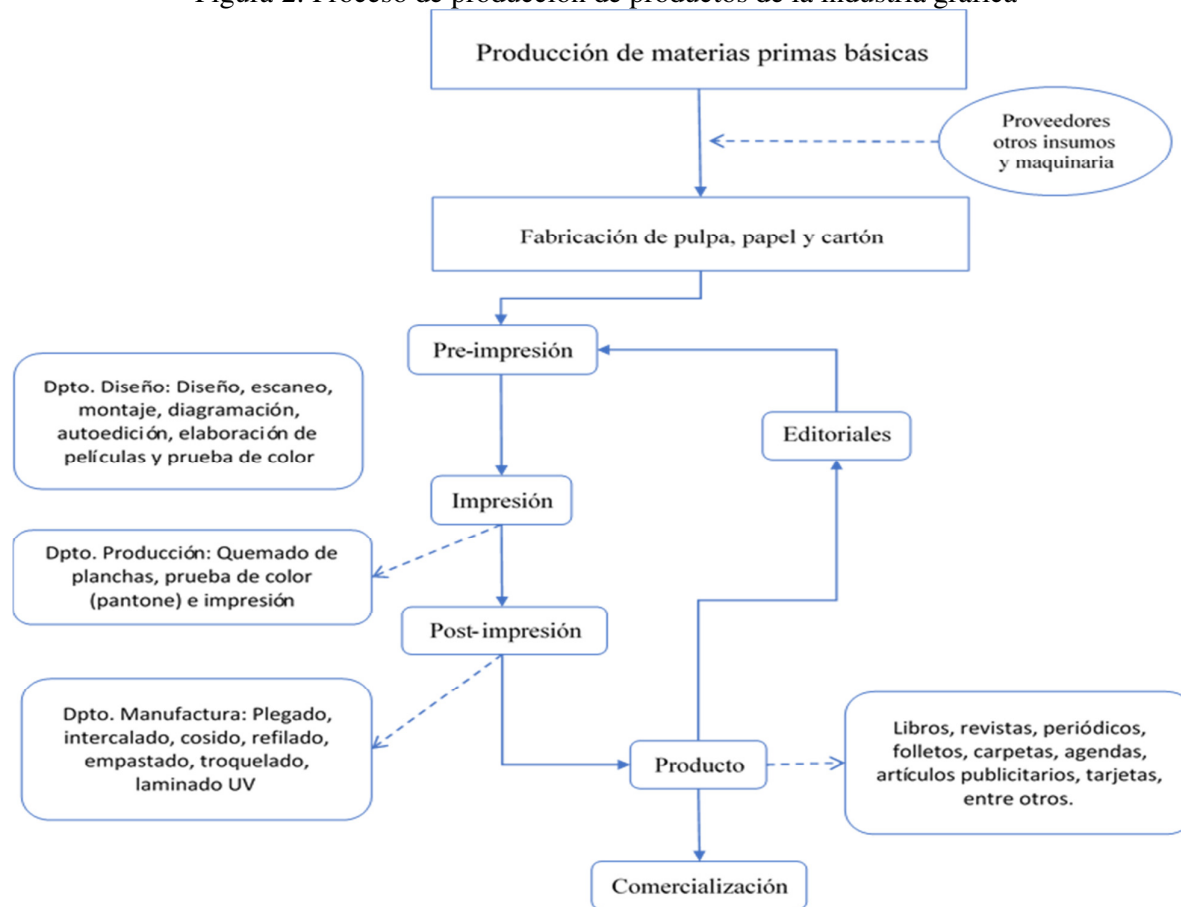
A continuación se detalla el proceso de elaboración de los productos de la industria gráfica, para de allí pasar a definir el proceso de ventas al Estado ecuatoriano.

2.3.1 Proceso de elaboración de producto

El proceso que se detalla en la Figura 2 se inicia con la producción de materias primas básicas, las cuales son adquiridas por las empresas gráficas a diversos proveedores existentes en el mercado. Luego de contar con el papel o cartón se procede a la pre-impresión, en función del desarrollo que hace el departamento de diseño y montaje. Luego de la aprobación de los clientes pasa a impresión, para lo que se necesita el quemado de planchas y las pruebas de colores.

Finalmente, los productos aprobados por los clientes incluyen libros, folletos, agendas y artículos publicitarios, entre otros.

