



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CARRERA DE ECONOMÍA

Proyecto de investigación, previo a la obtención del título de Economista.

Tema:

“Análisis de la rentabilidad y la concentración de mercado en el sector fabricación de colchones en el Ecuador CIU C 310005”.

Autor: Altamirano Espíndola, Luciano David.

Tutor: Dra. Morales Carrasco, Lilian Victoria.

Ambato – Ecuador

2016

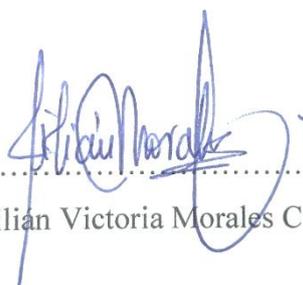
APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Lilian Victoria Morales Carrasco, con cédula de ciudadanía N°. 180241767-3, en mi calidad de Tutora del proyecto de investigación referente al tema: **“ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD Y LA CONCENTRACIÓN DE MERCADO EN EL SECTOR FABRICACIÓN DE COLCHONES EN EL ECUADOR CIU C 31005”**, desarrollado por Luciano David Altamirano Espíndola, de la carrera de Economía, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y que corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para la presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores designados por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Octubre del 2016

LA TUTORA



.....
Lilian Victoria Morales Carrasco, Ph.D.

C.I. 180241767-3

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Luciano David Altamirano Espíndola, con cédula de ciudadanía N°. 180480475-3, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el proyecto investigativo, bajo el tema: **“ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD Y LA CONCENTRACIÓN DE MERCADO EN EL SECTOR FABRICACIÓN DE COLCHONES EN EL ECUADOR CIU C 31005”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos; conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de este Proyecto de Investigación.

Ambato, Octubre del 2016

AUTOR



Luciano David Altamirano Espíndola

C.I. 180480475-3

CESIÓN DE DERECHOS

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este proyecto de investigación, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto de investigación con fines de discusión pública; además apruebo la reproducción de este proyecto de investigación, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial; y se realice respetando mis derechos de autoría.

Ambato, Octubre del 2016

AUTOR



.....
Luciano David Altamirano Espíndola

C.I. 180480475-3

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el Proyecto de Investigación con el tema: “ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD Y LA CONCENTRACIÓN DE MERCADO EN EL SECTOR FABRICACIÓN DE COLCHONES EN EL ECUADOR CIU C 310005”, elaborado por Luciano David Altamirano Espíndola, estudiante de la Carrera de Economía, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Octubre del 2016



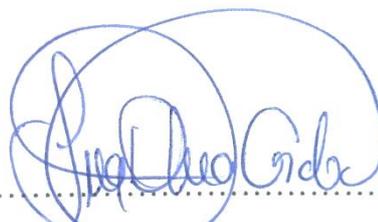
Eco. Mg. Diego Proaño

PRESIDENTE



Eco. Paulina Cabay

MIEMBRO CALIFICADOR



Ing. Ana Córdova

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación, el cual representa todo el esfuerzo y dedicación de mucho tiempo y la prolífica intención de aportar al desarrollo del conocimiento para el progreso social del país, va dirigido en primer lugar a mi familia por contribuir con su apoyo, paciencia y esmero a mi formación en valores y constancia para mi desarrollo personal y profesional. También dedico el presente trabajo a la sociedad ecuatoriana que supone el principal objetivo del quehacer académico, siendo que desde el principio de mi formación profesional, he adquirido el compromiso de aportar al crecimiento ético, académico, económico y social del Ecuador.

Luciano David Altamirano E.

AGRADECIMIENTO

Doy un gran agradecimiento a mi apreciada y prestigiosa institución que me dio la oportunidad de formarme como profesional la “Universidad Técnica de Ambato”; a la Dra. Lilian Victoria Morales Carrasco, por sus valiosos conocimientos y la colaboración brindada a lo largo del proceso investigativo; y en especial a mis padres Luciano Altamirano y Emma Espíndola que a través de su apoyo y especialmente a través de su cariño incondicional han sembrado el más profundo sentimiento de perseverancia y gratitud con la vida y las oportunidades que esta me ha brindado durante todo el proceso de mi formación académica y moral.

Luciano David Altamirano E.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE ECONOMÍA

TOPIC: “ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD Y LA CONCENTRACIÓN DE MERCADO EN EL SECTOR FABRICACIÓN DE COLCHONES EN EL ECUADOR CIU C 310005”.

AUTOR: Luciano David Altamirano Espíndola.

TUTOR: Dra. Morales Carrasco Lilian Victoria.

FECHA: Octubre del 2016

RESUMEN EJECUTIVO.

El presente trabajo de investigación busca describir la estructura de mercado del sector de fabricación de colchones en el Ecuador CIU C310005, en el cual se detallará el grado de concentración en el sector, si las empresas que se desenvuelven dentro de esta actividad económica poseen poder de mercado y cuáles son las implicaciones de ejercerlo, además se trata de determinar la relación del sector externo con la posibilidad de obtener beneficios del excedente del consumidor superiores a los de equilibrio. Conforme a ello, se procedió a estructurar tres modelos de regresión lineal mediante los cuales se comprobará si las firmas más representativas en el mercado han ejercido poder sobre este, si potencialmente pueden hacerlo y cómo la rentabilidad de las empresas responde a los niveles de renta de la población, además de mostrar si existe incidencia por parte del sector externo expresado a través del tipo de cambio en los volúmenes de venta de las empresas fabricantes de colchones. Mediante la inferencia estadística se describe la influencia de la competitividad cambiaria en el contexto de la dolarización que en función al tipo de cambio de los principales países proveedores de colchones establece limitaciones a la posibilidad de ejercer poder de mercado por parte de las empresas en mercados considerablemente concentrados.

PALABRAS DESCRIPTORAS: ESTRUCTURA DE MERCADO, COMPETITIVIDAD, TIPO DE CAMBIO, PODER DE MERCADO, ENDOGENEIDAD.

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDIT
ECONOMICS CAREER

TOPIC: “ANALYSIS OF PROFITABILITY AND MARKET CONCENTRATION IN THE MANUFACTURING MATTRESS SECTOR IN ECUADOR CIU C 310005.”

AUTHOR: Luciano David Altamirano Espíndola.

TUTOR: Eco. Morales Carrasco Lilian Victoria.

DATE: October 2016.

ABSTRACT

This research aims to describe the market structure of the manufacturing sector mattresses in Ecuador CIU C310005, in which the degree of concentration will be detailed in the sector, if companies that develop within this economic activity have power market and what the implications of exercise are also trying to determine the relationship of the external sector with the possibility of obtaining benefits from the surplus of the balance exceeding consumer. It accordingly, proceeded to structure three models of linear regression by which it will be checked if the most representative market firms have exercised power over this, if they can potentially do and how corporate profitability responds to income levels the population, and shows if there is impact by the external sector expressed through the exchange rate in sales volumes manufacturers of mattresses. By statistical inference the influence of exchange rate competitiveness in the context of dollarization that depending on the exchange rate of the main supplier countries mattress sets limitations on the ability to exercise market power by companies in markets described considerably concentrates.

KEYWORDS: MARKET STRUCTURE, COMPETITIVENESS, EXCHANGE RATE, MARKET POWER, ENDOGENEITY.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
PÁGINAS PRELIMINARES	
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
RESUMEN EJECUTIVO.....	viii
ABSTRACT.....	ix
ÍNDICE GENERAL.....	x
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiv
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
1 ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.1 DESCRIPCIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.1.1 Tema.....	3
1.1.2 Contextualización.....	3
1.2 OBJETIVOS.....	19
1.2.1 Objetivo general.....	19
1.2.2 Objetivos específicos.....	19
CAPÍTULO II.....	20
2 MARCO TEÓRICO.....	20
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	20
2.2 HIPÓTESIS.....	49

CAPÍTULO III	50
3 METODOLOGÍA.....	50
CAPÍTULO IV	57
4 RESULTADOS.....	57
4.1 ANÁLISIS DESCRIPTIVO.....	57
4.1.1 Análisis del grupo empresarial.....	57
4.1.2 Análisis de concentración de mercado.....	75
4.1.3 Análisis contextual.....	86
4.2 ANÁLISIS ECONOMETRICO.....	94
4.2.1 Modelo 1.....	95
4.2.2 Modelo 2.....	97
4.2.3 Modelo 3.....	99
4.3 DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	107
4.4 CONCLUSIONES.....	110
4.5 RECOMENDACIONES.....	112
5 BIBLIOGRAFÍA.....	113

ÍNDICE DE TABLAS.

CONTENIDO	PÁGINA
Tabla 1. Sectores económicos del Ecuador.....	4
Tabla 2. Participación del sector CIU C 310005 en la economía ecuatoriana.....	5
Tabla 3. PIB del Ecuador a precios corrientes y constantes.....	6
Tabla 4. Exportaciones e importaciones de productos manufacturados.	10
Tabla 5. Sector manufacturero por Provincias.....	12
Tabla 6. Peso del sector con respecto a la actividad manufacturera.	13
Tabla 7. Importaciones de Colchones según NANDINA 9404.21 y 9404.29 (2014).	14
Tabla 8. Importaciones de colchones en toneladas desde Colombia y China.....	15
Tabla 9. Número de empresas fabricantes de colchones por provincia.	17
Tabla 10. Cuadro resumen de la bibliografía.	44
Tabla 11. Activos fijos y endeudamiento "Chaide y Chaide".....	57
Tabla 12. Producción y ventas "Chaide y Chaide".	59
Tabla 13. Capacidad instalada y el endeudamiento " Comercial Industrial Cicla Cía S.A.".....	61
Tabla 14. Ventas y la producción "Industrial Cicla Cía S.A.".	63
Tabla 15. Activos fijos y endeudamiento "Productos Paraíso Cía S.A.".	64
Tabla 16. Producción y ventas "Productos Paraíso Cía S.A.".....	66
Tabla 17. Activos fijos y endeudamiento "Resiflex Duraflex S.A.".....	68
Tabla 18. Producción y ventas "Resiflex Duraflex S.A.".	70
Tabla 19. Capacidad Instalada - Activos fijos del grupo empresarial.....	71
Tabla 20. Endeudamiento - Pasivo al largo plazo del grupo empresarial.	72
Tabla 21. Ventas del grupo empresarial.....	73
Tabla 22. Producción - Costo de ventas del grupo empresarial.	74
Tabla 23. Participación del sector CIU C 310005 en la economía ecuatoriana.....	75
Tabla 24. Concentración de mercado del grupo empresarial.	78
Tabla 25. Concentración de mercado "Chaide y Chaide".	79
Tabla 26. Concentración de mercado "Comercial Industrial Cicla Cía S.A.".	80
Tabla 27. Concentración de mercado "Productos Paraíso Cía S.A.".	81

Tabla 28. Concentración de mercado "Resiflex Duraflex S.A."	83
Tabla 29. Cuota de mercado promedio por empresa.....	84
Tabla 30. Importaciones de Colchones según NANDINA 9404.21 y 9404.29 valores FOB y CIF (2014).	86
Tabla 31. Importaciones de Colchones a valores FOB y CIF, 2007-2014.....	88
Tabla 32. Variables contra el tiempo.	90
Tabla 33. Tipo de cambio nominal USD/COP - USD/CNY.....	92
Tabla 34. Estimación de la significación estadística de los residuos de la ecuación reducida.	94
Tabla 35. Rentabilidad operacional contra Concentración de mercado.....	96
Tabla 36. Rentabilidad contra IPC del colchón e Ingreso familiar.	98
Tabla 37. Ventas grupo empresarial contra Tipo de cambio nominal Colombia y China.	100
Tabla 38. Ventas grupo empresarial contra Tipo de cambio nominal de China.	101
Tabla 39. Ventas grupo empresarial contra Tipo de cambio nominal de China.	102
Tabla 40. Cuadro resumen del Análisis Econométrico.	105

ÍNDICE DE GRÁFICOS.

CONTENIDO	PÁGINA
Gráfico 1. Tabla 1. Sectores económicos del Ecuador.....	4
Gráfico 2. Ventas del sector	5
Gráfico 3. PIB a precios corrientes.	6
Gráfico 4. PIB del Ecuador a precios constantes.	7
Gráfico 5. Exportaciones e importaciones de productos manufacturados.	11
Gráfico 6. Importaciones promedio de Colchones según NANDINA 9404.21 y 9404.29 2007-2014.	15
Gráfico 7. Importaciones en toneladas de colchones a Ecuador.	16
Gráfico 8. Empresas dedicadas a la fabricación de colchones por provincia.	17
Gráfico 9. Activos fijos y endeudamiento "Chaide y Chaide".....	58
Gráfico 10. Tasa de variación de los activos fijos y endeudamiento "Chaide y Chaide".	58
Gráfico 11. Producción y ventas "Chaide y Chaide".	59
Gráfico 12. Tasa de variación de las ventas y la producción "Chaide y Chaide".	60
Gráfico 13. Capacidad instalada y el endeudamiento " Comercial Industrial Cicla Cía S.A.".....	61
Gráfico 14. Tasa de variación de la capacidad instalada y endeudamiento "Comercial Industrial Cicla Cía S.A.".....	62
Gráfico 15. Ventas y la producción "Industrial Cicla Cía S.A.".....	63
Gráfico 16. Tasa de variación de las ventas y la producción "Industrial Cicla Cía S.A.".	63
Gráfico 17. Activos fijos y endeudamiento "Productos Paraíso Cía S.A.".....	65
Gráfico 18. Tasa de variación de los activos fijos y el endeudamiento "Productos Paraíso Cía S.A.".....	65
Gráfico 19. Producción y ventas "Productos Paraíso Cía S.A.".	67
Gráfico 20. Tasa de variación de ventas y producción "Productos Paraíso Cía S.A.".	67
Gráfico 21. Evolución de los activos fijos y endeudamiento "Resiflex Duraflex S.A.".	68

Gráfico 22. Tasa de variación de los activos fijos y endeudamiento "Resiflex Duraflex S.A."	69
Gráfico 23. Producción y ventas "Resiflex Duraflex S.A."	70
Gráfico 24. Tasa de crecimiento de producción y ventas "Resiflex Duraflex S.A."	71
Gráfico 25. Capacidad Instalada - Activos fijos del grupo empresarial.....	72
Gráfico 26. Endeudamiento - Pasivo al largo plazo del grupo empresarial.....	73
Gráfico 27. Ventas del grupo empresarial.....	74
Gráfico 28. Producción - Costo de ventas del grupo empresarial.....	75
Gráfico 29. Ventas del sector de fabricación de colchones.....	76
Gráfico 30. PIB a precios corrientes.	76
Gráfico 31. Peso del sector de fabricación de colchones con respecto al PIB.....	77
Gráfico 32. Cuota de mercado del grupo empresarial.....	78
Gráfico 33. Cuota de mercado "Chaide y Chaide"	79
Gráfico 34. Índice de Herfindahl "Chaide y Chaide"	79
Gráfico 35. Cuota de mercado "Comercial Industrial Cicla Cía S.A."	80
Gráfico 36. Índice de Herfindahl "Comercial Industrial Cicla Cía S.A."	81
Gráfico 37. Cuota de mercado "Productos Paraíso Cía S.A.".....	82
Gráfico 38. Índice de Herfindahl "Productos Paraíso Cía S.A.".....	82
Gráfico 39. Cuota de mercado "Resiflex Duraflex S.A.".....	83
Gráfico 40. Índice de Herfindahl "Resiflex Duraflex S.A."	84
Gráfico 41. Cuota de mercado promedio por empresa.....	85
Gráfico 42. Participación de las importaciones por país de origen, valores FOB.....	86
Gráfico 43. Participación de las importaciones por país de origen, valores CIF.	87
Gráfico 44. Importaciones de Colchones a valores CIF y FOB, Colombia.....	88
Gráfico 45. Importaciones de Colchones a valores CIF y FOB, China.	89
Gráfico 46. Rentabilidad operacional del grupo empresarial.....	90
Gráfico 47. IPC Colchón.....	91
Gráfico 48. Ingreso familiar mensual promedio.	91
Gráfico 49. Tipo de cambio nominal del Dólar con respecto al Peso colombiano. ..	92
Gráfico 50. Tipo de cambio nominal del Dólar con respecto al Yuan.....	93
Gráfico 51. Rentabilidad operacional contra Concentración de mercado.....	96
Gráfico 52. Rentabilidad contra IPC del colchón e Ingreso familiar.....	98

Gráfico 53. Ventas grupo empresarial contra Tipo de cambio nominal Colombia y China	100
--	-----

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación pretende describir la estructura de mercado del sector de fabricación de colchones en el Ecuador CIIU C310005, determinar si las empresas más representativas del sector concentran el mercado de fabricación de colchones a través de la inferencia estadística, además de establecer la incidencia del sector externo en la capacidad de ejercer poder de mercado por parte de las firmas.