Figura 2: Proceso de producción de productos de la industria gráfica

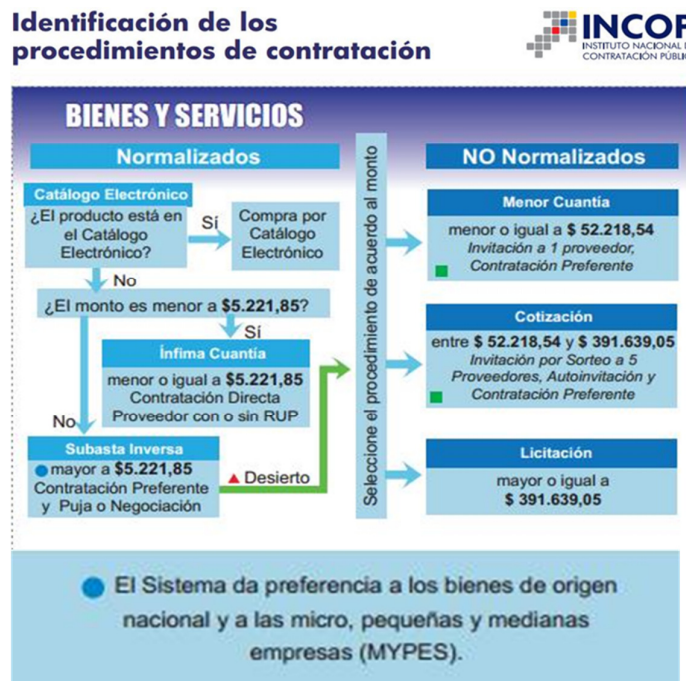


Fuente: Elaboración propia

2.4 Proceso de Ventas al Estado

El Servicio Nacional de Contratación Pública (SERCOP) es el órgano técnico rector de la Contratación Pública en el Ecuador. Dentro de lo cual se creó el portal de contratación pública, con la finalidad de poder dar transparencia a cada proceso para la adquisición de bienes, obras o servicios, de manera electrónica permitiendo el libre acceso y para conocimiento de todos los ciudadanos, a través del mismo se crearon varios tipos de contrataciones dependiendo los montos y situaciones, considerando siempre el apoyo y las ventajas desde los artesanos hasta las grandes empresas, dando prioridad a los bienes o servicios de origen ecuatoriano, los mismo que se puede observar en la Figura 3.

Figura 3: Identificación de los procedimientos de contratación INCOP



Fuente: (Portal Compras Publicas, 2013)

1. El primer requisito para ser proveedor del Estado Ecuatoriano es ingresar a la [página web https://www.compraspublicas.gob.ec/ProcesoContratacion/compras/](https://www.compraspublicas.gob.ec/ProcesoContratacion/compras/) y registrarse siguiendo los pasos que estos indiquen.
2. Una vez que se ha culminado con los pasos en la página web del SERCOP, se procede a entregar físicamente la documentación para convalidar toda la información ingresada, y ser habilitado.
3. Ingresar con usuario y contraseña a la página del SERCOP para verificar los procesos que se encuentran cargados en el sistema de acuerdo al CPC (Código de producto) en el que se registran las Personas Naturales o Jurídicas de acuerdo a su actividad económica declarada al SRI.

Figura 4: Página para verificar los procesos que se encuentran cargados en el SERCOP

COMPRAS PÚBLICAS Sistema Oficial de Contratación Pública GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

Lunes 17 de Agosto del 2015 20:51 [Ingresar al Sistema]

» Información Proceso Contratación
FLUJO DE PROCESO

Preuntas, Respuestas y Aclaraciones

FASE PRECONTRACTUAL
Ver Preguntas y/o Aclaraciones
Ver Invitaciones

Descripción	Fechas	Productos	Archivos
Descripción del Proceso de Contratación			
Entidad:	COORDINACIÓN ZONAL 8 - SALUD		
Objeto de Proceso:	ADQUISICIÓN DE AYUDAS TÉCNICAS PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD CAMAS CLÍNICAS		
Código:	SE-CZ85-069-2015		
Tipo Compra:	Bien		
Presupuesto Referencial Total (Sin Iva):	USD 21.850,00		
Tipo de Contratación:	Subasta Inversa Electrónica		
Forma de Pago:	Anticipo 50% Saldo: Pagos por Planilla 50,00%		
Tipo de Adjudicación:	Total		
Plazo de Entrega:	1885 días		
Vigencia de Oferta:	90 días		
Funcionario encargado del proceso:	rlopezchumana@gmail.com		
Estado del Proceso:	Preuntas, Respuestas y Aclaraciones		
Descripción:	ADQUISICIÓN DE AYUDAS TÉCNICAS PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD CAMAS CLÍNICAS		
Variación mínima de la Oferta durante la Pujá:	1,00% Tipo Variación: Precio total		

[Regresar] [Imprimir]

Copyright © 2008 - 2015 Servicio Nacional de Contratación Pública.

Fuente: (Sistema Oficial de Contratación Pública, 2015)

4. Cuando se define el o los procesos en los que se desean participar, se descargan los archivos con toda la información para su análisis.

Figura 5: Página para seleccionar los procesos en los que se participará del SERCOP



Fuente: (Sistema Oficial de Contratación Pública, 2015)

5. Se procede con la elaboración de los pliegos, una vez analizada toda la información y tomada la decisión de que es factible la participación de estos procesos (verificado costos, tiempos y lugar de entrega)
6. Elaborado los pliegos se procede a la entrega digital (a través del Portal) y física (directamente en la Entidad contratante)

Figura 6: Entrega digital de pliegos



Fuente: (Sistema Oficial de Contratación Pública, 2015)

7. Análisis interno de todos los pliegos recibidos por los oferentes hacia la entidad pública contratante, el mismo que se encarga de habilitarlos o inhabilitarlos para este proceso.
8. Cuando los oferentes se encuentran habilitados por la entidad pública contratante de acuerdo al proceso de contratación, se define la mejor oferta, misma que es publicada en el Portal.
9. Se procede con la firma del contrato entre la Entidad Pública y el Oferente ganador.
10. El ganador entrega sus bienes o servicios de acuerdo a las fechas estipuladas en el contrato.
11. La entidad contratante a través del administrador del contrato o su delegado recibe bienes o servicios con su respectiva factura y de haber cumplido con todo lo solicitado extiende un Acta de Entrega y Recepción, el cual es el único soporte valedero para poder realizar el cobro.
12. El Ministerio de Finanzas recibe la factura, la cual es enviada por la entidad pública contratante para que se pueda realizar la cancelación del pago a través de una transferencia bancaria.