La industria manufacturera del Ecuador es muy susceptible a la incursión de productos extranjeros mayormente competitivos en cuanto a precios debido a que la economía nacional se encuentra dolarizada, siendo que el Dólar es una divisa fuerte en el mercado, motivo por el cual la incursión de productos extranjeros en la economía del país es una amenaza considerable de entrada en los mercados, especialmente en los sectores de producción manufacturera, lo que consecuentemente deriva en la imposibilidad de las empresas que poseen una importante cuota de mercado a poder imponer precios. El trabajo de investigación se encontrara conformado por cuatro capítulos que se establecerá de la siguiente forma:

En el **Capítulo I** se describirá el contexto en el cual se desenvuelve el sector de actividad económica sometido a estudio, así como se establecerán los objetivos a realizarse conforme a las motivaciones de análisis y aquellas nociones necesarias para la realización de la presente investigación.

El **Capítulo II** por su parte, describe las bases teóricas e investigativas en las cuales se basa el trabajo de investigación, de manera que conceptualmente pueda respaldarse la metodología y las posibles conclusiones a obtenerse a través de la investigación propuesta, así como se detallan las hipótesis a comprobarse por medio de la inferencia estadística y de los antecedentes bibliográficos.

En el **Capítulo III** se describirán los procesos tanto de recolección de datos como los de inferencia estadística que permitan la realización de los objetivos de investigación planteados, así como los métodos de depuración de datos que fueron necesarios para la correcta descripción y estructuración de los modelos econométricos planteados para la comprobación de las hipótesis propuestas en el trabajo de investigación.

En el **Capítulo IV** se mostrarán los resultados de la investigación, a través de información secundaria facilitada por las organizaciones gubernamentales pertinentes de carácter oficial, además de que se mostrará el análisis econométrico pertinente para la comprobación de las hipótesis de investigación planteadas con sus respectivas conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I.

1 ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

1.1 DESCRIPCIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

1.1.1 Tema.

“ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD Y LA CONCENTRACIÓN DE MERCADO EN EL SECTOR FABRICACIÓN DE COLCHONES EN EL ECUADOR CIU C 310005”.

1.1.2 Contextualización.

1.1.2.1 Contextualización macro.

De acuerdo al Banco Central para el 2014 El Producto Interno Bruto del Ecuador ascendió a los 170,1 mil millones de dólares del cual el sector más participativo es el manufacturero, que como se observará a continuación tiene una participación del 23,03% en la economía nacional, seguido por el de la construcción y la explotación de minas y canteras. Este sector se ve estructurado por 137 actividades de manufactura de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Censos (2012) conforme a la Clasificación Nacional de Actividades Económicas CIU, considerándose a este sector como el más diverso dentro de la economía nacional.

De acuerdo al Banco Central del Ecuador (2014) el PIB se incrementó en un 5,4% para el 2014, consecuentemente de entre los sectores que más crecieron fueron el de Hoteles y restaurantes con un 9,3%, Suministros de electricidad y agua con un 8,6% y el sector Comercio que creció en un 8,5% para el 2014. Por otro lado el sector manufacturero fue el segundo sector que menos creció durante este período con un 3,3%, únicamente ubicado después del sector de Servicios a los hogares que creció apenas un 2,8% para el 2014, sin embargo, la industria manufacturera se mantiene como una de las actividades más importantes en la economía del Ecuador.

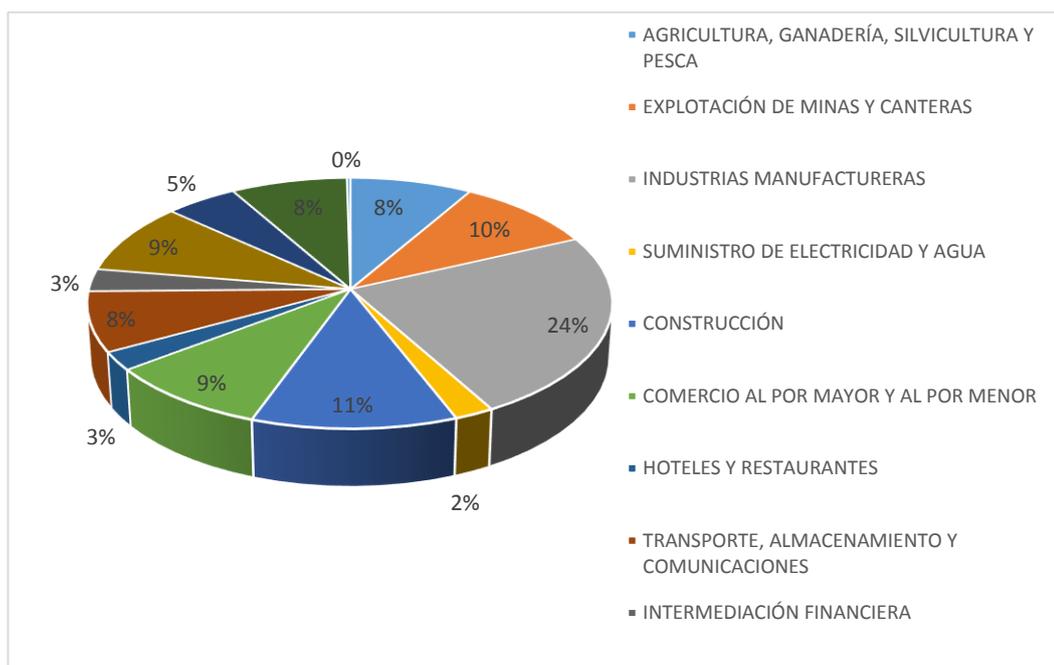
Tabla 1. Sectores económicos del Ecuador.

Sector Productivo	2014	
	Valor en dólares	Participación del sector en el PIB
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	14.366.036.000	8,35%
Explotación de minas y canteras	16.698.109.000	9,71%
Industrias manufactureras	39.189.064.750	23,03%
Suministro de electricidad y agua	3.784.519.000	2,20%
Construcción	19.542.093.000	11,36%
Comercio al por mayor y al por menor	15.706.926.000	9,13%
Hoteles y restaurantes	4.086.336.000	2,38%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	13.317.841.000	7,74%
Intermediación financiera	4.986.169.000	2,90%
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	15.823.265.000	9,20%
Administración pública y defensa	8.560.334.000	4,98%
Servicios a los hogares	13.691.118.000	7,96%
Hogares privados con servicio doméstico	428.297.000	0,25%
TOTAL:	170.180.107.750	100,00%

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 1. Tabla 1. Sectores económicos del Ecuador.



Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

El sector de fabricación de colchones en el Ecuador no es representativo, puesto que para el 2014 esta actividad económica solamente significó apenas el 0,13% del PIB del país como se podrá observar en la Tabla 2 y Gráfico 2. Las actividades económicas en el país son muy diversas por lo que es natural que una actividad de este tipo tenga tal participación en la economía nacional. Tanto el sector societario o corporativo pero más aún el sector no societario es el más diverso en cuanto a la actividad manufacturera. Debido a que la economía ecuatoriana se encuentra en vías de desarrollo los emprendimientos en múltiples actividades conforman una parte importante de la economía nacional, los pequeños negocios y las medianas empresas son muy comunes en el escenario económico siendo que este grupo de negocios influyen considerablemente en el contexto productivo del país.

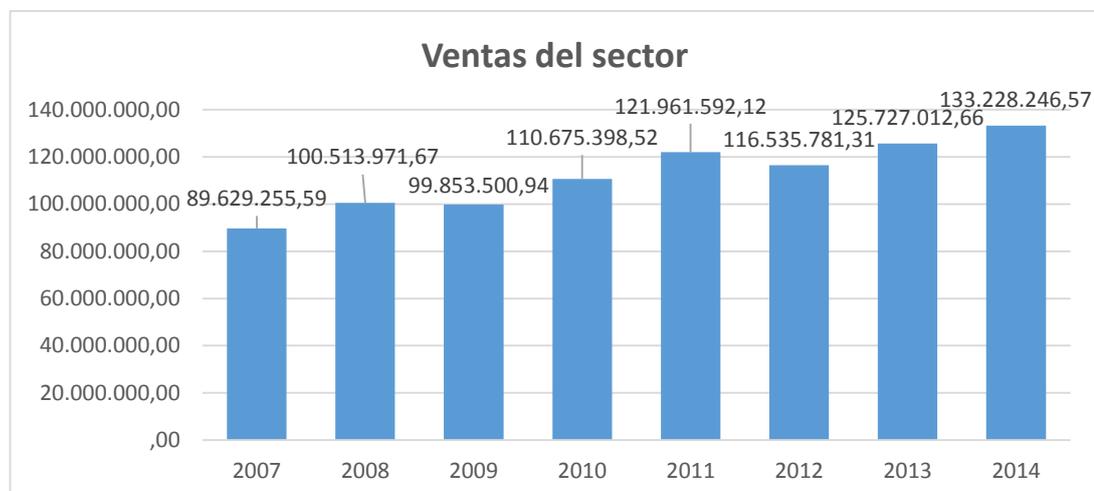
Tabla 2. Participación del sector CIU C 310005 en la economía ecuatoriana.

Año	Ventas del sector
2007	89.629.255,59
2008	100.513.971,67
2009	99.853.500,94
2010	110.675.398,52
2011	121.961.592,12
2012	116.535.781,31
2013	125.727.012,66
2014	133.228.246,57
Total:	898.124.759,38
Promedio:	112.265.594,92

Fuente: BCE, SRI, Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 2. Ventas del sector



Fuente: BCE, SRI, Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Como se puede observar en la tabla 2 y en el Gráfico 2, las ventas del sector de fabricación de colchones ha tenido un proceso expansivo durante los años 2013 y 2014, sin embargo en el año 2012 se observa un desplome de las ventas del sector. El punto más bajo en cuanto a ventas fue experimentado durante el 2012 que relativamente pudo ser causado por la incursión de productos extranjeros al mercado nacional y una disminución del poder adquisitivo de la población. En consecuencia el sector de fabricación de colchones creció un 9,12% desde el año 2011 a finales del 2014.

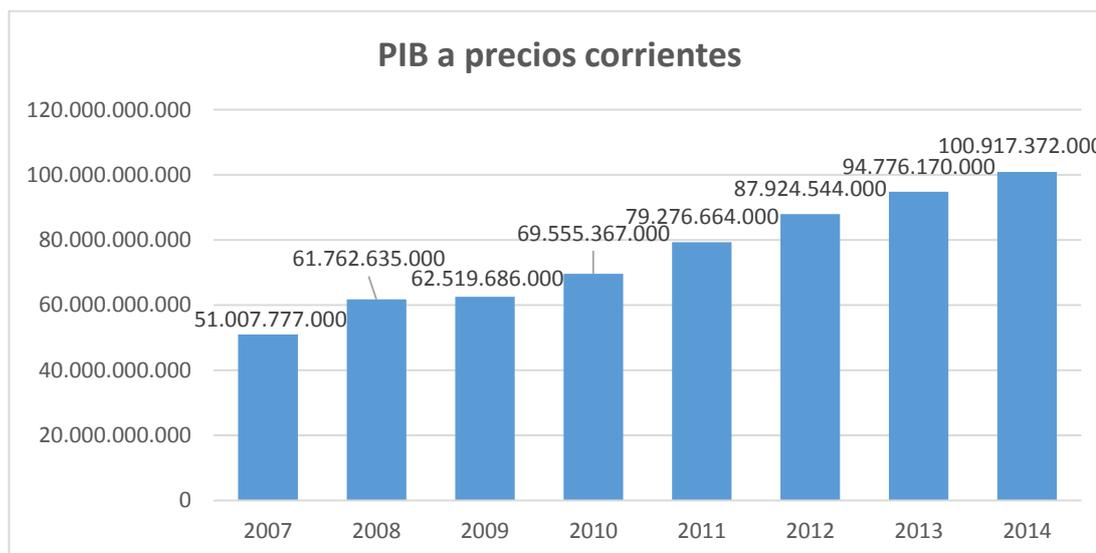
Tabla 3. PIB del Ecuador a precios corrientes y constantes.

Años	PIB a precios corrientes	PIB a precios constantes	Peso del sector
2007	51.007.777.000	51.007.777.000	0,18%
2008	61.762.635.000	54.250.408.000	0,16%
2009	62.519.686.000	54.557.732.000	0,16%
2010	69.555.367.000	56.481.055.000	0,16%
2011	79.276.664.000	60.925.064.000	0,15%
2012	87.924.544.000	64.362.433.000	0,13%
2013	94.776.170.000	67.293.225.000	0,13%
2014	100.917.372.000	69.766.239.000	0,13%
Total:	607.740.215.000	478.643.933.000	0,15%
Promedio:	75.967.526.875	59.830.491.625	0,15%

Fuente: BCE.

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

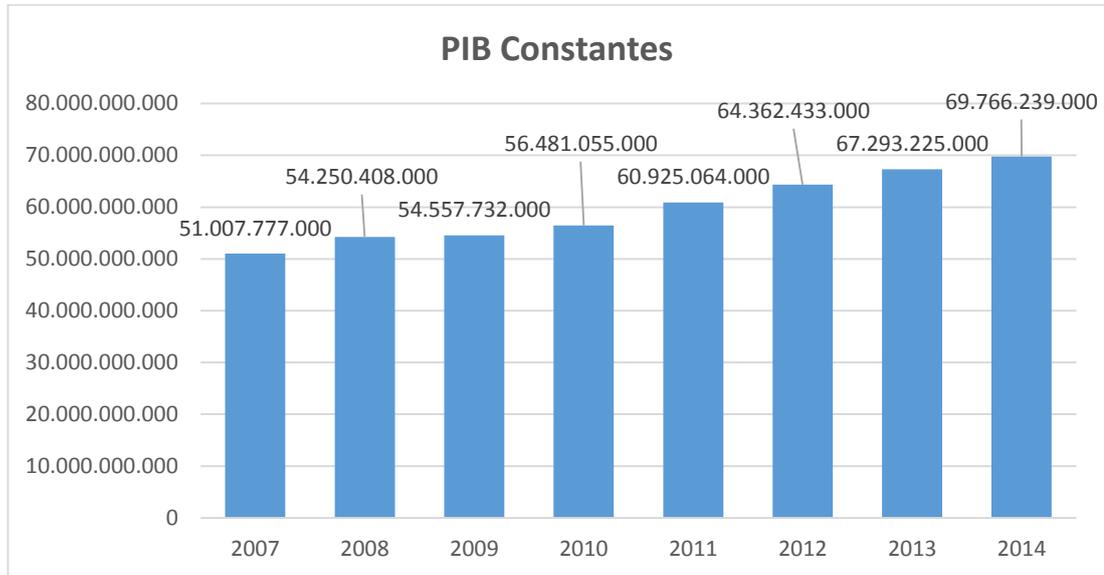
Gráfico 3. PIB a precios corrientes.



Fuente: BCE.

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 4. PIB del Ecuador a precios constantes.



Fuente: BCE, SRI, Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

De igual manera la economía nacional ha experimentado un incremento desde el 2011 al 2014. Como se puede observar en el Gráfico 2, la productividad del país ha experimentado un comportamiento expansivo puesto que durante estos años el PIB a precios constantes se incrementó en un 3,67%, mientras que el PIB a precios corrientes se incrementó en un 36,2% con respecto al año 2011. Como se detalló anteriormente, uno de los sectores que más crecieron fueron los restaurantes y hoteles, así como el sector de suministro eléctrico y el Comercio, esto implica que a pesar de la considerable participación que posee el sector manufacturero en la economía nacional el amplio crecimiento de sectores como el de hoteles y restaurantes reflejan la incursión de la economía nacional hacia sectores no tradicionales como es el turismo.

Por otro lado, de acuerdo a The Observatory of Economic Complexity (2016), China es la mayor economía exportadora en el mundo y la trigésimo séptima economía más compleja según el Índice de Complejidad Económica (ECI). Debido a esto es imprescindible contemplar la presencia de las importaciones originadas desde este país hacia el Ecuador y al resto del mundo. Las principales exportaciones de China comprenden equipos de radio que ascienden a 157 Mil Millones de dólares, exportaciones de teléfonos con un valor de 107 Mil Millones de dólares, 208 Mil Millones de dólares en exportaciones de computadoras, 61,5 Mil Millones de dólares en circuitos integrados, y finalmente componentes de máquinas de oficina cuyo valor

asciende a los 46,9 Mil Millones de dólares. Así como también destacan exportaciones de petróleo crudo, mineral de hierro, oro y automóviles. (The Observatory of Economic Complexity, 2016).