2.5 Marco Legal

A partir de la aprobación de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública (LOSNCP), que fue oficialmente publicada en el Suplemento del R.O. N° 395 del año 2008; se creó el Instituto Nacional de contratación pública (INCOP). Luego en el año 2013 se promulgó la Ley Orgánica Reformativa de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, con la cual se formó el Servicio Nacional de Contratación Pública

(SERCOP). Desde que dicha Ley fue publicada, el gobierno se ha enfocado en su instrumentación, mediante el desarrollo de un sistema informático, con el cual se busca obtener eficiencia y transparencia en la contratación pública.

Luego de seis años desde que se promulgó la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, la Asamblea Nacional del Ecuador desarrolló ajustes, con el fin de profundizar la transparencia en los procesos de contratación, resaltando la capacidad de las empresas ecuatorianas para proveer al Estado de los bienes y servicios que se requieren. Con esto se busca promover el desarrollo de la empresa nacional, creando industrias y al mismo tiempo incorporando a todos los actores de la economía popular y solidaria. Para que todos estos ajustes sean viables se reformó el Sistema Nacional de Contratación Pública en octubre del año 2013 (Registro Oficial Organo del Gobierno del Ecuador, 2015)

Metodología

3.1 Diseño de la Investigación

Este estudio es descriptivo, ya que se busca mostrar las dimensiones de una situación o problema, que en este caso es la participación de las micro y pequeñas empresas gráficas de la ciudad de Guayaquil en los procesos de compra públicas. Esto se hará con un enfoque cualitativo, ya que se guía por temas relevantes, y se parte de una guía de preguntas diseñada a partir de las variables de estudio, ya que es necesario contar con preguntas claras antes de iniciar la recopilación de datos⁷.

3.2 Población y Muestra

La población son las micro y pequeñas empresas gráficas de la ciudad de Guayaquil, cuyo listado se presenta en la Tabla 2.

Tabla 2: Listado de micro y pequeñas empresas gráficas de la ciudad de Guayaquil

No.	AFILIADO
1	INDUSTRIA ALFA INDUALFA S.A.
2	OFFSET ABAD CIA. LTDA.
3	INDUSTRIAL COMERCIAL VIVERO INCOMVISA SOCIEDAD ANONIMA
4	ILUSTRACION GRAFICA S. A. ILUGRAFSA
5	DALO S.A.
6	FLINT INK ECUADOR S. A.
7	LITOTEC S.A.
8	GRAFICAS JALON ENAJA S. A.
9	FLEXOPRINT CIA. LTDA.
10	COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS COPROMAR C. LTDA.
11	IMPRESIONES TECNICAS DEL ECUADOR (TECNIPRINT) S.A.
12	OFFNORT S.A.
13	ECUAPROM S. A.

⁷ Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. *Metodología de la investigación*. Quinta edición. Peru: Mc Graw Hill Education.

14	DIAGRAPH S.A.
15	INCOPEL C. A.
16	IMPRESA QUIL S.A. IMQUILSA
17	EDITORIAL ARQUIDIOCESANA JUSTICIA Y PAZ
18	EDITSOL EDITORIAL EL SOL C. A.

Fuente: Cámara de la Pequeña Industria de Guayaquil [CAPIG]. (2015). *Listado de empresas de la industria gráfica.*

Los estudios cualitativos se basan en un muestreo de propósito, donde se seleccionan de manera intencional a las personas o empresas.

El principal elemento que debe considerarse al realizar un muestreo de propósito es que los individuos seleccionados puedan proveer la información necesaria para alcanzar los objetivos de la investigación⁸. En un inicio, se ha contemplado incluir cuatro casos, luego se analizará la información para saber si es o no suficiente y de no serlo se continuarán incluyendo personas, una por una, hasta determinar que sí se pueden alcanzar los objetivos de la investigación.

3.3 Elaboración del Instrumento

El instrumento es una guía de preguntas, apropiada para una entrevista a profundidad, donde se espera obtener respuestas amplias. Es por esto que todas las preguntas desarrolladas son abiertas, es decir que no se proponen respuestas. En la siguiente tabla se observa cómo se llega de las variables de la investigación a las preguntas. Luego se muestra la guía de entrevista en el Apéndice 1.

⁸ Maxwell, J. (1996). *Qualitative research design: An integrative approach*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Tabla 3: Variables, indicadores y preguntas de la investigación

Capacidad de participar en las ventas al Estado	Participación	<p>¿Han participado en los procesos de contratación pública? (si contesta sí continuar con la entrevista, si contesta no preguntar ¿por qué no ha participado en estos procesos de contratación pública?)</p> <p>¿Qué tipo de productos ha vendido al Estado en los últimos 8 años?</p> <p>En promedio ¿cuál es el monto de cada proceso en el que ha participado?</p>
	Personal	<p>¿Su personal ha recibido capacitación sobre los procesos de contratación pública?</p> <p>¿Conoce su personal los procesos de contratación pública? Especificar los cargos que sí conocen</p> <p>¿Tiene personal dedicado especialmente a identificar los procesos de compra pública en los cuales puedan participar?</p> <p>¿Tiene personal dedicado especialmente a preparar las ofertas para el Estado?</p>
	Operativas	<p>¿Han establecido algún proceso estandarizado para identificar los procesos de compra pública en los cuales puedan participar?</p> <p>¿Han establecido algún proceso estandarizado para para preparar las ofertas para el Estado?</p>
	Equipos	<p>¿El personal que tiene la responsabilidad de identificar los procesos de compra pública o de elaborar las propuestas cuenta con computadora y acceso permanente a Internet?</p>
Importancia de las ventas al Estado para la empresa	Monto de ventas al Estado	<p>¿Cuánto vendió al Estado ecuatoriano en el año 2014?</p> <p>¿Cómo ha variado esta cantidad en los últimos 8 años?</p>
	Participación de las ventas al Estado en el total	<p>¿Qué porcentaje de sus ventas totales son hechas al Estado?</p>
	Expectativas a futuro	<p>¿Piensa en el futuro continuar vendiendo al Estado? ¿Espera que estas ventas aumenten o disminuyan? ¿Por qué?</p>

Resultados de la Investigación

Los resultados de esta investigación se presentan en la Tabla 4, donde se puede apreciar las respuestas que han dado los distintos entrevistados, las cuales se muestran de manera detallada en los Apéndices 2, 3, 4 y 5. Los nombres de los entrevistados y las empresas a las que pertenecen se han mantenido en reserva, ya que el propósito del estudio es reflejar la situación de la industria y no de una empresa en particular.

Tabla 4: Resultados de las entrevistas

		Entrevista 1	Entrevista 2	Entrevista 3	Entrevista 4
Participación	<p>¿Han participado en los procesos de contratación pública?</p> <p>¿Por qué no ha participado en estos procesos de contratación pública?)</p> <p>¿Qué tipo de productos ha vendido al Estado en los últimos 8 años?</p> <p>En promedio ¿cuál es el monto de cada proceso en el que ha participado?</p>	<p>Si</p> <p>Revistas, folletos, plegables, shopping bag, volantes, trípticos, afiches, hojas membretadas, letreros luminosos, gigantografías en general.</p> <p>Desde 2,000 hasta 55,000</p>	<p>Sí.</p> <p>Impresión, señaléticas, gigantografías y suvenires.</p> <p>\$ 30.000</p>	<p>No, pero me han hecho cotizaciones para el Municipio de Pastaza o de Tulcán y el monto ha sido no mayor a \$ 100. Como comprenderás no amerita perder el tiempo por tan poco monto y tener que enviar a dichos lugares los trabajos solicitados.</p> <p>Cuando estuve interesado en participar fui alertado por un colega que me dé cuenta que eso ya estaba adjudicado y solo buscaban completar el número de cotizaciones para llenar el requisito nada más. Lo comprobé y fue cierto. Todo estaba amarrado.</p> <p>No hay transparencia ni ética en los concursos y el ganador está pre adjudicado.</p>	<p>Sí,</p> <p>Etiquetas Adhesivas.</p> <p>\$ 7,000</p>

Personal	<p>¿Su personal ha recibido capacitación sobre los procesos de contratación pública?</p> <p>¿Conoce su personal los procesos de contratación pública? Especificar los cargos que sí conocen</p> <p>¿Tiene personal dedicado especialmente a identificar los procesos de compra pública en los cuales puedan participar?</p> <p>¿Tiene personal dedicado especialmente a preparar las ofertas para el Estado?</p>	<p>Sí está altamente capacitado.</p> <p>Si, Jefe de ventas, Gerente Operativo, Administradora y mi persona.</p> <p>Sí, la persona encargada es el primer filtro y analiza costos, y requerimientos.</p> <p>Sí, dos colaboradores</p>	<p>Sí</p> <p>Sólo quien hace las compras públicas</p> <p>Sí,</p> <p>No, las hago yo</p>	<p>Sí.</p> <p>No todos, solo quien lo maneja.</p> <p>No,</p> <p>Sí, una persona.</p>
Operativas	<p>¿Han establecido algún proceso estandarizado para identificar los procesos de compra pública en los cuales puedan participar?</p> <p>¿Han establecido algún proceso estandarizado para para preparar las ofertas para el Estado?</p>	<p>Sí, todo lo que tenga que ver con la imprenta</p> <p>Por lo general participamos en requerimientos más de papelería,</p>	<p>Aún no.</p> <p>Por el momento no.</p>	<p>Aún no lo vemos necesario.</p> <p>No, aún no lo vemos necesario.</p>
Equipos	<p>¿El personal que tiene la responsabilidad de identificar los procesos de compra pública o de elaborar las propuestas cuenta con computadora y acceso permanente a Internet?</p>	<p>Claro esta herramienta es indispensable para los procesos de contratación pública, sin ella no podemos para ver las ofertas subidas por el estado.</p>	<p>Sí, la persona encargada.</p>	<p>Si, por supuesto.</p>
Monto de ventas al Estado	<p>¿Cuánto vendió al Estado ecuatoriano en el año 2014?</p> <p>¿Cómo ha variado esta cantidad en los últimos 8 años?</p>	<p>Aproximadamente un monto de \$ 300,000.</p> <p>Empezamos con un proceso cada dos meses, y</p>	<p>Aproximadamente \$70,000.</p> <p>Antes no participaba en</p>	<p>Recién empezamos este año con este proceso.</p> <p>N/A</p>