El 64,8% de las importaciones ecuatorianas son productos manufacturados que ocupan un considerable lugar en cuanto al peso de las importaciones de acuerdo a la naturaleza productiva de los bienes importados, por lo que de acuerdo a la Organización Mundial del Comercio (2015), el segundo más importante país de origen de las importaciones del Ecuador es China puesto que para el año 2014 un 16,7% de sus importaciones provienen de este país, solo después de los Estados Unidos al que le corresponde el 28% de las importaciones nacionales.

Según el Banco Mundial (2015), el 74,09% de las importaciones de la economía ecuatoriana son bienes manufacturados como se podrá observar en la Tabla 4 y en el Gráfico 5, seguido por combustibles y productos mineros que representan el 25,5% de las importaciones totales de acuerdo a la Organización Mundial del Comercio (2015). Precisamente, uno de los principales inconvenientes con respecto al desarrollo de la productividad y competitividad nacional es que a pesar de que el sector más importante en la economía ecuatoriana es la actividad manufacturera, el Ecuador importa en mayores proporciones productos manufacturados. Esto muestra que la competitividad de los productos extranjeros es considerable y especialmente de los productos de origen chino y americano que como se detalló anteriormente estos dos países suponen los dos principales lugares de origen de las importaciones nacionales.

Si bien es cierto que la apertura comercial supone una ventaja para las economías desarralladas, este mismo hecho involucra una desventaja para las economías en vías de desarrollo, y mucho más si la divisa circulante es extranjera y generalmente apreciada como es el dólar. El Ecuador no tiene la posibilidad de ajustar el comportamiento cambiario a los shocks externos ni tampoco a la competitividad cambiaria de países extranjeros, esto a su vez da una idea de la adversidad competitiva que se encuentra presente entre los países exportadores de productos manufacturados y la producción nacional.

En otro aspecto, Colombia además de ser un colindante limítrofe del Ecuador y de acuerdo a The Observatory of Economic Complexity (2016), este país es la quincuagésima tercera economía exportadora del mundo y la quincuagésima séptima economía más compleja a nivel mundial. Para el 2014 las exportaciones Colombianas ascendieron aproximadamente a los 56,5 Mil Millones de dólares, mientras que sus importaciones constituyeron los 5,04 Mil Millones de dólares. Los principales productos de exportación colombianos son el Petróleo crudo con 25,7 Mil millones de dólares en exportaciones, 7,59 Mil Millones de dólares en exportaciones de Briquetas de carbón, 2,77 Mil Millones de dólares en Refinado de petróleo, 2,66 Mil Millones de dólares en Café y 1,76 Mil Millones de dólares en exportaciones de Oro. (The Observatory of Economic Complexity, 2016).

Por otro lado, de entre los principales productos de importación colombianos destacan el Refinado de petróleo que ascendió a los 7,19 Mil Millones de dólares, Coches con 2,61 Mil Millones de dólares en importaciones, 1,98 Mil Millones de dólares en importaciones de Computadoras, 1,97 Mil Millones de dólares en importaciones de Aviones y Hlicópteros y 1,74 Mil Millones de dólares en importaciones de equipos de radiodifusión. (The Observatory of Economic Complexity, 2016).

De acuerdo a la Organización Mundial del Comercio (2015), el 66,5% de las exportaciones colombianas son Combustibles y productos mineros, mientras que en segundo lugar el 17,1% de sus exportaciones son productos manufacturados cuyos principales destinos los constituyen los Estados Unidos con el 26,4% de las exportaciones, la Unión Europea con un 17,2% y finalmente China que constituye el destino del 10,5% de las exportaciones colombianas.

Colombia al ser un país colindante del Ecuador, tener una política monetaria autónoma y ser una economía con potencial de exportación de productos manufactureros forma parte importante en el desenvolvimiento de la economía nacional. La alta competitividad y en especial la cambiaria evoca la noción de la competencia en desventaja, puesto que la elasticidad de bienes manufacturados responde a la competitividad con respecto a costos de los bienes extranjeros y más aún de la oferta de países que geográficamente son semejantes y cercanos.

Ecuador se sitúa en el sexagésimo noveno lugar de las mayores economías exportadoras a nivel mundial según The Observatory of Economic Complexity (2016), es decir, nuestro país se sitúa dieciséis puestos atrás de Colombia, esto sumado a las desventajas anteriormente expuestas provoca que la economía nacional sea sensible a las políticas externas, en especial las políticas cambiarias y los shocks externos.

A pesar de que el Ecuador es considerado como un país primario exportador gran parte de su economía la constituye la actividad manufacturera que mueve aproximadamente 40 mil millones de dólares a nivel nacional. Este hecho da a conocer que esencialmente la producción manufacturera va dirigida al consumo nacional y que consecuentemente este sector no posee una importante participación en el comercio exterior del país.

El Ecuador siempre ha estado categorizado como un país primario exportador, dentro de lo cual se ha calificado a América Latina dentro de tal precepto. Por muchos años las economías sudamericanas solo se han fundamentado en la explotación de sus recursos naturales sin otorgar valor agregado a tales productos, conforme a ello economías como la estadounidense, china y europea han sustentado su producción en la fabricación de bienes con alto valor agregado que generan altos niveles de ingreso y que países bajo el precepto primario exportador se han visto en la necesidad de adquirir bienes con valor agregado del extranjero.

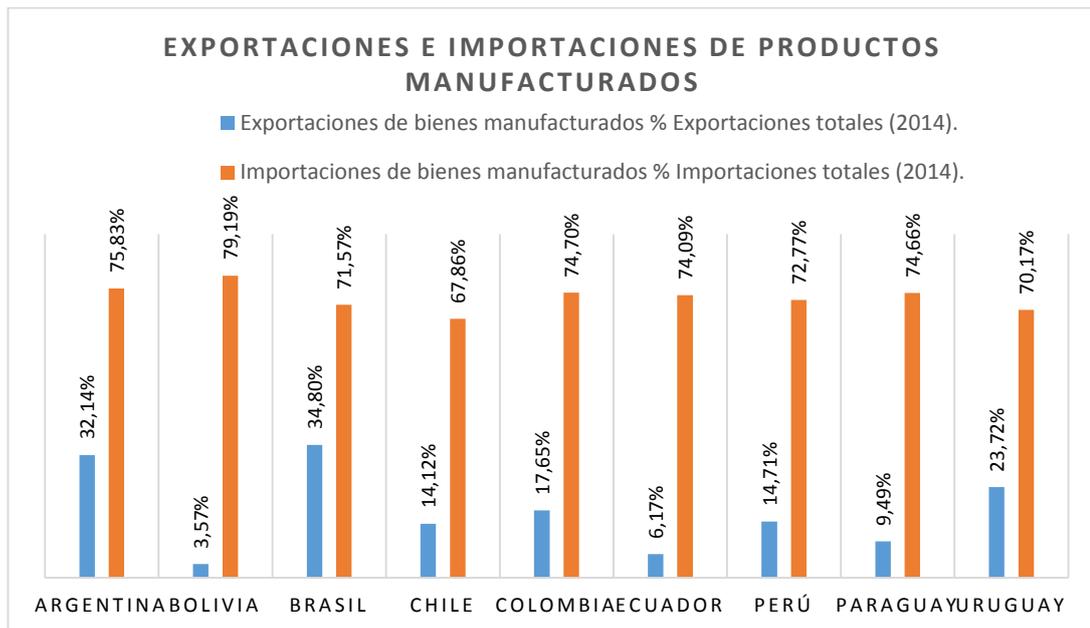
Tabla 4. Exportaciones e importaciones de productos manufacturados.

Países	Exportaciones de bienes manufacturados % Exportaciones totales (2014).	Importaciones de bienes manufacturados % Importaciones totales (2014).
Argentina	32,14%	75,83%
Bolivia	3,57%	79,19%
Brasil	34,80%	71,57%
Chile	14,12%	67,86%
Colombia	17,65%	74,70%
Ecuador	6,17%	74,09%
Perú	14,71%	72,77%
Paraguay	9,49%	74,66%
Uruguay	23,72%	70,17%

Fuente: Banco Mundial.

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 5. Exportaciones e importaciones de productos manufacturados.



Fuente: Banco Mundial.

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Como se puede observar en las ilustraciones anteriores, por lo general los países sudamericanos poseen una alta dependencia a las importaciones de bienes manufacturados, dado que en promedio el 73,43% de las importaciones de estos países son bienes de este tipo. Como se puede observar en el Gráfico 5, el país que más importa bienes manufacturados es Bolivia que en contraste también es el país que menos productos manufacturados exporta, debido a la falta de productividad de este sector siendo que apenas el 3,57% de sus exportaciones son bienes elaborados dentro del territorio Boliviano.

Chile es el país que menos importaciones de bienes manufacturados presenta, ya que el 67,86% de sus importaciones son productos elaborados, registrando la menor ponderación de importaciones de bienes manufacturados de todo el continente. Por otro lado, Brasil y Argentina son los países que mayores exportaciones de esta clase registran dado que el 34,8% y 32,14% de sus exportaciones son bienes manufacturados.

El Ecuador por su parte es el segundo país que menos bienes elaborados exporta, puesto que apenas el 6,17% de sus exportaciones son productos manufacturados, esto en contraste a la considerable participación que posee esta actividad en la economía

ecuatoriana muestra que la mayor parte de la producción manufacturera nacional va destinada al consumo interno.

1.1.2.2 Contextualización meso.

La actividad manufacturera de la economía ecuatoriana presenta una marcada aglomeración debido a que el 80,04% de las empresas de producción de bienes manufacturados se concentran en las provincias de Pichincha y Guayas; sin embargo, provincias como Azuay, Manabí y Tungurahua ostentan el 13,85% de la actividad manufacturera del país, razón por la cual se posicionan como las provincias con más aglomeración de industrias de manufactura, después de Pichincha y Guayas.

Tabla 5. Sector manufacturero por Provincias.

Provincias	Ventas Sector manufacturero	Porcentaje
Azuay	2.705.155.789	6,90%
Bolívar	6.472.458	0,02%
Carchi	13.472.481	0,03%
Cañar	470.879.580	1,20%
Chimborazo	450.409.996	1,15%
Cotopaxi	119.497.501	0,30%
El oro	158.624.204	0,40%
Esmeraldas	162.880.895	0,42%
Galápagos	5.687.048	0,01%
Guayas	14.808.949.619	37,79%
Imbabura	251.456.766	0,64%
Loja	143.812.001	0,37%
Los Ríos	232.249.833	0,59%
Manabí	1.677.511.042	4,28%
Morona Santiago	8.994.622	0,02%
Napo	10.019.228	0,03%
Orellana	55.385.875	0,14%
Pastaza	17.915.123	0,05%
Pichincha	16.556.780.931	42,25%
Santa Elena	119.518.691	0,30%
Santo Domingo de los Tsáchilas	141.627.906	0,36%
Sucumbíos	18.013.991	0,05%
Tungurahua	1.045.211.141	2,67%
Zamora Chinchipe	8.538.030	0,02%
Total:	39.189.064.750	100,00%

Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI).

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Como se puede observar en la Tabla 5, las principales provincias que mayor actividad manufacturera registran son Guayas y Pichincha con un 37,79% y 42,25% respectivamente, mientras que las provincias que menor actividad manufacturera presentan son Zamora Chinchipe y Bolívar que constituyen apenas un 0,02% respectivamente de la actividad manufacturera del país.

Tabla 6. Peso del sector con respecto a la actividad manufacturera.

Año	Ventas del sector de fabricación de colchones	Industria manufacturera	Peso del sector con respecto al sector manufacturero
2011	246.878.425,94	32.977.450.000	0,75%
2012	234.708.267,42	35.720.503.000	0,66%
2013	253.915.430,27	38.029.540.000	0,67%
2014	269.401.597,15	41.023.853.000	0,66%
Total:	1.004.903.720,78	147.751.346.000	0,68%
Promedio:	251.225.930,20	36.937.836.500	0,68%

Fuente: BCE, SRI, Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Para el año 2014 el sector de fabricación de colchones formó el 0,66% del sector manufacturero nacional, siguiendo una tendencia decreciente desde el año 2011 al 2014 dado que para finales del período la participación de esta actividad económica disminuyó en un 12%. Esto ha mostrado una trayectoria descendente a lo largo del tiempo de la participación de este sector en la economía nacional, siendo que relativamente se ha experimentado una expansión de la productividad de los demás sectores de producción manufacturera.

El crecimiento del mercado de la venta de colchones no creció acorde a la expansión del contexto productivo manufacturero, consecuentemente el crecimiento de la actividad manufacturera fue más vehemente que el sector analizado. Tal hecho desencadenó la necesidad de crecimiento del mercado y de la producción de colchones para lo cual las empresas responden a la expansión productiva mediante la adquisición de activos.

Por otro lado, la diversidad productiva del sector manufacturero nacional implica una presión económica sobre la tendencia expansiva de las industrias, teniendo en cuenta

que el ciclo de auge de la economía incide en el desarrollo y la presión por acaparar mercado de las firmas dominantes siendo que no necesariamente sea así para los pequeños negocios, salvo en contextos similares dentro de aquellos mercados en los que estos se desenvuelven.

1.1.2.3 Contextualización micro.

En cuanto al comercio exterior de colchones se refiere, en una mayor proporción los productos importados de este tipo son prevalementemente de origen Chino y Estadounidense, es decir, las importaciones por lo general provienen de las economías más importantes en la producción manufacturera. La producción extranjera, en especial la de origen asiático, posee una gran competitividad en cuanto a precios, además de que la política cambiaria china favorece la incursión de sus productos en economías con un tipo de cambio fuerte; consecuentemente, este escenario provoca que mercados que aunque se encuentren concentrados se vean susceptibles al ingreso de la competencia extranjera a manera de importaciones.

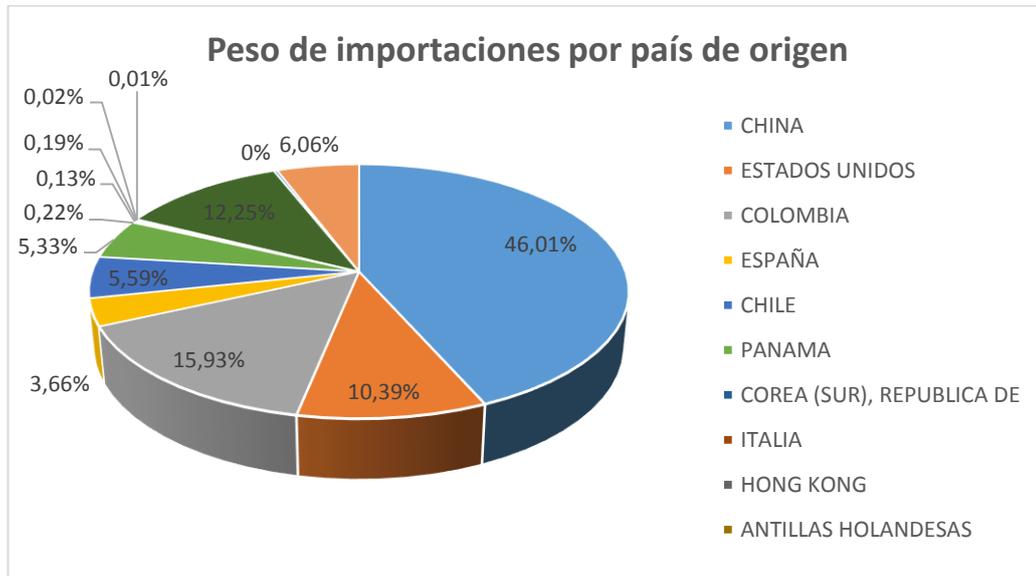
Tabla 7. Importaciones de Colchones según NANDINA 9404.21 y 9404.29 (2014).

Origen	Toneladas	Porcentaje
CHINA	122,98	46,01%
ESTADOS UNIDOS	27,78	10,39%
COLOMBIA	42,57	15,93%
ESPAÑA	9,78	3,66%
CHILE	14,95	5,59%
PANAMA	14,24	5,33%
COREA (SUR), REPUBLICA DE	0,59	0,22%
ITALIA	0,35	0,13%
HONG KONG	0,51	0,19%
ANTILLAS HOLANDESAS	0,06	0,02%
PERU	0,04	0,01%
DINAMARCA	32,74	12,25%
TAIWAN (FORMOSA)	0,71	0,27%
MEXICO	16,19	6,06%
Total:	267,3	100%

Fuente: Banco Central del Ecuador, INEC.

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 6. Importaciones promedio de Colchones según NANDINA 9404.21 y 9404.29 2007-2014.



Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Cómo se puede observar en el gráfico anterior, el 46,01% del producto importado correspondiente a los colchones fabricados con caucho, plásticos celulares recubiertos o no y de otros materiales pertenecientes a los códigos NANDINA 940421 y 940429 son de origen Chino, seguido por un 15,93% que son de origen colombiano. El producto colombiano tiende a ser más accesible debido a que Colombia geográficamente es un país colindante al Ecuador, además de que posee una divisa relativamente devaluada con respecto al dólar. Esto otorga una ventaja a las exportaciones colombianas que son el segundo más importante origen de las importaciones de colchones y únicamente superada por la producción China.

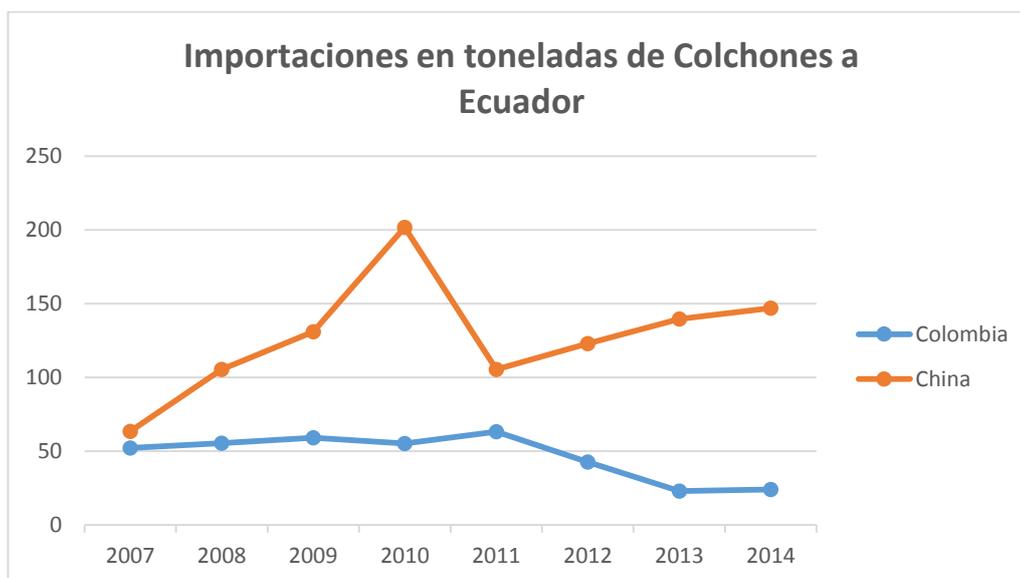
Tabla 8. Importaciones de colchones en toneladas desde Colombia y China.

Años	Colombia	China
2007	52,13	63,44
2008	55,41	105,42
2009	58,97	130,82
2010	55,06	201,66
2011	63,25	105,46
2012	42,57	122,98
2013	22,90	139,56
2014	23,88	146,87

Fuente: Banco Central del Ecuador, INEC.

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 7. Importaciones en toneladas de colchones a Ecuador.



Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Las importaciones de origen colombiano han experimentado un comportamiento poco volátil, sin embargo, en los años 2012, 2013 y 2014 las importaciones experimentaron un descenso progresivo hasta finales del 2014, mientras que para finales del período estudiado las importaciones colombianas por su parte se redujeron en un 54,19%, mientras que las de origen Chino crecieron en un 131,51%. Esto muestra que la producción China ha adquirido un incremento de la participación dentro de las importaciones de colchones a Ecuador, las cuales representan un gran riesgo de competencia para la producción nacional, no solamente para los pequeños negocios manufactureros, sino también para aquellos sectores concentrados que se ven en desventaja por los precios altamente competitivos de las exportaciones chinas.

Por otro lado, las empresas nacionales dedicadas a la fabricación de colchones suman 24, de las cuales en su mayor parte se encuentran establecidas en la provincia del Azuay, Pichincha y Tungurahua. Este sector presenta aglomeración, motivo por el cual no se observa mayores niveles de competencia. El 83,33% del número de empresas dedicadas a la fabricación de colchones, es decir 20 de un total de 24 organizaciones se encuentran ubicadas en la región Sierra, especialmente en la provincia del Azuay y Tungurahua, sin embargo, las dos empresas potencialmente más representativa en el mercado se encuentran ubicadas en la provincia de Pichincha.

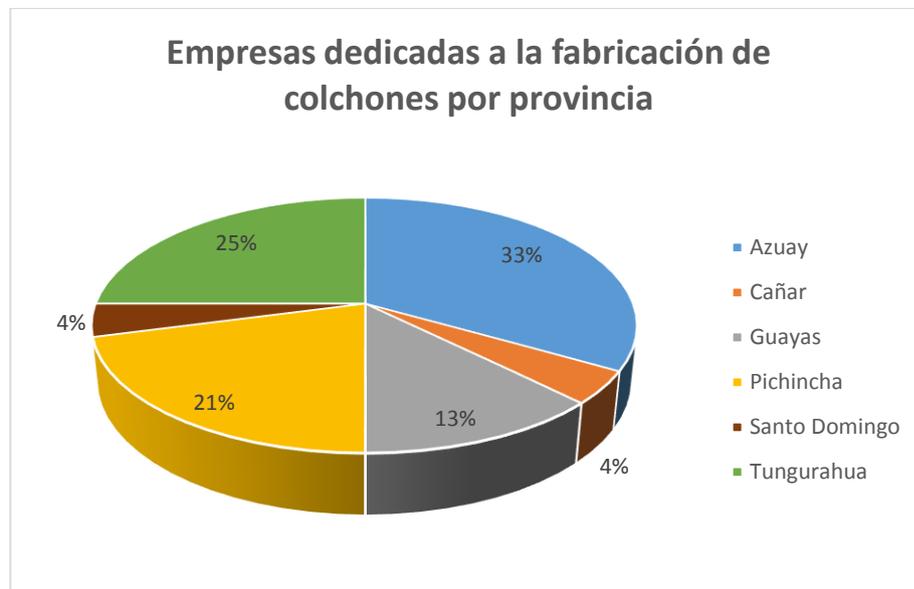
Tabla 9. Número de empresas fabricantes de colchones por provincia.

Provincia	Cantidad de empresas	Porcentaje
Azuay	8	33,33%
Cañar	1	4,17%
Guayas	3	12,50%
Pichincha	5	20,83%
Santo Domingo	1	4,17%
Tungurahua	6	25,00%
Total:	24	100,00%

Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI).

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 8. Empresas dedicadas a la fabricación de colchones por provincia.



Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI).

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Para el año 2014 se registraron 24 empresas que se dedican a la fabricación de colchones dentro del CIU C310005, de las cuales en una mayor proporción son originarias de la provincia del Azuay dado que el 33,33% de las firmas son de esta provincia. De cerca se encuentran las provincias de Tungurahua y Pichincha que acogen al 25% y al 20,83% de las empresas fabricantes de colchones respectivamente.

Según la Superintendencia de Compañías (2016), las empresas Chaide y Chaide S.A., Productos Paraíso del Ecuador S.A., Resiflex Duraflex S.A., Comercial Industrial Cicla Cía. Ltda., Dormimundo S.A. y Productos Romántico Cía. Ltda. son empresas constituidas como personas jurídicas que desarrollan actividades dentro del CIU

C310005 y C310006, de entre las cuales Chaide y Chaide S.A. es una empresa establecida como sociedad anónima constituida el 18 de diciembre de 1975 que opera bajo el nombre comercial Chaide y Chaide, dentro de sus líneas de productos se encuentran: colchones, almohadas, cabeceros, sábanas, sofá camas y colchones y almohadas para niños y mascotas.

Productos Paraíso del Ecuador S.A. es una firma constituida como sociedad anónima el 22 de noviembre de 1973 que opera en el país bajo el nombre comercial Paraíso, se dedica a la fabricación de colchones, espumas y plásticos para todo tipo de uso como fundas y bolsas plásticas. La empresa tiene empresas afiliadas en países como Colombia, Venezuela y República Dominicana.

Resiflex Duraflex S.A. por su parte es una empresa establecida como sociedad anónima el 19 de agosto de 1981 que fabrica y comercializa colchones, bases de cama y almohadas bajo el nombre comercial de Colchones Resiflex.

Comercial industrial Cicla Cía. Ltda. es una compañía de responsabilidad Ltda. con sede en la ciudad de Cuenca Ecuador dedicada a la fabricación y comercialización de colchones que opera bajo el nombre comercial colchones Intense-Cicla, constituida el 23 de Abril de 1985.

Dormimundo S.A. es una empresa constituida como sociedad anónima el 18 de octubre del 2004 que opera en el país con el nombre comercial Dormimundo S.A. que se dedica a la fabricación, y venta de muebles para el hogar, colchones, almohadas, camas, muebles metálicos y de madera. Por otro lado, Productos Romott es una firma dedicada a la fabricación de colchones de resortes y espuma establecida como sociedad de responsabilidad limitada constituida el 13 de marzo de 1980.

El sector de fabricación de colchones relativamente no es muy extenso en cuanto al número de empresas se refiere, sin embargo es posible que el mercado se encuentre concentrado, motivo por el cual se podría presenciar la presencia de un oligopolio dentro del sector, conforme a ello a continuación se procederá a analizar su estructura.

1.2 OBJETIVOS.

1.2.1 Objetivo general.

Realizar un estudio de la incidencia de la Concentración de Mercado en la Rentabilidad del sector de Fabricación de colchones.

1.2.2 Objetivos específicos.

- Describir el comportamiento de la rentabilidad de las empresas Chaide y Chaide S.A., Productos Paraíso del Ecuador S.A., Resiflex Duraflex S.A., Comercial Industrial Cicla Cía. Ltda.
- Describir la concentración de mercado del sector a lo largo del tiempo a través de indicadores económicos y financieros.
- Realizar un análisis econométrico de la incidencia de la Concentración de Mercado en la rentabilidad del sector de fabricación de colchones CIIU C 310005.
- Establecer la incidencia del sector externo en el comportamiento del sector de fabricación de colchones en el Ecuador.

CAPÍTULO II.

2 MARCO TEÓRICO.

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.

La presente investigación ha recogido los siguientes criterios investigativos para su desarrollo, así como las conclusiones a las cuales han llegado diferentes autores para el sustento y el avance del objeto de investigación, a continuación se describirán las afirmaciones realizadas por autores que han realizado el estudio de temas afines al presente tema.

El hecho de que la producción u oferta de un determinado sector económico se encuentre concentrado por unas pocas firmas, muestra que el mercado puede ser controlado a través de la implantación de precios altos y de esta manera obtener el máximo beneficio del excedente del consumidor en el mercado, es así que Useche & Fernández (2008) en su artículo: “Concentración de mercado en el sector de telecomunicaciones en Venezuela” con el objetivo de medir el nivel de concentración de las empresas que operan en el sector de telefonía fija y telefonía móvil en la república de Venezuela durante el período comprendido desde el año 2004 al año 2007, busca tener una perspectiva de las empresas que pueden considerarse que poseen poder de mercado en este sector. Por otro lado, también se busca plantear los riesgos inherentes a la presencia de un comportamiento que pueda afectar a la libre competencia en este mercado, de manera que se pueda discernir en cuanto a las estrategias adoptadas por las empresas que operan en el sector de telecomunicaciones.

La investigación realiza un análisis descriptivo de la concentración del mercado a través del índice de concentración de Herfindahl-Hirschman (IHH) estableciéndose como referencia el número de suscriptores de cada operadora y segmento analizado al terminar el año 2007. También se realiza una revisión documental sobre hechos suscitados de concentración económica en el sector de telecomunicaciones en América Latina, de manera que se puede establecer un marco referencial de incidencia en Venezuela. Para el cálculo del índice de concentración propuesto se calcula la sumatoria de los cuadrados de las participaciones de mercado de las empresas que

operan en el sector, con respecto al número total y de acuerdo al tamaño de las empresas de la industria (Useche & Fernández, 2008).

Los autores concluyen que el crecimiento de las empresas líderes internacionales presentan un nivel considerable de concentración, esto puede conducir al establecimiento de un oligopolio, es decir, una proporción alta del servicio es originada en sectores que presentan altos niveles de concentración, lo que implica una gran transferencia de recursos económicos a los sectores más poderosos en ambas categorías desde los miembros menos fuertes de consumidores y oferentes. Se han identificado dos causas relacionadas a la iniciativa de concentración por parte de las operadoras; la posibilidad de adquirir poder de mercado y el desarrollo de la eficiencia en cuanto a la producción se refiere basándose en procesos de reducción de costos operativos. Ciertas ventajas que poseen las operadoras existentes en Venezuela han sido originadas en primer lugar por el nivel de concentración de mercado que estas poseen, lo cual ha derivado en un incremento en la capacidad de control como fuente de poder en el mercado y el incremento en el nivel de competitividad en el contexto interno y externo (Useche & Fernández, 2008).

Consecuentemente al hecho de que la concentración de un sector económico determinado puede perpetuar un control de poder de mercado Torres & Gutiérrez (2009) en su artículo: “Mercado farmacéutico en México: tamaño, valor y concentración” se busca describir el sector farmacéutico en México conforme a su organización, tamaño, poder de mercado de las firmas y la capacidad de negociación de los compradores en un contexto de dinamismo e importancia en el sistema productivo del país, ya que el mercado de medicamentos de México se constituye como el noveno más importante a nivel mundial (Torres & Gutiérrez, 2009). Las nuevas reformas legislativas que abordan la provisión de servicios de salud, específicamente aquellas reformas dirigidas a la Ley del Instituto Mexicano del Seguro Social y a la Ley de Salud han destinado una parte considerable de recursos públicos a la adquisición de medicamentos por lo que existe un potencial riesgo de concentración del mercado por las empresas farmacéuticas más eficientes en competitividad.

Para poder describir el comportamiento del mercado de medicamentos mexicano se realizó un análisis de la totalidad del valor de los productos fabricados la categoría “Fabricación de materias primas para la industria farmacéutica” de código 325411 en el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte de la categoría “fabricación de preparaciones farmacéuticas” (Torres & Gutiérrez, 2009). Se procedió a calcular el índice de Herfindahl-Hirschman (IHH) para cada período, para medir el nivel de concentración de mercado de este sector económico. Como complemento para la caracterización del mercado, se procedió a calcular la inversa del IHH, que muestra la cantidad de empresas de similar tamaño para determinar el nivel de competencia existente. Por último se calculó la elasticidad precio de la demanda entre cada período sucesivo desde el año 2002 al año 2005.

Los investigadores concluyeron que en el sector farmacéutico en México existe la presencia de un oligopolio marcado puesto que durante el año 2005 un pequeño grupo conformado por 5 a 10 empresas concentraban el 32,1% y 53,4% de un mercado con una demanda relativamente inelástica. Es decir, se trata de un mercado concentrado en el cual los ofertantes conservan un considerable poder para establecer los precios en el mercado. El sector farmacéutico en México ocupa el segundo lugar dentro de la actividad manufacturera del país, debido principalmente a su gran volumen de ventas, solo situándose después de la explotación petrolera.

Conforme a los datos presentados, este sector se ha expandido durante el período comprendido entre los años 2002 y 2005, puesto que para este lapso de tiempo el sector creció en un 11,8%, el cual es mayor al crecimiento de la economía nacional en un 18% dado que el PIB durante el mismo año se incrementó en un 10%, lo cual, ratifica al sector farmacéutico mexicano como uno de los más representativos y dinámicos de la economía del país (Torres & Gutiérrez, 2009).

Con el objeto de identificar los factores que inciden en el nivel de margen de utilidad de la industria manufacturera de Grecia, Rezitis & Kalantzi (2011) en su trabajo de investigación: “Investigating Market Structure of the Greek Manufacturing Industry: A Hall-Roeger Approach” ven la necesidad de identificar el tamaño del sector, la intensidad laboral y cómo se desenvuelve la industria manufacturera en el contexto

económico y de mercado, teniendo en cuenta el número de establecimientos que operan en el sector y cómo la intensidad laboral y el crecimiento afectan al margen de utilidad de la Industria manufacturera en Grecia.

En el estudio se estructuraron tres modelos econométricos de regresión; el primero consiste en un modelo de Hall-Roeger que se encuentra formado por una regresión de serie temporal del incremento del valor agregado por unidad de capital en función de la tasa de crecimiento de los gastos de mano de obra por unidad de capital ponderado; el segundo modelo (Hall-Roeger de corte transversal) se encuentra conformado por una regresión lineal del incremento del valor agregado por unidad de capital en función del margen de utilidad de cada sector y de una variable dicótoma sectorial, de manera que se pueda definir el comportamiento del margen de utilidad en los 21 sectores de la industria manufacturera griega durante el período estudiado. El tercer modelo econométrico (Hall-Roeger de serie temporal) se encuentra estructurado por una regresión lineal del incremento del valor agregado por unidad de capital en función del margen de utilidad de cada sector y de una variable dicótoma temporal, mediante el cual se busca estimar el comportamiento de las barreras de mercado y los niveles de rentabilidad de las empresas del sector (Rezitis & Kalantzi, 2011).