		esta cifra ha ido aumentando y puedo decir que a estas alturas estamos participando en 25 procesos mensuales.	estos procesos,		
Participación de las ventas al Estado en el total	¿Qué porcentaje de sus ventas totales son hechas al Estado?	Un 50% de la venta total.	Un 20% hasta la fecha		Un 5% al momento.
Expectativas a futuro	¿Piensa en el futuro continuar vendiendo al Estado? ¿Espera que estas ventas aumenten o disminuyan? ¿Por qué?	Seguiremos participando en los procesos de contratación pública, el estado requiere servicios y nosotros como una empresa calificada y con productos de alta calidad le seguiremos vendiendo los mismos. Como toda empresa queremos seguir creciendo a nivel Nacional y porque no pensar a nivel Internacional, y para que esto suceda debemos aumentar y expandir nuestras ventas.	Sí, Estamos trabajando para que aumenten, porque estamos invirtiendo en tecnología para dar servicio con otras líneas de productos y perfeccionarnos en las existentes.		Si se da la oportunidad, si Esperamos que aumenten pues nuestros productos son de óptima calidad

Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

Luego de haber completado la investigación se concluye lo siguiente:

1. El impacto que ha causado las ventas de las micro y pequeñas empresas del sector de la industria gráfica en la ciudad de Guayaquil hacia el estado ecuatoriano es realmente representativo, en base a las entrevistas que se realizaron para obtener los resultados consiguientes.
2. Tres de las cuatro empresas entrevistadas, todas pequeñas industrias gráficas de la ciudad de Guayaquil, participan en los procesos de compra del Estado ecuatoriano. El tipo de producto que proveen es muy variado, desde etiquetas adhesivas, hasta gigantografías, señaléticas o afiches. Es por ello que los montos de ventas al Estado son variados entre las empresas, desde US\$ 70,000 hasta US\$ 300,000 por año.
3. Las tres pequeñas empresas de la industria gráfica de Guayaquil que participan en los procesos de compra del Estado ecuatoriano tienen planeado continuar haciéndolo en el futuro. Actualmente estas ventas representan en un caso el 50% de las ventas totales de la empresa y en otro 20%. En la tercera empresa sólo llega al 5%, lo cual atribuyen a que recientemente han iniciado su participación en estos procesos.
4. Dentro de las tres pequeñas empresas de la industria gráfica que participan en los procesos de compra al Estado ecuatoriano, se encontró que todas cuentan con personal exclusivamente dedicado a esta función. Principalmente lo que corresponde a la preparación de las ofertas, que en un caso es el mismo propietario y Gerente General, mientras que en los

otros dos se trata de empleados. Además se encontró que la persona que identifica los procesos de compra en los que pueden participar es usualmente la misma que prepara las ofertas técnicas y económicas, que siempre son revisados por el Gerente.

5. Se encontró que ninguna de las tres empresas que sí participan en los procesos de compra del Estado cuentan con procesos diseñados o estandarizados para realizar esta labor. Es decir que no tienen una secuencia de actividades asociadas a la identificación de oportunidades ni a la preparación de ofertas. Una de los entrevistados contestó que sí tienen procesos, pero se refería a la impresión en sí, por lo que no es específico para atender las ventas al Estado ecuatoriano.
6. El personal que es responsable de identificar los procesos de compra en los que pueden participar y de preparar las ofertas, dentro de las pequeñas empresas de la industria gráfica entrevistadas, cuentan con equipos de cómputo y acceso a Internet. Pero estos equipos no son exclusivos para esta función, sino que se usan para otros procesos operativos o comunicacionales de la empresa.
7. La única empresa gráfica entrevistada que no participa en los procesos de compra del Estado, no lo hace porque considera que la cuantía de los mismos no amerita el esfuerzo o trabajo necesario. Además, en su experiencia son simples requisitos ya que el beneficiario ha sido seleccionado con anterioridad.

5.2 Recomendaciones

Luego de revisar las conclusiones de la investigación, y de conocer el porcentaje de las ventas de las pequeñas empresas gráficas de Guayaquil que se origina por ventas al Estado ecuatoriano se recomienda a todas las empresas de esta industria participar en dichos procesos. Para lo cual se deben seguir los pasos que se presentan en el Apéndice.