La investigación concluye que el margen de rentabilidad de la industria manufacturera griega durante el período 1984-2007 es de 2,0765 ($\mu = 2,0765$), lo que determina que el sector se desenvuelve en condiciones no competitivas durante el período considerado. La fabricación de Coca-cola, productos de la refinación del petróleo y combustible nuclear, registraron los más altos márgenes de rentabilidad, conjuntamente con un número limitado de empresas y grandes cantidades de exportaciones. Contrariamente, la fabricación de otro material de transporte mostró el más bajo margen de rentabilidad posiblemente relacionado a la carencia de competitividad o la eficacia de las empresas de gran escala y a los altos índices de importaciones.

Por otro lado, el estudio concluyó que el tamaño del sector, la intensidad laboral y la cantidad de establecimientos en el mercado inciden en los márgenes de rentabilidad a nivel sectorial, recalcando que la intensidad laboral goza de mayor incidencia en los

márgenes de rentabilidad a niveles sectoriales, sin embargo los resultados también sugieren que el crecimiento de la producción y la cantidad de establecimientos afectan el margen de rentabilidad de la industria manufacturera griega a lo largo del tiempo (Rezitis & Kalantzi, 2011).

El consumo de bienes manufacturados o de bienes básicos para el consumo humano gozan de comportamientos propios del mercado, además de que responden al accionar de las leyes de oferta y demanda, asimismo de que se ven influenciados por el comportamiento del comercio exterior, por lo cual Obara, McConnell, & Dyck (2010) en su investigación: “Japan’s Beef Market” tratan de describir el comportamiento del consumidor y del mercado de carne en Japón, siendo que el país importa este bien principalmente de Oceanía y de América del Norte. En un futuro deberá incrementarse el consumo de carne en el Japón especialmente si los precios caen o si el ingreso de la población se incrementa, por lo que este comportamiento puede ser medido identificando la incidencia de factores como: los económicos, demográficos, políticas de comercio exterior y doméstica, así como las preferencias del consumidor; de manera que se pueda estimar la demanda de carne y establecer la capacidad de la producción de los Estados Unidos para abastecer la demanda del país (Obara et al, 2010).

En el estudio se realizó un análisis de Regresión que parte de la relación del gasto en consumo de carne en función de los precios y las cantidades de carne de res, carne de pollo y de pescado a través de un modelo de Mínimos Cuadrados en tres etapas, utilizando a la variable ingreso total expresado a través del PIB del Japón como variable instrumental, mientras que el precio y las cantidades serán estructuradas como variables endógenas, las cuales serán definidas conforme a un sistema de ecuaciones acorde a un Sistema Casi Ideal de Demanda (AIDS) por sus siglas en inglés (Obara et al, 2010). Las cantidades y el precio de la carne de res, pollo y pescado fueron descritas a través del índice del precio al consumidor (CPI) por sus siglas en inglés, de cada uno de estos productos, así como se identificó el presupuesto familiar destinado al consumo de carne, pollo y pescado.

La investigación concluyó que el mercado Japonés de carne se ve influenciado por la demanda y la capacidad de oferta dentro del país. La demanda de este bien ha registrado los más bajos niveles en toda su historia; sin embargo, se pudo observar que el consumidor de carne japonés tiende a consumir más carne cuando los precios son bajos y sus ingresos son altos. La oferta interna por su parte ha experimentado débiles retornos y han experimentado limitaciones con respecto al crecimiento de los rebaños proveedores de carne, inclusive en escasez de carne de origen norteamericano. Si las condiciones futuras son favorables para un incremento de la demanda de carne, la mayor parte del incremento en el consumo de carne del país será cubierto por las importaciones. Finalmente se estima un incremento del ingreso y del consumo de carne para el año 2010 en adelante, siendo que el grado de consumo de carne que responde al incremento del consumo tiende a ser incierto todavía (Obara et al, 2010).

Gonzalez, Romero & Tamer (2012) en su artículo: “Industria del Petróleo: Poder de mercado de México en el continente Americano” se busca realizar un análisis para descubrir la existencia de poder de mercado del monopolio estatal, Petróleos Mexicanos (PEMEX) en América, para la estructuración de estrategias de fijación de fortalezas y debilidades en la productividad y competitividad en la industria petrolera regional, teniendo en cuenta que tanto el suministro como la oferta de petróleo es de características regionales. Dado que la estructura oligopolística del mercado de crudo en el continente es considerablemente concentrada, y que el mercado se encuentra dominado por un grupo limitado de ofertantes que continuamente buscan acaparar el sector por medio del desarrollo de procesos cada vez más eficientes y competitivos (González et al, 2012), el entendimiento del comportamiento de la industria es crucial para la implementación de acciones que mitiguen la desigualdad competitiva en el sector petrolero regional.

Para la realización del estudio se optó por describir el nivel de poder de mercado a través del índice de concentración de mercado de Herfindahl-Hirschman. Una vez realizada la estimación de la concentración de mercado del sector se procedió a establecer un análisis de regresión lineal entre el poder de mercado petrolero mexicano y la producción petrolera de Canadá, la producción de EE.UU, y la producción de crudo de Centro y Sudamérica, teniendo en cuenta que en el proceso se desestimaron

ciertas variables debido a la existencia de multicolinealidad, de manera que pueda estimarse un modelo econométrico representativo (González et al, 2012). Esta regresión muestra la relación que existe entre la concentración de mercado de la producción de petróleo de México con respecto a la capacidad abastecedora de los demás países del continente.

El estudio concluyó que México conserva la posibilidad de incrementar la explotación de nuevos yacimientos petroleros, especialmente en la exploración de nuevos yacimientos para la explotación petrolera de aguas profundas en el Golfo de México a través del incremento de la inversión y el uso de mejor tecnología y bajo el conocimiento de las verdaderas circunstancias en las cuales se desenvuelve la industria.

De igual manera González & Rosero (2011) en su estudio: “Desempeño del subsector de la confitería en el área metropolitana de Cali 2002-2010” buscan realizar un análisis descriptivo de la actividad de Confitería en la ciudad de Cali durante el período comprendido entre el año 2002 al año 2010 dado que la industria confitera en Colombia tiene una gran influencia en el contexto productivo del país, el estudio descrito se orienta en el análisis del sector de manufactura de confites en el área metropolitana de la ciudad de Cali, enmarcándose en el proyecto de Redes Interempresariales propuesto por el grupo investigativo de la Universidad Seccional de Cali para el diagnóstico de las necesidades de organización de las Pymes del subsector para la contribución al mejoramiento de la competitividad.

Se planteó la realización de trece encuestas dirigidas a las Pymes de la localidad, datos estadísticos de las muestras manufactureras del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) e información secundaria adquirida de la Cámara de Comercio de Cali (González & Rosero, 2011). Posteriormente se procede a calcular el grado de concentración del mercado, así como se relacionan las variaciones de los precios y la cantidad de producción de los diversos productos de confitería de la industria a través de indicadores micro y macroeconómicos relevantes, además de que se realiza un estudio del grado de asociación que tienen los ingenios azucareros con el grado de competitividad de las empresas confiteras.

Los autores concluyeron que el mercado de la fabricación de confitería en la ciudad de Cali se encuentra concentrado por cuatro empresas y un grupo de pymes formalizadas. Más del 80% de la producción fue dirigida a la fabricación de confites sin chocolate y chicles, las mismas que poseen un comportamiento de los precios y de las ventas inestable el cual no muestra ningún patrón de comportamiento dentro del período analizado. Sin embargo, los bocadillos de arequipe y guayaba no registraron inestabilidad de sus precios, además de que se observó una tendencia inversamente proporcional de las ventas de un producto con respecto a otro. Estos productos representan la mayor parte de las ventas en las empresas encuestadas además de que se observó la ausencia de relación entre el precio del principal insumo para la fabricación de confites, el azúcar con respecto al precio de los confites y de las cantidades vendidas; sin embargo las protecciones arancelarias impuestas a la producción de azúcar han reducido la competitividad (González & Rosero, 2011).

Los hábitos de consumo de los productos manufacturados se encuentran caracterizados por un comportamiento propio referente a la calidad del producto, su precio y a la idea en general que posee el consumidor del producto, por lo que Wang (2011) en su trabajo de investigación: “Evaluating Country of Manufacture Effects on Competitiveness” busca investigar las implicaciones que tiene el efecto de un país manufacturero en los hábitos de consumo de los consumidores y describir el principal factor que incide en la mente del consumidor para tomar una decisión de compra. Los hábitos de consumo prestan la atención de un sinúmero de investigadores y en especial de los productores manufactureros debido a su importancia e impredecibilidad (Wang, 2011), por lo que es imperativo obtener conocimiento de cómo se comporta el consumidor en cuanto a la elección de marca dentro del contexto del mercado de productos elaborados.

En la investigación se estructuró un modelo de selección de marca teniendo en cuenta la función de utilidad, para lo cual se procedió a obtener y analizar los coeficientes de la regresión conjuntamente con la realización de tests de asimetría y curtosis de los residuos (Wang, 2011). Los modelos de selección de marca a estimarse fueron: Modelo de Luce, Lesourne, Logit multinomial o modelo de McFaden - 1, McFaden - 2, Width of Utilities - 1, Width of Utilities - 2, Maximun of utilities y el modelo de igualdad de probabilidades. Este tipo de modelos vienen categorizados dentro de tres

clases de modelos: 1) Modelos de selección de atributos múltiples, 2) Modelos de asignación de preferencia y asignación y 3) análisis conjunto, de los cuales los modelos de selección de atributos múltiples juegan un importante papel en el desarrollo de las aplicaciones de marketing, análisis de estructura de mercado, posición de producto, estimaciones de la demanda, predicciones de la elección del consumidor y segmentación de mercado (Wang, 2011).

La investigación concluyó que la imagen de un país manufacturero incide en la percepción de la calidad de los consumidores, dentro del cual se destacan dos aspectos a tener en cuenta; el primero consiste en que la calidad es el principal aspecto que los consumidores tienen en cuenta al consumir un producto, el diseño y el precio van después, seguidos por la conciencia y la percepción del consumidor, lo cual implica que los productos manufacturados son más competitivos si se enfocan en la calidad. El segundo aspecto consiste en que la cuota de competitividad de un producto o una empresa en particular radica de la visión que se tenga hacia el futuro. Los países manufactureros deben predecir su participación de mercado en el futuro y en respuesta realizar la correspondiente asignación de recursos (Wang, 2011).

Por otro lado, la concentración y el poder de mercado generan rentabilidad a los grupos económicos más eficientes en cuanto a productividad o a la cadena de suministro de sus productos se refiere, por lo que la concentración de mercado puede generarse como resultado de la alta competitividad de las empresas o por una acción premeditada colusoria que establezca un beneficio para las firmas que concentran el mercado. Con el objeto de medir el grado de poder de mercado que han adquirido las empresas durante la segunda mitad de los años 90 en México, empleando el paradigma estructura-conducta-desempeño, Torres (2012) en su investigación: “La medición del poder de mercado en la economía mexicana a finales de los noventa” busca desarrollar un modelo que refleje la relación existente entre el desempeño y la estructura con respecto a la concentración de mercado. Consecuentemente se trata de plantear un análisis metodológico aplicable a los diferentes contextos económicos de América Latina que pueda fomentar una base de conocimiento para entender el desenvolvimiento económico del continente frente a la desigualdad.

El estudio plantea inferir la presencia de poder de mercado a través de la asociación de indicadores de rentabilidad y beneficios y medidas de concentración de mercado, puesto que los monopolios y oligopolios pueden fijar los precios y las cantidades producidas conforme se garantice la alta rentabilidad y provecho de los beneficios del mercado para las empresas (Torres A. , 2012). La investigación plantea un modelo de regresión lineal entre el Margen Neto (MNETO) y el grado de concentración Industrial (CR), de esta manera se podrá concluir la existencia de actividades colusorias de obtener un parámetro estadísticamente significativo del indicador CR. Se trata de mostrar la presencia de competencia imperfecta por medio de la circunstancia en la cual la concentración se incrementa por encima del crecimiento de la rentabilidad; este análisis se lo pretende realizar a través de la clasificación de los diferentes sectores conforme a los valores de CR y el cálculo del promedio ponderado del Margen neto de las utilidades empresariales (Torres A. , 2012).

En primera instancia el autor concluyó que el considerable valor de CR, registrado en promedio de 77% para el período comprendido entre 1994 – 1996 y de 88% para el período de 1998 – 2001, refleja un alto nivel de concentración del mercado mexicano generalmente hablando. Durante los años de 1994 a 1996 se aprecia la existencia de poder de mercado, puesto que el 46% de los sectores estudiados presentaron valores del CR críticos. Consecuentemente, se mostró el nivel de incidencia que posee la concentración de mercado en la capacidad de ejercer poder de mercado por parte de las empresas, lo cual fue confirmado a través de la presencia de correlación positiva entre el MNETO y de CR y el índice de concentración de Hirschman - Herfindahl (H) de la muestra de sectores estudiados. De esta manera se pudo observar que H presentó una correlación positiva y significativa con el MNETO durante los dos períodos estudiados (Torres A. , 2012)

La capacidad de las firmas de poseer poder de mercado depende de la elasticidad de la demanda del bien o bienes que ofertan las firmas. Por lo que uno de los indicadores imperativos para determinar la rentabilidad empresarial es el nivel de precios de los productos, así como los niveles de ingresos de la población. En concordancia con lo anteriormente expuesto Díaz, Reyes & Moral (2007) en su estudio: “El mercado de la carne de cerdo en canal en México” se busca realizar un análisis de la demanda y la

oferta de carne de cerdo en México durante los años 1980-2005. El déficit en la oferta porcícola en el canal en México se debe principalmente a la falta de eficiencia en la productividad de carne de cerdo, además de que la carne importada es de baja calidad con respecto a la producción nacional, por lo que el entendimiento del mercado es crucial para adoptar estrategias de acción para equilibrar el mercado de carne de cerdo en México.

Para poder estimar la oferta y demanda de carne de cerdo se plantea la estructuración de un modelo econométrico de ecuaciones simultáneas para lo cual es imperativo especificar la variable endógena y las variables predeterminadas por lo que como variables endógenas se establecieron a: la cantidad ofertada de carne de cerdo en canal en el periodo actual (OC_t), el volumen de la demanda de carne de cerdo en canal (DC_t), Índice de Precios al Consumidor de la carne de cerdo en canal en el periodo actual (PCC_t), en cuanto a las variables predeterminadas se toman a: índice de precios al productor de la carne de cerdo en canal retrasado un periodo (PPC_{t-1}), precio del alimento para porcino, un periodo rezagado ($PAt-1$), tipo de cambio real en el periodo actual (TC_t), índice de Precios al Consumidor de la carne de res en el periodo actual (PCR_t), el ingreso nacional disponible en el periodo actual (M_t) y la variable de clasificación o dicotómica (D_t) (Díaz et al, 2008).

En primer lugar Díaz et al (2008) concluyeron que la oferta de carne de cerdo no se ve influenciada significativamente por el tipo de cambio real y el precio de insumos como el costo del alimento para cerdos; consiguientemente, se demostró que la oferta tiende a ser inelástica con respecto a cada una de las variables analizadas al corto plazo. De igual manera, la oferta ha resultado ser inelástica en relación al precio al productor de carne de porcino y a un retardo de la variable de oferta de carne de cerdo en ambas circunstancias. También se determinó que no existe una marcada incidencia del ingreso disponible con respecto a la demanda de carne de cerdo, puesto que las elasticidades al corto plazo no son significativas. Los precios al consumidor por su parte, muestra una demanda relativamente inelástica hasta mediados de los noventa, sin embargo con más tendencia a uno durante la segunda mitad de los noventa hasta el

año 2005. Esto demuestra que en los últimos años la dependencia de la demanda de carne de cerdo con respecto a su precio fue significativa (Díaz et al, 2008).

La concentración de mercado implica una disponibilidad para la adquisición de poder de mercado, esto es posible ya que frente a la escasez de bienes sustitutos la demanda de dicho bien tiende a ser inelástica y el ofertante puede aprovechar relativamente con mayor facilidad el excedente del consumidor. La relación directamente proporcional entre la concentración de mercado y el nivel de precios muestra la capacidad que tiene una firma o grupo de firmas para adquirir poder de mercado, conforme a ello González & Gómez (2007) en su investigación: “La relación entre los precios de los alimentos y la concentración de los supermercados en Chile: evidencia de un modelo dinámico de panel y análisis de los impactos de las fusiones propuestas en la industria” se busca explicar las fluctuaciones del nivel de precios de un grupo de alimentos en relación a la concentración de mercado de los supermercados.

En primer lugar se calcula el coeficiente de Herfindahl-Hirschman para realizar la correlación entre la concentración de mercado y la incidencia en los niveles de precios de los alimentos. Se realiza un análisis de una canasta de alimentos en 24 ciudades de Chile, consecuentemente el modelo econométrico se fundamenta en un modelo dinámico de ajuste parcial de precios que se encuentra compuesto por la regresión lineal múltiple del precio de equilibrio en función de la concentración de mercado, de un efecto temporal, de un efecto fijo por cada ciudad, y del error aleatorio (González & Gómez, 2007). A la variable de efecto temporal que se encuentra estimada en el modelo estaría conformada por acontecimientos como: los costos de transporte y abastecimiento, el tamaño del mercado, nivel de los salarios y el precio del suelo.

Los resultados encontrados indicaron que los precios de los mercados regionales se vieron afectados por los niveles de concentración de mercado a nivel local. Conforme a ello, se ha observado la causalidad del motivo por el cual ciertos mercados locales presentan altos niveles de concentración. También ha sido posible identificar las causas de la caída en los precios las cuales bien podría ser el incremento de la competencia que genera la entrada de un mercado nuevo más que la existencia de una

marca, lo cual brinda la precaución del decrecimiento de la cantidad de competidores en el sector derivada de las fusiones dentro de la industria.

Tampoco se ha encontrado evidencia de que el ingreso de nuevas empresas y la diversificación de supermercados sean atraídas por los altos precios en la posterioridad, al menos dentro del transcurso de dos años. El modelo logra predecir un incremento de al menos un 0,4% en los precios de bienes alimenticios, sin embargo, debido a las características demográficas de la ciudad de Santiago es probable que el modelo no refleje acertadamente el impacto que poseen las fusiones dentro del mercado relevante, siendo que este es considerablemente inferior en tamaño a la población de Santiago.

Por otro lado, la existencia de concentración en el mercado no necesariamente implica la presencia de poder de mercado, el buen desempeño o la eficiencia productiva de ciertas organizaciones puede generar concentración sin la necesidad de que existan acciones premeditadas colusorias por parte de las firmas; esto implica incluso que factores externos puedan limitar el desarrollo de las capacidades que una empresa pueda adquirir para poder controlar el mercado. Conforme a ello Navarro, Ocampo & Saumeth (2013) en su estudio: “Concentración y precios en el mercado mundial de aceite de Palma 1985-2005” tratan de relacionar de manera empírica los niveles de concentración de mercado y el poder de monopolio en el mercado de aceite de Palma a nivel internacional. Actualmente las investigaciones en cuanto a la metodología y a la teoría económica se refiere, se han centrado en el estudio de los componentes del mercado de aceite de palma de manera autónoma, pero la estructura de este mercado ha sido poco explorada (Navarro, Ocampo, & Saumeth, 2013), puesto que el conocer la estructura de este mercado determinará un punto de partida para el establecimiento de estrategias de competitividad en el sector.

La investigación plantea la realización de un análisis correlacional, es decir una estructuración de una relación de causalidad entre la concentración y los precios en el mercado internacional del aceite de palma a través de un análisis de regresión durante el período 1985-2005. Para medir los niveles de concentración se adoptaron múltiples herramientas de cuantificación como el índice de concentración absoluta, índice de

concentración de las mayores empresas, índice de entropía, Herfindahl y Hirschman (IHH) y el índice de Dominación. Puesto que el índice de Herfindahl y Hirschman es el indicador más utilizado en el contexto económico y jurídico para medir la concentración de mercado se hará uso de este para la investigación (Navarro et al, 2013).

El estudio concluye que el mercado mundial de aceite de palma, definitivamente se encuentra altamente concentrado que tiene a asemejarse a un monopolio. También se observó ha disminuido desde el comienzo del período analizado debido a que Malasia procedió a compartir el control del mercado con Indonesia. Además se encontró que los precios internacionales dependen relativamente en mayor cuantía de la concentración en el exterior (cantidades exportadas) que en el mercado mundial (producción nacional) y aunque tal relación se considera alta el ejercicio de poder de mercado permanece bajo debido principalmente la facilidad de sustitución del aceite de palma por otros de origen diferente, además de que no existen barreras de mercado. Una de los principales hallazgos es que un mercado concentrado no necesariamente implica la posibilidad de ejercer poder de mercado, puesto que se observa la presencia de un mercado disputable, que describe a un sector concentrado en el cual no necesariamente se puede ejercer las ventajas que esta circunstancia amerita debido a la considerable amenaza de entrantes es considerable. Conforme a ello, la facilidad para entrar al mercado pudo haber provocado que la relación entre concentración y precios no sea considerable (Navarro, Ocampo, & Saumeth, 2013).

Consiguientemente Herrera (2011) en su artículo: “El poder de mercado, visto de la perspectiva del proceso de descubrimiento de mercado” aborda el panorama en el cual en un mercado concentrado no necesariamente implica la existencia de poder de mercado ejercido por parte de las firmas, el principal objetivo de la investigación es dar respuesta al cuestionamiento de cómo se genera el poder de mercado y cuáles son las implicaciones de su existencia en el entorno económico (Herrera, 2012). Específicamente la principal duda del trabajo investigativo es si una empresa que posea poder de mercado se encuentre en la posibilidad de perturbar su comportamiento para obtener el máximo beneficio a costas del consumidor.

Se analiza la posibilidad del accionar de la implantación de precios de monopolio en el libre mercado, para ello se realiza un estudio de la presencia de los recursos monopólicos que puedan considerar riesgos considerables. Finalmente se compara la existencia de ganancias de mercado imperfecto por medio del proceso emprendedor de manera que se pueda llegar a conocer cómo el proceso emprendedor puede llegar a ser concentrado y pueda adquirir poder de mercado (Herrera, 2012). Finalmente se asimila la presencia de barreras económicas y legales de entrada en el mercado analizado.

El autor llegó a determinar que la particularidad del recurso no deriva estrictamente del mismo y se encuentra relacionado estrictamente a las preferencias de los consumidores el cual exige un proceso de emprendimiento para su desarrollo. Se concluyó que el valor de un bien es irrelevante si su producción se logró en circunstancias de monopolio o de competencia perfecta, puesto a que este solamente depende de las preferencias del individuo y del stock accesible, dado que las empresas que gozan de poder de mercado se caracterizan por tener la capacidad de obtener réditos por encima del equilibrio en el mercado, lo cual es la misma característica que obtiene el emprendedor al desempeñarse con éxito en el mercado; se puede decir que un emprendimiento puede adquirir poder de mercado. Finalmente, se logró concluir que el ser el principal oferente de un determinado producto no implica el ejercer poder de monopolio puesto que relativamente existe la condición de sustitución de un bien determinado por otro con similares características (Herrera, 2012).

Peña (2001) en su trabajo de investigación: “Qué tan poderosas son las aerolíneas colombianas?. Estimación del poder de mercado en las rutas nacionales” con el objetivo de establecer si las aerolíneas en Colombia incurren en acciones de control de poder de mercado cobrando precios elevados con respecto al precio de competencia perfecta. Se plantea la necesidad de conocer la posibilidad de existencia de un riesgo de concentración de mercado, así como la presencia de actos colusorios que frente a la ausencia de economías de escala que conciben rendimientos crecientes, la competencia perfecta es indispensable para mantener la equidad competitiva en el mercado aeronáutico colombiano; conforme a ello de existir economías de escala sería pertinente aprovecharlas con la regulación pertinente.

En este trabajo se utiliza la metodología Bresnahan-Lau para determinar la presencia de mark-up en las rutas nacionales durante el período comprendido desde el año 1992 al año 2000 (Peña, 2001). Se toman como puntos de análisis cuatro rutas nacionales a través de datos trimestrales durante el período 1992-2000, las cuales fueron: Bogotá – Medellín, Bogotá – Barranquilla, Bogotá – Cali y Bogotá – Cartagena, siendo que estas poseen una gran afluencia de pasajeros (Peña, 2001). Se busca determinar el poder de mercado por medio de la estimación de la relación entre la oferta de las firmas y la demanda del mercado de las rutas comerciales de las aerolíneas colombianas, para lo cual también se propone el análisis del comportamiento de las aerolíneas teniendo en cuenta dos aspectos: el primero consiste en que los costos marginales deben estar por debajo de los costos medios, y la segunda consiste según Peña (2001) en que exista supraditividad de costos, es decir que el producir la totalidad del producto sea más barato para una sola de las firmas.

La autora concluyó que las empresas poseen poder de mercado en la muestra sometida a estudio, lo cual implica la presencia de mark-up, lo que muestra que las aerolíneas generan beneficios superiores a los costos. Esto responde a una estrategia basada en el incremento del precio de las tarifas con el objetivo de incrementar su competitividad en el mercado exterior. Una mayor ocupación de las rutas internacionales deriva en la presencia de poder de mercado en las rutas nacionales y la ausencia de la misma en la ruta Bogotá-Miami, que de igual manera tiende a ser consistente con la posibilidad de cobrar tarifas más cercanas a los costos del servicio. Según estándares internacionales el sector presenta concentración de mercado, sin embargo se evidencia que la concentración en un sector no deriva en la posibilidad de ejercer poder de mercado, siendo que las características de la tecnología hub and spoke generan concentración e incrementan las barreras de entrada.

Abordando una de las causas vinculadas a la posibilidad de ejercer poder de mercado puede verse representada por el nivel de apertura que tiene un determinado sector hacia el exterior, esto es que si un sector es considerablemente abierto al comercio exterior, la capacidad de ejercer poder de mercado de las firmas locales se ve limitada, a pesar de poseer una importante cuota de mercado. Es así que Tung, Lin & Wang (2010) en su artículo: “The market structure, conduct and performance paradigm re-applied to

the international tourist hotel industry” busca abordar los problemas y efectos de la estructura de mercado a través de un modelo de conducta – desempeño mediante el uso de un modelo econométrico. La demanda potencial de hoteles se ha incrementado considerablemente durante los últimos diez años, además de que durante este período el gobierno de Taiwán mejoró la industria turística, situando a Taiwán como el principal destino turístico de la región, motivo por el cual el sector hotelero supone el núcleo de la industria turística del lugar (Tung et al, 2010).

Tung et al (2010) realizaron un modelo de estructura, conducta, desempeño del sector hotelero basado en un sistema de tres ecuaciones simultáneas que describen el comportamiento de la cuota de mercado, publicidad y rentabilidad del sector a través de una muestra de 360 hoteles internacionales de turismo desde el año 1995 hasta el año 2006. Se procedió a realizar un análisis de las ecuaciones a través de un modelo de Mínimos Cuadrados en tres etapas considerando la existencia de una relación bidireccional entre el comportamiento estratégico y la estructura de mercado y de las variables anteriormente descritas entre sí.

La investigación concluyó que existe una relación bidireccional entre la estructura de mercado y el comportamiento estratégico; particularmente, se identificó una relación directamente proporcional entre la cuota de mercado y la publicidad, mientras que se registró una relación inversamente proporcional en sentido contrario. Un hotel con gran concentración de mercado es suficientemente capaz de sostener una amplia campaña publicitaria, mientras que el incurrir en altos costos en publicidad por cualquier hotel generará una ventaja en cuanto a cuota de mercado inesperada debido a las características propias del monopolio turístico taiwanés. Una marca internacionalmente reconocida goza de una considerable cuota de mercado. Por otro lado, un bajo nivel de cuota de mercado revela una relativa facilidad de entrada en el mercado, es decir que el valor de la marca es un importante factor que determina la competitividad dentro de un mercado. En cuanto a gastos en publicidad se refiere la investigación muestra que los hoteles de cinco estrellas construyen sus diferencias a través de la publicidad más que los hoteles que no son de cinco estrellas, lo que permite alcanzar una mayor cuota de mercado (Tung et al , 2010).

Moreno (2012) en su investigación: “El Sector cervecero español en el siglo XX. Una visión desde adentro: El Alcázar” explica que pocos han sido los estudios dirigidos al desarrollo de grupos oligopólicos en España, se han realizado análisis particulares de empresas individuales pero se ha descuidado el sector cervecero en su conjunto, por lo que se ve la necesidad de explorar este sector desde una perspectiva interna (Moreno, 2012). El presente autor busca dar una visión del comportamiento del sector cervecero español desde una perspectiva histórica teniendo en cuenta la necesidad de mostrar el desarrollo del sector a través del tiempo y cómo la cervecera El Alcázar se constituyó en una de las empresas más importantes que controlan la oferta en el mercado de cerveza a la par de 6 grupos cerveceros.

Para efecto de la investigación se han establecido Memorias, actas del consejo de administración y las actas de la junta general de accionistas de El Alcázar, S.A. como fuentes de información para establecer asociaciones y tener un mayor conocimiento del sector y el desenvolvimiento de la empresa en este contexto (Moreno, 2012). De esta manera se pueden hacer asociaciones de las decisiones administrativas con el control del mercado, así como del análisis de los diferentes acontecimientos que afianzaron la cuota de mercado de la empresa.

Mediante el uso de las fuentes mencionadas, se observó que especialmente desde 1963 hasta 1992 la persona que ocupa la dirección general de esta empresa, fue desde 1982 hasta 1994 presidente de la Asociación Nacional de Cerveceros (Moreno, 2012). De igual manera el autor concluye que en el primer tercio del siglo xx la evolución de la cerveza en España es bastante lenta. Por aquel entonces, entre las características definitorias del sector destacaban: a) localización en cuanto a fabricación y consumo en zonas de concentración urbana importante; b) consumo no generalizado entre la población (la bebida popular era el vino, como en el resto de países latinos), y también concluye que en la década de 1990 se produjo un relativo estancamiento del sector, favorecido por la crisis económica y por el menor consumo en hostelería, que el mayor consumo domiciliario no fue capaz de compensar. Probablemente, efecto de esta situación, el proceso de concentración empresarial ha seguido evolucionando hasta nuestros días, dando lugar a un oligopolio muy pronunciado, en el que la producción

de cerveza en España se lleva a cabo únicamente por 6 grupos, entre los que solo 3 suponen el 92% del mercado total (Moreno, 2012).

El comportamiento del sector manufacturero es impredecible y puede acoplarse de múltiples escenarios conforme al contexto en el cual se desenvuelve. Sin embargo, los procesos de liberación comercial pueden limitar las expansiones de las firmas locales en el plano interno de la economía, mientras que ciertos sectores pueden verse poco propensos a la incursión de productos extranjeros en el mercado interno de un país. En su trabajo de investigación Chakraborty & Barua (2012) titulado: “Entry, Competitiveness and Exports: Evidence from the Indian Firm Data” buscan evaluar los efectos de la concesión de licencias industriales y del establecimiento de reformas impuestas por la Organización Mundial de Comercio (OMC) durante el año 1995 para la competitividad interna y los rendimientos de exportación para el período posterior al año 1991.

En la investigación se desarrolla un método econométrico para la estimación del volumen de producción en función de los costos marginales y se estructura una regresión basada en la función inversa de la demanda con respecto al precio del mercado en la industria manufacturera de la India. Se utilizaron información secundaria a nivel de empresa para 14 sectores durante el período 1990-2008 (Chakraborty & Barua, 2012). Se estructuró una función de los costos marginales con respecto al volumen de ventas de la cual se obtuvo su función inversa para estructurar el modelo de regresión.

La investigación concluyó que las liberaciones tanto externas como internas desencadenaron un incremento en la cantidad de firmas en el mercado, mientras que por otro lado, se pudo observar una caída en los índices de concentración de mercado de las firmas sin comprometer la posición de las firmas dominantes. Se observaron ciertas diferencias en el comportamiento entre los sectores analizados como por ejemplo, el sector electrónico es fuertemente dependiente de las exportaciones, mientras que el sector automotriz depende más de la captura del mercado interno. Por otro lado, la reducción de la concentración de mercado también se asocia a un incremento del margen precio-costos en todas las industrias. En tercer lugar, la

elasticidad de la demanda es menor que la unidad en su punto de equilibrio (Chakraborty & Barua, 2012).