Referencias

- La Hora*. (24 de 12 de 2011). Recuperado el 27 de 07 de 2015, de http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101256628/-1/Industria_gr%C3%A1fica_a_mil__por_hora_en_esta_%C3%A9poca.html#.VcudcPI_NBc
- Portal Compras Publicas*. (14 de 10 de 2013). Recuperado el 13 de 08 de 2015, de <http://portal.compraspublicas.gob.ec/compraspublicas/node/3703>
- Camara de la Industria Grafica del Guayas*. (2015). Recuperado el 27 de 07 de 2015, de <http://www.camaragrafica.org.ec/index.php?p=Socios>
- Compras Públicas*. (2015). Recuperado el 27 de 07 de 2015, de <https://www.compraspublicas.gob.ec/ProcesoContratacion/compras/EP/BusquedaProveedorCpc.cpe#>
- Registro Oficial Organo del Gobierno del Ecuador*. (2015). Obtenido de <https://www.registroficial.gob.ec/index.php/registro-oficial-web/publicaciones/buscador.html?searchword=395&searchphrase=all>
- CAPIG, C. d. (2015). *Camara de la la Pequeña Industria CAPIG*. Guayaquil.
- COMERCIO, E. (30 de 03 de 2015). Recuperado el 27 de 07 de 2015, de <http://www.elcomercio.com/actualidad/industria-grafica-competitividad-salvaguardias-impuestos.html>
- CORDOVA VINUEZA, P., VACA OJEDA, M., & HERNANDEZ JARAMILLO, J. (2014). *Las compras gubernamentales como política pública*. QUITO-ECUADOR.

- Malaver Rodríguez, F. (2002). Un perfil de las capacidades tecnológicas en la industria de artes gráficas, imprentas y editoriales. *Revista Innovar Journal Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 55-81 2248-6968 0121-5051.
- Mercurio, E. (13 de 06 de 2014). *EL Mercurio*. Recuperado el 27 de 07 de 2015, de http://www.elmercurio.com.ec/435341-la-industria-grafica-nacional-crece-con-la-impresion-de-catalogos-de-venta/#.Vcul3fl_NBc
- OROZCO, M. (2015). *EL COMERCIO*. Recuperado el 02 de JUNIO de 2015, de <http://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/compras-publicas-88-importado.html>
- Sistema Oficial de Contratación Pública. (2015). Recuperado el 15 de 08 de 2015, de https://www.compraspublicas.gob.ec/ProcesoContratacion/compras/PC/informacionProcesoContratacion2.cpe?idSoliCompra=h5QSflQdMpYf_PoZ95ojckaFvFft2YYzGnc3VCgZKOW,
- Stanton, W. J., Buskirk, R. H., & Spiro, R. (2001). *Ventas: conceptos, planificación y estrategias*. McGraw/Hill Interamericana.
- TELEGRAFO, E. (29 de JULIO de 2013). *EL TELEGRAFO*. Recuperado el 02 de JUNIO de 2015, de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/masqmenos/item/aun-hay-poca-participacion-nacional-en-las-compras-publicas.html>
- Agencia Pública de Ecuador y Suramérica [ANDES]. (2014, 22 de octubre). *Gobierno de Ecuador prevé aumentar monto de compras públicas que*

beneficien a producción local. Recuperado de
<http://www.andes.info.ec/es/noticias/gobierno-ecuador-preve-aumentar-monto-compras-publicas-beneficien-produccion-local.html>

Datos Macro. (2014). *Ecuador – gasto público*. Recuperado de
<http://www.datosmacro.com/estado/gasto/ecuador>

Servicio Nacional de Contratación Pública SERCOP. (2015). *Ejes de acción de la contratación pública*. Recuperado de
<http://portal.compraspublicas.gob.ec/incop/ejes-de-accion-de-la-contratacion-publica/>

Bowersox, D., Closs, D. & Cooper, M. (2007). *Cadena de suministro en el siglo XXI*. Bogotá, Colombia: Mc Graw Hill.

Casanovas, A. & Cuatrecasas, L. (2011). *Logística integral: Lean supply chain management*. Madrid, España: PROFIT.

Buffa, E. (1986). *Dirección de operaciones. Problemas y modelos (3a ed.)*. México D.F., México: Limusa.

Christopher, M., Payne, A. & Ballantyne, D. (1994). *Marketing relacional. Integrandó la calidad, el servicio al cliente y el marketing*. Madrid, España: Díaz de Santos

(TELEGRAFO, 2013)

(CORDOVA VINUEZA, VACA OJEDA, & HERNANDEZ JARAMILLO, 2014)

(OROZCO, 2015)

APÉNDICE 1: Guía de entrevista (instrumento)

Buenos (días/tardes), gracias por dedicarnos su tiempo. Al momento de agendar esta entrevista le expliqué que me encuentro desarrollando mi tesis para graduarme de Ingeniera en Ciencias Empresariales en la Universidad de Especialidades del Espíritu Santo. El tema de mi investigación es “Análisis del impacto de las ventas al Estado en las micro y pequeñas empresas del sector de la industria gráfica en la ciudad de Guayaquil” y agradezco su ayuda. A continuación le haré unas preguntas y apreciaré su respuesta sincera, ya que se ofrece confidencialidad sobre la información que me provea porque el objetivo es presentar resultados generales y no de cada entrevistado de forma individual.