El comercio internacional es un aspecto muy importante a tratar en cuanto a la estructura de mercado se refiere. La disponibilidad de productos más competitivos en cuanto a precios y a calidad es cada vez más creciente y hace que estos puedan ser fácilmente adquiridos desde el exterior, incrementando cada vez más no solo la factibilidad de sustitución de un determinado bien o marca, sino también las limitaciones de las firmas locales que relativamente son concentradas a ejercer poder de mercado. Abdel-Raouf (2009) en su artículo: “How Competitive is the US Manufacturing Sector?” evalúa la estructura del mercado de la industria manufacturera estadounidense con el afán de mostrar la importancia de las implicaciones de la concentración de mercado en la economía norteamericana. Puesto que las actividades antitrust han tenido diversos cambios a lo largo del tiempo en los Estados Unidos el autor busca explorar el contexto en el cual se desenvuelve la industria manufacturera y si esta es mas o menos competitiva en el mercado.

En el trabajo de investigación se plantea la utilización del índice de concentración a cuatro firmas debido a la existencia de deficiencias en las mediciones de la estructura de mercado, para lo cual se incurrió en métodos de corrección para dichas mediciones. Cuatro tipos de correcciones fueron utilizadas para tratar la sobreagregación, la subagregación, la localidad del mercado y el comercio internacional. Consecuentemente se procedió a utilizar el índice de concentración modificado conjuntamente otros criterios mediante los cuales se pueda determinar la estructura del sector manufacturero estadounidense (Abdel-Raouf, 2009). Posterior a ello se procedió a realizar una comparación del índice de concentración publicado y corregido con el objetivo de apreciar cuán parecidas son las estimaciones antes mencionadas con respecto a las correcciones.

La investigación concluyó que el 58% de todas las industrias manufactureras de los Estados Unidos son competitivas, el 17,5% conforman un ligero oligopolio y el 24,5% son fuertes oligopolios, además de que no se registró a ninguna industria que opere bajo un monopolio. La industria manufacturera se volvió más competitiva en 1997 que

en 1982, es decir que la estructura competitiva creció del 69% en 1980 al 75,5% para 1997 mientras que los fuertes oligopolios decreció del 31% al 24,5% durante el mismo periodo. Por otro lado, se concluyó que el comercio internacional desempeña un importante papel en el mantenimiento de la competitividad dentro de la industria manufacturera de los Estados Unidos. Por medio del índice de concentración corregido se observó un incremento de la competitividad del 44,1% al 58% mientras que se observó un decrecimiento del ligero y fuerte oligopolio del 27% y 28,9% a un 17,5% y a un 24,5% respectivamente. Finalmente, se registraron cinco subsectores manufactureros: fabricación de prendas de vestir, cuero y productos afines, informática, fabricación de productos electrónicos, fabricación de maquinaria y el transporte se encuentran fuertemente influenciados por el comercio internacional (Abdel-Raouf, 2009).

La competitividad de la producción interna es un problema de implicaciones muy diversas tanto para las pequeñas, medianas y grandes empresas, siendo que cada característica estructura y desempeño es propia de cada categoría de empresas. Fukao, Ikeuchi, Kim, Ug Kwon, & Makino (2016) en su trabajo de investigación: “International Competitiveness: A Comparison of the Manufacturing Sectors in Korea and Japan” tratan de examinar los cambios en cuanto a competitividad en Korea y Japón. El sector manufacturero japonés ha sufrido un deterioro continuo durante dos décadas, especialmente originado por la apreciación de la divisa y el decrecimiento de la Productividad Total de los Factores (TFP), motivo por el cual es imperativo conocer cómo se desarrollan las implicaciones de los efectos cambiarios entorno a la productividad interna de un país.

En la investigación se realizó una compilación de datos referentes a la Productividad Total de los Factores y de los factores de costos por tamaño de la empresa e industria. Se realizó un estudio de los cambios experimentados en Corea y Japón con respecto a los niveles de competitividad de las industrias en los dos países. Se realizó una descomposición de los cambios intertemporales conforme a la competitividad de las firmas de los dos países basándose en los cambios en los precios, diferencias en el crecimiento del TFP, cambios en los precios de intermediación de compra y cambios en los tipos de cambio reales (Fukao et al , 2016).

La investigación concluyó que durante el período 1994 – 2010 los trabajadores experimentaron una duplicación del salario real. Sin embargo, la competitividad de las empresas Coreanas con respecto a las empresas japonesas no experimentaron ningún efecto negativo. Se observó que las pequeñas y medianas empresas coreanas incrementaron su competitividad en una mayor proporción que sus contrapartes japonesas. En Corea las pequeñas y medianas empresas registraron más altas tasas de crecimiento del TFP que las grandes empresas. Finalmente se pudo apreciar que una considerable apreciación del tipo de cambio ha desplomado la competitividad obtenida por el incremento de TFP logrado durante varios años (Fukao et al , 2016).

El estudio: “Análisis de la competencia en la industria cementera en México” de autoría de Javier de la Garza y Julio César Arteaga de la Facultad de Economía de la Universidad Autónoma de Nuevo León muestra que: “Más del 30% del gasto en los hogares en México se destina a mercados con problemas relacionados con la competencia y, en estos mercados, los consumidores gastan aproximadamente 40% más de lo que gastarían si existieran condiciones más competitivas” (De la Garza & Arteaga, 2011). El ejercicio del poder de mercado constituye una pérdida para el bienestar social ya que a través de la colusión los entes económicos ofertantes de bienes tratan de explotar al máximo el excedente del consumidor, razón por la cual estos autores analizan la competencia en la industria cementera en México. En el estudio se busca comprobar la hipótesis de que la presencia de CEMEX que es la empresa líder en el mercado mexicano en cuanto a la producción de cemento, influye en la competencia entre las seis empresas que componen la industria cementera en México, por lo que a través de datos mensuales para el periodo 2005– 2007, se pone a prueba que la competencia es de tipo Stackelberg (De la Garza & Arteaga, 2011).

El análisis del oligopolio del cemento en México trata de relacionar el índice del precio del cemento en función de la producción total del bien, el índice global de actividad económica y del índice del precio del yeso. Haciendo referencia a los autores: “se supone una función de costos del tipo transcendental-logarítmica (translog) debido a que tiene una gran flexibilidad y puede ser una aproximación” (De la Garza & Arteaga, 2011). A partir de estas dos formulaciones econométricas se busca plantear si existe

competencia perfecta, si las empresas han realizado alguna acción de colusión entre ellas y si estas han adoptado una competencia del tipo Cournot o Stackelberg.

Los resultados de este trabajo indicaron que la competencia es de tipo Stackelberg, figurando a CEMEX como la empresa que toma decisiones estratégicas antes que sus competidores. Sin embargo, tampoco se puede descartar que las decisiones de las empresas cementeras se tomen conjuntamente (competencia a la Cournot). De cualquier manera, con base en los resultados de esta investigación, se pudo afirmar que las empresas de la industria cementera en México ejercen poder de mercado. De igual manera los resultados derivados de este tipo de metodologías pueden contribuir como evidencia indirecta en caso de que las empresas de alguna industria lleven a cabo prácticas anticompetitivas, específicamente la coordinación en la toma de decisiones (De la Garza & Arteaga, 2011).

Mediante el estudio “Consumo de carne en el sur de Chile y su relación con las características sociodemográficas de los consumidores” se muestra cómo los hábitos de consumo suponen un importante determinante para el comportamiento y la toma de decisiones que toman las empresas en el mercado, es así que las características sociodemográficas de los consumidores muestran diferencias específicas en las tendencias de consumo. Un estudio realizado en Chile acerca de los hábitos de consumo de carne en dos zonas del país, busca determinar diferencias en los hábitos de consumo de los principales tipos de carne disponibles en Chile, relacionadas con características sociodemográficas de consumidores de las Regiones del Bio-Bio y La Araucanía (Schnettler, Silva, & Sepúlveda, 2008).

Para poder llevar a cabo el estudio de los hábitos de consumo de carne y poder identificar las diferencias entre el comportamiento del consumidor los investigadores optaron por realizar una encuesta personal a una muestra de 386 personas de la Región del Bio-Bio y 384 personas de la Región de La Araucanía (Chile), cuyo número se obtuvo a través de un muestreo probabilístico con un nivel de confianza del 95% y un error de estimación del 5%. Las encuestas fueron realizadas en ciudades con más de 100.000 habitantes de cada región. Como instrumento de recogida de información se utilizó un cuestionario con una pregunta cerrada sobre el consumo en el hogar de los

principales tipos de carne demandados en Chile: vacuno, cerdo, pollo, cordero y pavo (Schnettler, Silva, & Sepúlveda, 2008).

La investigación concluyó que: la carne consumida por el mayor número de encuestados fue la carne de vacuno y pollo con cifras cercanas al 100%, seguidas por pavo y cerdo con proporciones cercanas al 80%, mientras que la carne de cordero fue la que presentó el menor porcentaje de consumo (61,1%). El consumo de carne de vacuno fue diferente dependiendo de la región de domicilio, edad y GSE del comprador. Estas se debieron a que la proporción de personas que consume carne de vacuno perteneciente a La Araucanía fue mayor a la esperada y se observó el caso contrario en Bio-Bio. Según la edad, fue menor a lo esperado la cifra de personas mayores de 55 años que declaró consumir esta carne (94,2%), mientras que las diferencias según el GSE correspondieron a la menor proporción de personas del grupo que indicó consumir carne de vacuno (75,0%). Se observaron diferencias significativas en la frecuencia de consumo de carne de cerdo según la región de residencia, edad, tamaño y edad de los miembros del grupo familiar y ocupación (Schnettler, Silva, & Sepúlveda, 2008).

Tabla 10. Cuadro resumen de la bibliografía.

Autores y año de publicación	Metodología	Muestra	Período estudiado	Principales conclusiones o aportaciones
Useche & Fernández. 2008	Índice de concentración de Herfindahl-Hirschman (IHH).	<ul style="list-style-type: none"> - Siete empresas operadoras de telefonía fija. - Total de subscriptores por operadora. 	2004 – 2007	<ul style="list-style-type: none"> - Presencia de alta concentración de mercado. - La concentración ha generado poder de mercado.
Torres & Gutiérrez 2009	<ul style="list-style-type: none"> - Índice de concentración de Herfindahl-Hirschman (IHH). - Elasticidad precio de la demanda E(qp). 	<ul style="list-style-type: none"> - 480 empresas farmacéuticas. 	2002 – 2005	<ul style="list-style-type: none"> - Existencia de un oligopolio. - Existe poder de mercado. - El mercado posee una demanda inelástica.
Rezitis & Kalantzi 2011	<ul style="list-style-type: none"> - Modelo de regresión lineal del incremento del valor agregado por unidad de capital en función de la tasa de crecimiento de los gastos de mano de obra por unidad de capital ponderado. - Modelo de regresión lineal del incremento del valor agregado por unidad de capital en función del margen de utilidad de cada sector y de una variable dicótoma sectorial. - Modelo de regresión lineal del incremento del valor agregado por unidad de capital en función del margen de utilidad de cada sector y de una variable dicótoma temporal. 	<ul style="list-style-type: none"> - Industria manufacturera de Grecia. 	1984 – 2007	<ul style="list-style-type: none"> - El sector manufacturero de Grecia se desenvuelve en un contexto de competencia imperfecta. - La industria de Coca cola, de productos derivados del petróleo y de energía nuclear registran altos márgenes de rentabilidad en función de una limitada cantidad de firmas. - El sector de equipamiento de transporte registra el más bajo nivel de rentabilidad conjuntamente con un bajo nivel de competitividad y altos porcentajes de importaciones.
Obara, McConell & Dyck 2010	<ul style="list-style-type: none"> - Regresión lineal del gasto en consumo de carne en función de los precios y las cantidades a través de un modelo de Mínimos Cuadrados en tres etapas. 	<ul style="list-style-type: none"> - El mercado de carne en Japón. 	1995 - 2010	<ul style="list-style-type: none"> - La demanda de carne en el Japón fue la más baja a niveles históricos. - El japonés consume más cuando sus ingresos son altos y cuando los precios son bajos. - Se estima un incremento del ingreso y del consumo de carne para el año 2010 en adelante.

<p>Gonzalez, Romero & Tamer 2012</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Índice de concentración de Herfindahl-Hirschman (IHH). - Inversa del Índice de Herfindahl-Hirschman (IHH). - Regresión Simple - Mínimos Cuadrados Ordinarios. 	<ul style="list-style-type: none"> - La producción petrolera de México, Canadá, EEUU, Centro y Sudamérica. 	<p>1990 – 2010</p>	<ul style="list-style-type: none"> - El mercado de producción petrolera es concentrado por los EEUU. - México ha perdido participación en el mercado de producción petrolera. - La producción de petróleo extranjera incide en el poder de mercado de México.
<p>González & Rosero 2011</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Enfoque Estructura-Conducta-Desempeño (ECD). - Índice de concentración de Herfindahl-Hirschman (IHH). 	<ul style="list-style-type: none"> - Trece encuestas dirigidas a las Pymes confiteras en la ciudad de Cali. - Diez empresas más importantes en el sector de producción de confites en Colombia. 	<p>2002 – 2010</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La industria de confitería en Cali se encuentra fuertemente concentrada. - La disponibilidad y el precio del azúcar no influye en el la producción ni en el precio de confites en Cali.
<p>Wang 2011</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Modelo de elección de marca. - Modelo de selección de probabilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Siete países; dos países europeos y cinco países asiáticos. 	<p>2011</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La calidad es la prioridad a tomar en cuenta por los consumidores. - El precio es el segundo aspecto a tomar en cuenta por los consumidores. - La conciencia es el tercer aspecto a tomar en cuenta por el consumidor.
<p>Torres 2012</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Modelo de regresión lineal del Margen Neto (MNETO) en función del nivel de concentración industrial (CR). - Enfoque Estructura-Conducta-Desempeño (ECD). 	<ul style="list-style-type: none"> - Cuatro principales empresas de cada uno de los 27 sectores económicos existentes en la economía de México. 	<p>1994 – 2001</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Presencia de un alto grado de concentración en el mercado mexicano. - Incremento del nivel de concentración de mercado en la economía mexicana. - Influencia de la concentración sobre el poder de mercado. - Presencia de colusión. - La actividad bursátil no ha contribuido al financiamiento de las empresas.

Díaz, Reyes & Moral 2007	- Modelo econométrico de ecuaciones simultáneas.	- Cantidad ofertada de carne de cerdo en México. - Volumen de demanda de carne de cerdo en México.	1980 – 2005	- La oferta de carne de cerdo no se ve afectada por el tipo de cambio real. - Al corto plazo la oferta es inelástica. - El factor de mayor influencia en la oferta de carne de cerdo es el precio al productor. - Reducida incidencia del nivel de ingreso en la demanda de carne de cerdo. - La demanda de carne de cerdo es inelástica. - Fuerte dependencia de la demanda de carne de cerdo en función de la demanda de carne de res.
González & Gómez 2007	- Índice de concentración de Herfindahl-Hirschman (IHH). - Regresiones Precio-Concentración. - Modelo de regresión lineal múltiple.	- Precio de una canasta de alimentos en 24 ciudades de Chile.	2007	- La concentración de mercado incide en los precios del sector. - La baja en los precios podría ser generado por el incremento de la competencia o entrada de supermercados.
Navarro, Ocampo & Saumeth 2013	- Índice de concentración de Herfindahl-Hirschman (IHH). - Índice de dominancia. - Análisis correlacional.	- Producción mundial de aceite de palma.	1985 – 2005	- El mercado mundial de aceite de palma es altamente concentrado. - El poder de mercado se mantiene bajo. - La alta concentración no necesariamente implica poder de mercado.
Herrera 2012	- Estudio de la presencia de los recursos monopólicos. - Comparación de la existencia de ganancias de mercado imperfecto. - Seguimiento de la doctrina de Rothbard. - Análisis de barreras legales de ingreso al mercado.	- No determinado.	2012	- El valor del bien es independiente de si su gestión se hace o no en monopolio. - Ser el único vendedor de un determinado bien no implica que haya poder de monopolio.
Peña 2001	- Metodología Bresnahan-Lau. - Estimación de la relación entre la oferta de las firmas y la demanda del mercado de las rutas comerciales de las aerolíneas colombianas.	- Rutas de aerolíneas: Bogotá – Medellín, Bogotá – Barranquilla, Bogotá – Cali y Bogotá – Cartagena.	1992 – 2000	- Las firmas ejercen poder de mercado. - Las firmas cobran precios superiores a los costos de operación. - El mercado se encuentra concentrado. - La concentración en un mercado no necesariamente implica el ejercicio de poder de mercado.