1. ¿Han participado en los procesos de contratación pública?
Si contesta sí continuar con la entrevista, si contesta no preguntar ¿por qué no ha participado en estos procesos de contratación pública? Y dar por terminada la entrevista.
2. ¿Qué tipo de productos ha vendido al Estado en los últimos 8 años?
3. En promedio ¿cuál es el monto de cada proceso en el que ha participado?
4. ¿Su personal ha recibido capacitación sobre los procesos de contratación pública?
5. ¿Conoce su personal los procesos de contratación pública? Especificar los cargos que sí conocen
6. ¿Tiene personal dedicado especialmente a identificar los procesos de compra pública en los cuales puedan participar?
7. ¿Tiene personal dedicado especialmente a preparar las ofertas para el Estado?
8. ¿Han establecido algún proceso estandarizado para identificar los procesos de compra pública en los cuales puedan participar?
9. ¿Han establecido algún proceso estandarizado para para preparar las ofertas para el Estado?
10. ¿El personal que tiene la responsabilidad de identificar los procesos de compra pública o de elaborar las propuestas cuenta con computadora y acceso permanente a Internet?
11. ¿Cuánto vendió al Estado ecuatoriano en el año 2014?
12. ¿Cómo ha variado esta cantidad en los últimos 8 años?

13. ¿Qué porcentaje de sus ventas totales son hechas al Estado?
14. ¿Piensa en el futuro continuar vendiendo al Estado?
15. ¿Espera que estas ventas aumenten o disminuyan? ¿Por qué?

APÉNDICE 2: Respuesta de la Empresa 1

1. ¿Han participado en los procesos de contratación pública?
Si
2. ¿Qué tipo de productos ha vendido al Estado en los últimos 8 años?
En los últimos años hemos proporcionado al estado una gama de productos de alta calidad en que lo que se refiere a imprenta por ejemplo revistas, folletos, plegables, shopping bag, volantes, trípticos, afiches, hojas membretadas, letreros luminosos, gigantografías en general, etc.
3. En promedio ¿cuál es el monto de cada proceso en el que ha participado?
El monto varia según el requerimiento de cada proceso, podemos decir que tenemos desde mínima cuantía que puede ser de 2000...5000...7000, hasta las ganadas por pujas que también varían entre 7500...hasta 55.000 hasta el momento.
4. ¿Su personal ha recibido capacitación sobre los procesos de contratación pública?
Si, el personal que labora conmigo está altamente calificado sobre los procesos de contratación pública, la correcta elaboración de un pliego, etc. Y las constantes actualizaciones que hace el SERCOP sean por seminarios o por la página que la actualiza contantemente.
5. ¿Conoce su personal los procesos de contratación pública? Especificar los cargos que sí conocen
Como lo dije en la pregunta anterior tengo personal capacitado para este proceso, los cargos que ocupan ellos son: Jefe de ventas, Gerente Operativo, Administradora y mi persona como cabeza principal de la empresa.
6. ¿Tiene personal dedicado especialmente a identificar los procesos de compra pública en los cuales puedan participar?

Si, ya que como manejamos una línea de imprenta necesita este personal tener conocimientos sobre la misma, esta persona los identifica y cotiza para ver si podemos participar tanto en los requerimientos como en los montos.

7. ¿Tiene personal dedicado especialmente a preparar las ofertas para el Estado?

Si, son dos colaboradores, el primero que se encarga de armar el pliego y el segundo del análisis y la cotización de los requerimientos.

8. ¿Han establecido algún proceso estandarizado para identificar los procesos de compra pública en los cuales puedan participar?

Sí, todo lo que tenga que ver con la imprenta, y para esto se pone los códigos de lo que queremos que nos lleguen las invitaciones, una vez llegada, se analiza tanto el monto que solicitan, como el tiempo de entrega, acabados del mismo y vemos si estamos en la capacidad de cumplir para proceder al siguiente paso.

9. ¿Han establecido algún proceso estandarizado para para preparar las ofertas para el Estado?

Como indique en la anterior depende del requerimiento y del análisis que se haga de lo solicitado, pero por lo general participamos en requerimientos más de papelería, como son block de hospitales, papelería de turismo como son: flyers, volantes, trípticos, afiches, fundas, etc.

10. ¿El personal que tiene la responsabilidad de identificar los procesos de compra pública o de elaborar las propuestas cuenta con computadora y acceso permanente a Internet?

Claro esta herramienta es indispensable para los procesos de contratación pública, sin ella no podemos para ver las ofertas subidas por el estado.

11. ¿Cuánto vendió al Estado ecuatoriano en el año 2014?

Aproximadamente un monto de \$ 300,000.

12. ¿Cómo ha variado esta cantidad en los últimos 8 años?

Como toda empresa se empieza con un solo proceso, se gana experiencia, y se continua avanzando en el camino, así empezamos con un proceso

cada dos meses, y esta cifra ha ido aumentando gracias a la experiencia ganada y al compromiso adquirido de cada colaborador de mi empresa, y puedo decir que a estas alturas estamos participando en 25 procesos mensuales.

13. ¿Qué porcentaje de sus ventas totales son hechas al Estado?

En la actualidad corresponden a un 50% de la venta total.

14. ¿Piensa en el futuro continuar vendiendo al Estado?

Tanto en el presente como en el futuro seguiremos participando en los procesos de contratación pública, el estado requiere servicios y nosotros como una empresa calificada y con productos de alta calidad le seguiremos vendiendo los mismos.

15. ¿Espera que estas ventas aumenten o disminuyan? ¿Por qué?

Como toda empresa queremos seguir creciendo a nivel Nacional y porque no pensar a nivel Internacional, y para que esto suceda debemos aumentar y expandir nuestras ventas, y no crecemos solos también nuestras familias.

APÉNDICE 3: Respuestas de la Empresa 2

1. ¿Han participado en los procesos de contratación pública?

Si contesta sí continuar con la entrevista, si contesta no preguntar ¿por qué no ha participado en estos procesos de contratación pública? Y dar por terminada la entrevista. SI

2. ¿Qué tipo de productos ha vendido al Estado en los últimos 8 años?

Impresión, señaléticas, gigantografías y suvenires

3. En promedio ¿cuál es el monto de cada proceso en el que ha participado?

\$ 30.000

4. ¿Su personal ha recibido capacitación sobre los procesos de contratación pública?

Si

5. ¿Conoce su personal los procesos de contratación pública? Especificar los cargos que sí conocen

Sólo quien hace las compras públicas

6. ¿Tiene personal dedicado especialmente a identificar los procesos de compra pública en los cuales puedan participar?

Si

7. ¿Tiene personal dedicado especialmente a preparar las ofertas para el Estado?

No, las hago yo

8. ¿Han establecido algún proceso estandarizado para identificar los procesos de compra pública en los cuales puedan participar?

Aún no.

9. ¿Han establecido algún proceso estandarizado para para preparar las ofertas para el Estado?

Por el momento no.

10. ¿El personal que tiene la responsabilidad de identificar los procesos de compra pública o de elaborar las propuestas cuenta con computadora y acceso permanente a Internet?

Si, la persona encargada.

11. ¿Cuánto vendió al Estado ecuatoriano en el año 2014?

Aproximadamente \$ 70.000

12. ¿Cómo ha variado esta cantidad en los últimos 8 años?

Antes no participaba en estos procesos,

13. ¿Qué porcentaje de sus ventas totales son hechas al Estado?

Un 20% hasta la fecha.

14. ¿Piensa en el futuro continuar vendiendo al Estado?

Si

15. ¿Espera que estas ventas aumenten o disminuyan? ¿Por qué?

Estamos trabajando para que aumenten, porque estamos invirtiendo en tecnología para dar servicio con otras líneas de productos y perfeccionarnos en las existentes.

APÉNDICE 4: Respuestas de la Empresa 3

1. ¿Han participado en los procesos de contratación pública?
Si
2. ¿Qué tipo de productos ha vendido al Estado en los últimos 8 años?
Etiquetas adhesivas
3. En promedio ¿cuál es el monto de cada proceso en el que ha participado?
7.000,00
4. ¿Su personal ha recibido capacitación sobre los procesos de contratación pública?
Si
5. ¿Conoce su personal los procesos de contratación pública? Especificar los cargos que sí conocen
No todas las personas, solo quien las maneja.
6. ¿Tiene personal dedicado especialmente a identificar los procesos de compra pública en los cuales puedan participar?
No
7. ¿Tiene personal dedicado especialmente a preparar las ofertas para el Estado?
Si una persona.
8. ¿Han establecido algún proceso estandarizado para identificar los procesos de compra pública en los cuales puedan participar?
Aun no lo vemos necesario.
9. ¿Han establecido algún proceso estandarizado para para preparar las ofertas para el Estado?
No, aun no lo vemos necesario.
10. ¿El personal que tiene la responsabilidad de identificar los procesos de compra pública o de elaborar las propuestas cuenta con computadora y acceso permanente a Internet?
Si, por supuesto.
11. ¿Cuánto vendió al Estado ecuatoriano en el año 2014?
No le vendimos nada, porque recién empezamos con este proceso.
12. ¿Cómo ha variado esta cantidad en los últimos 8 años?

N/A

13. ¿Qué porcentaje de sus ventas totales son hechas al Estado?

Un 5% hasta el momento.

14. ¿Piensa en el futuro continuar vendiendo al Estado?

Si se da la oportunidad, si

15. ¿Espera que estas ventas aumenten o disminuyan? ¿Por qué?

Esperamos que aumenten pues nuestros productos son de óptima calidad

APÉNDICE 5: Respuestas de la Empresa 4

1. ¿Han participado en los procesos de contratación pública?

No he participado en ninguna de las convocatorias que me han hecho por las siguientes razones:

Me han hecho cotizaciones para el Municipio de Pastaza o de Tulcán y el monto ha sido no mayor a \$ 100,00, como comprenderás no amerita perder el tiempo por tan poco monto y tener que enviar a dichos lugares los trabajos solicitados.

Cuando estuve interesado en participar fui alertado por un colega que me dé cuenta que eso ya estaba adjudicado y solo buscaban completar el número de cotizaciones para llenar el requisito nada más. Lo comprobé y fue cierto. Todo estaba amarrado.

No hay transparencia ni ética en los concursos que llaman ya el ganador está pre adjudicado.

En este momento, el entrevistador agradeció y dio por terminada la entrevista.