Tung, Lin & Wang 2010	<ul style="list-style-type: none"> - Función de regresión de la cuota de mercado. - Función de regresión de la publicidad. - Función de regresión de la rentabilidad. - Modelo de Mínimos Cuadrados en tres etapas. 	- 360 hoteles turísticos de Taiwán.	2006 – 2010	<ul style="list-style-type: none"> - Un bajo nivel de concentración implica una baja dificultad de entrada en el mercado. - Un hotel con gran cuota de mercado tiende a realizar una fuerte campaña de publicidad. - La clase del hotel incide en el gasto en publicidad de los hoteles.
Moreno 2012	- Análisis descriptivo basado en las Memorias Administrativas (MA), actas del consejo de administración (ACAA) y las actas de la junta general de accionistas (AJGAA) de la empresa el Alcázar.	- Cervecería El Alcázar.	Siglo XX	<ul style="list-style-type: none"> - El estancamiento del sector y la crisis económica ha favorecido la concentración de este sector. - La producción de cerveza en España es llevado a cabo por 6 grupos empresariales entre los cuales tres suponen el 92% del mercado total.
Barua & Chakraborty 2011	<ul style="list-style-type: none"> - Estimación del volumen de producción en función de los costos Marginales a través de Mínimos Cuadrados Ordinarios. - Modelo de regresión lineal de la función inversa de la demanda en relación al precio del mercado de la industria manufacturera de la India. 	- 14 sectores de la industria manufacturera de la India.	1990 - 2008	<ul style="list-style-type: none"> - Procesos de liberalización a nivel externo o interno provocan bajos niveles de concentración de mercado. - El sector electrónico depende ampliamente de las exportaciones. - El sector automotriz depende de la captura del mercado interno. - Altos márgenes en cuanto a precio-costo son asociados a bajos niveles de concentración de mercado debido al riesgo de entrada y a la eficiencia de las firmas.
Abdel-Raouf 2009	<ul style="list-style-type: none"> - Índice de concentración a cuatro firmas (CR₄). - Índice de concentración corregido a cuatro firmas. - Índice de concentración promedio ponderado a cuatro firmas. - Coeficiente de correlación entre el índice de concentración a cuatro firmas y su análogo corregido. 	- 474 industrias manufactureras de los Estados Unidos.	1997 - 2008	<ul style="list-style-type: none"> - El comercio internacional desempeña un importante papel en la competitividad de la Industria manufacturera. - Cinco subsectores son ampliamente influenciados por el comercio internacional.
Fukao et al. 2016	<ul style="list-style-type: none"> - Medición de los cambios en la competitividad de la industria manufacturera en función del volumen de ventas. - Comparación de la industria manufacturera de Corea y Japón. 	- Industria manufacturera de Corea y Japón.	1994 - 2010	<ul style="list-style-type: none"> - Existen altos niveles en cuanto a las tasas de crecimiento de la Productividad Total de los Factores (TFP). - Las pequeñas y medianas empresas Coreanas registraron altas tasas de crecimiento del TFP.

				<ul style="list-style-type: none"> - Una apreciación del tipo de cambio desploma la competitividad obtenida a través del crecimiento del TFP. - Las diferencias salariales en los grupos empresariales en cuanto a tamaño son menores en Japón que en Corea. - Las pequeñas y medianas empresas japonesas poseen mayor competitividad que las grandes empresas coreanas. - La competitividad de las empresas coreanas puede ser deteriorada fácilmente por el tipo de cambio.
De la Garza & Arteaga 2011	<ul style="list-style-type: none"> - Relación del precio del cemento en función de la producción total, el índice global de actividad y el precio del yeso. - Mínimos cuadrados en tres etapas. - Función de costos trascendental - logarítmica (translog). 	<ul style="list-style-type: none"> - Seis empresas cementeras mexicanas: Cementos Mexicanos (CEMEX), Holcim Apasco, Cementos y Concretos Nacionales (CYCNA), Cementos Moctezuma, Grupo Cementos de Chihuahua (GCC) y Lafarge Cementos. 	2005 – 2007	<ul style="list-style-type: none"> - La industria cementera de México ejerce poder de mercado. - La competencia es de tipo Stackelberg, CEMEX toma las decisiones antes que sus competidores. - Existe la posibilidad de que las empresas tomen las decisiones conjuntamente (competencia a la Cournot).
Schnettler, Silva, & Sepúlveda 2008	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis descriptivo del comportamiento del consumidor. - Cuestionario con una pregunta cerrada sobre el consumo en el hogar de los principales tipos de carne demandados en Chile: vacuno, cerdo, pollo, cordero y pavo. 	<ul style="list-style-type: none"> - 386 personas de la Región del Bio-Bio y 384 personas de la Región de La Araucanía (Chile). 	2007	<ul style="list-style-type: none"> - La carne de mayor consumo es la de vacuno. - El consumo de carne de vacuno varía de acuerdo a la región. - Se presentan frecuencias significativas en cuanto a la frecuencia de consumo según la región de residencia, edad, tamaño y edad de los miembros del grupo familiar.

Fuente: Biblioteca virtual EBSCO, Proquest, Scopus y Springer.

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

2.2 HIPÓTESIS.

Para la realización del presente trabajo de investigación se plantean cuatro hipótesis que describen el comportamiento del sector de actividad económica analizado, y que serán comprobadas en el Capítulo IV del presente documento.

H1: El sector de fabricación de colchones es concentrado.

H0₁: El sector de fabricación de colchones no es concentrado.

H2: Existe presencia de colusión en el sector de fabricación de colchones.

H0₂: No existe presencia de colusión en el sector de fabricación de colchones.

H3: El grupo empresarial posee poder de mercado.

H0₃: El grupo empresarial no posee poder de mercado.

H4: El sector externo incide en la capacidad de poder de mercado del grupo empresarial nacional.

H0₄: El sector externo no incide en la capacidad de poder de mercado del grupo empresarial nacional.

CAPÍTULO III.

3 METODOLOGÍA.

Para el presente trabajo de investigación se obtuvo información secundaria de múltiples aspectos económicos tanto a nivel macroeconómico como microeconómico de los cuales destacan: ingresos, ventas, costo de ventas, activos fijos y patrimonio de todas las empresas activas que se encuentran bajo el control de la Superintendencia de Compañías del Ecuador dentro del sector de actividad económica C310005 y C310006 conforme al Clasificador Industrial Internacional Uniforme (CIIU) y las ventas totales del sector del CIIU C310005 otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI) de acuerdo a la Clasificación Nacional de Actividades Económicas establecido por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) debido a que las empresas dedicadas a la fabricación de colchones desarrollan sus actividades dentro de las actividades económicas conforme al código CIIU C310005 y C310006 al desarrollar actividades de apoyo a la fabricación de muebles y su acabado aparte de la elaboración de colchones. También se obtuvo información del Índice de Precios al Consumidor del Colchón a través del portal de información “Ecuador en cifras” publicado por el INEC e información empírica del valor del Ingreso promedio familiar publicado en la base de información estadística del banco Central del Ecuador (BCE). Finalmente se procedió a cuantificar el número de empresas que se dedican a la fabricación de colchones, información que fue obtenida a través de la base de datos del SRI.

En primera instancia se analizaron a las cuatro empresas activas más representativas en cuanto a ventas y a participación de mercado se refiere registradas por la Superintendencia de Compañías, las cuales son: Chaide y Chaide S.A., Comercial Industrial Cicla Cía. Ltda., Productos Paraíso S.A. y Resiflex – Duraflex S.A. Una de las firmas no presenta ventas durante su período de actividad, así como otra de las empresas no posee valores visibles en el informe que por obligación remite a la Superintendencia de Compañías; se ha desestimado la información de estas compañías por los motivos expuestos anteriormente, cabe recalcar que esta depuración no afectará al análisis investigativo puesto que el nivel de participación y ventas de estas empresas

es el mínimo observable, de modo que este aspecto formará parte del error de perturbación en el análisis econométrico.

Los datos de ventas, ingresos, costo de ventas, activos fijos y patrimonio de las firmas fueron obtenidas durante el período comprendido desde el año 2000 hasta el año 2014, que es la información más reciente otorgada por la base de datos de la Superintendencia de Compañías, salvo información de la empresa “Comercial Industrial Cicla Cía.” que solo registra información financiera desde el año 2007. La descripción temporal de estas variables se la realizará desde el año 2001 por los posibles efectos distorsionantes que pudo haber tenido la dolarización en los estados financieros y de resultados de las empresas estudiadas durante el año 2000.

En el análisis descriptivo de las variables expuestas anteriormente se mostrará su comportamiento a lo largo del tiempo con el objetivo de apreciar los niveles de inversión y de capitalización de las empresas, así como el incurrimento en costos y el nivel de ventas de las mismas, de manera que se pueda obtener un criterio consistente de qué acciones adoptan las empresas para concentrar el mercado en el cual se desenvuelven.

Para realizar el análisis del nivel de concentración de mercado fue necesario clasificar las ventas de las empresas sometidas a estudio de manera que se puedan reflejar tanto las ventas de las firmas así como las ventas del sector, por consiguiente, se procedió a obtener la ponderación o el porcentaje de participación del mercado de las empresas para posteriormente estimar el nivel de concentración que poseen las firmas a través del índice de Herfindahl-Hirschman, su proceso de cálculo se detallará a continuación. La muestra se encuentra conformada por cuatro observaciones de serie temporal desde el año 2011 al año 2014, esto debido a limitaciones encontradas en cuanto fuentes de información secundaria, ya que las fuentes oficiales de información estadística como el SRI ofrecen información desde el año 2011 en adelante lo cual limitó el proceso de depuración de datos.

Para determinar el comportamiento del Oligopolio se plantea estructurar dos modelos econométricos que serán procesados a través del software Gretl. Debido a que existen

solamente cuatro observaciones para determinar una regresión con tres regresoras y una regresada, se estimarán por separado los modelos propuestos y se procederá a realizar el test de especificación de Hausman con el objeto de establecer si estos modelos pueden estimarse por separado o si necesariamente deben tratarse como una sola regresión, de esta manera las dos relaciones estarán compuestas de la siguiente manera: La primera, estará formada por la Rentabilidad operacional en función del nivel de concentración expresado a través del índice de Hirschman – Herfindahl, mientras que la segunda relación se encontrará establecida a través de la Rentabilidad operacional en función del índice de precios al consumidor del producto colchón, establecido por el INEC. A continuación se describe econométricamente a los modelos de regresión lineal expuestos anteriormente:

$$Y = \alpha_0 + \alpha_1 Y_2 + u_1$$

Donde:

$Y =$ *Rentabilidad operacional*

$Y_2 =$ *Concentración de mercado*

$$Y = \beta_0 + \beta_1 Y_2 + \beta_2 X_1 + \beta_3 X_2 + u_2$$

Donde:

$X_1 =$ *Índice de precios al consumidor del colchón*

$X_2 =$ *Ingreso promedio familiar mensual*

La variable Rentabilidad operacional o Margen operacional de utilidad se encuentra establecida por el cociente de la diferencia entre las Ventas netas y el Costo operacional para las Ventas netas (Andrade, 2003), matemáticamente se expresa de la siguiente manera:

$$\text{Margen operacional de utilidad} = \frac{\text{Ventas netas} - \text{Costo operacional}}{\text{Ventas netas}}$$

La variable de concentración de mercado está estimada a través del índice de Hirschman – Herfindahl que se compone de la suma de los cuadrados del porcentaje de participación del mercado de las empresas sujetas a análisis (Parking & Loría, 2010), y multiplicado por 10.000 si se utilizan valores porcentuales o decimales. De existir una relación considerable de la concentración de mercado y la rentabilidad de las empresas analizadas, implicaría que las firmas oligopólicas buscan acaparar el mercado intencionalmente, caso contrario se observaría que estas empresas llegan a concentrar el mercado por inercia del contexto económico en el cual subsisten.

El índice de precios al consumidor (IPC) se compone de la evolución de los precios de un paquete de bienes que se consumen con mayor frecuencia y que son comprados por un consumidor promedio (Case, Fair, & Oster, 2012), el IPC se obtiene de la tasa de variación de los precios de un grupo de bienes de mayor consumo que representan el comportamiento inflacionario en una economía determinada, además de que mediante este indicador se puede analizar el desenvolvimiento del precio de un determinado bien en el mercado. Se adoptó el comportamiento de esta variable para describir el poder de mercado y de control de los precios que poseen las empresas sujetas a análisis en la industria de colchones. El nivel de incidencia de esta variable en la rentabilidad del sector empresarial más influyente reflejará el grado de poder de mercado y dará una noción de la elasticidad de la demanda de los colchones; si el parámetro de esta variable es positivo y estadísticamente significativo, implicaría la no existencia de poder de mercado dado que la demanda tiende a ser elástica, mientras que en caso contrario se establecería la presencia de poder de mercado, es decir, la demanda del bien sería inelástica.

El ingreso promedio familiar mensual es una estimación del ingreso por familia que muestra la capacidad adquisitiva de la población para hacer frente al costo de la canasta básica familiar; esta variable explica la capacidad que poseen los hogares para poder adquirir bienes de consumo, que en este caso son los colchones, por lo que una fuerte relación directamente proporcional entre esta variable y la rentabilidad de las empresas indicaría el aprovechamiento de un proceso de auge económico.

El análisis de la prueba de especificación de Hausman se conforma de dos pasos: 1) Obtener la ecuación reducida de una de las variables endógenas y 2) Efectuar la regresión de la segunda variable endógena con respecto a la estimación de la primera variable endógena y en función del error estimado de la ecuación reducida. (Gujarati & Porter, 2009). Si el estimador del error de la ecuación reducida es estadísticamente igual a cero, se descarta la existencia de simultaneidad en el modelo, lo que implica que las dos relaciones podrán ser tratadas por separado sin ningún problema.

Para obtener la ecuación reducida de la variable endógena Y_2 se igualan las dos ecuaciones de la siguiente manera:

$$\alpha_0 + \alpha_1 Y_2 + u_1 = \beta_0 + \beta_1 Y_2 + \beta_2 X_1 + \beta_3 X_2 + u_2$$

$$\alpha_1 Y_2 - \beta_1 Y_2 = \beta_0 - \alpha_0 + \beta_2 X_1 + \beta_3 X_2 + u_2 - u_1$$

$$Y_2(\alpha_1 - \beta_1) = \beta_0 - \alpha_0 + \beta_2 X_1 + \beta_3 X_2 + u_2 - u_1$$

$$Y_2 = \frac{\beta_0 - \alpha_0}{\alpha_1 - \beta_1} + \frac{\beta_2 X_1}{\alpha_1 - \beta_1} + \frac{\beta_3 X_2}{\alpha_1 - \beta_1} + \frac{u_2 - u_1}{\alpha_1 - \beta_1}$$

Donde:

$$\pi_0 = \frac{\beta_0 - \alpha_0}{\alpha_1 - \beta_1}$$

$$\pi_1 = \frac{\beta_2}{\alpha_1 - \beta_1}$$

$$\pi_2 = \frac{\beta_3}{\alpha_1 - \beta_1}$$

$$v = \frac{u_2 - u_1}{\alpha_1 - \beta_1}$$

La ecuación reducida de la variable Concentración de mercado se expresa de la siguiente forma:

$$Y_2 = \pi_0 + \pi_1 X_1 + \pi X_2 + v$$

La prueba de Hausman consiste en establecer la estimada de la anterior variable endógena y realizar una regresión con el siguiente modelo:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 \hat{Y}_2 + \beta_2 v + u_3$$

Si el estimador β_2 es estadísticamente significativo se concluye que existe simultaneidad entre los dos modelos, lo que implicaría que sería necesario aplicar Mínimos Cuadrados Indirectos de existir una identificación exacta, y Mínimos Cuadrados en 2 Etapas de encontrarse sobre identificada.

Básicamente a través de la metodología expuesta anteriormente, se procedió a obtener las estimaciones de la variable endógena \hat{Y}_2 y luego la regresión de la variable observada Y con respecto a la variable estimada anteriormente mencionada y con respecto a los errores de perturbación de la ecuación reducida. Consecuentemente, se estima si el parámetro β_2 es estadísticamente significativo, de esta manera se comprueba la existencia de endogeneidad de las variables y la presencia de simultaneidad de los modelos.

De esta manera que se pueda descartar ineficiencias e inferencias sesgadas en la estructuración de los modelos econométricos, estos serán sometidos a pruebas de presencia de heterocedasticidad, autocorrelación y de normalidad de los residuos, salvo en aquellos modelos en los cuales no sea posible realizar los contrastes debido al tamaño de la muestra.

Por otro lado, acorde al planteamiento de la hipótesis de que existe ausencia de poder de mercado considerándose que el sector analizado se encuentra concentrado, se propondrá el establecimiento de una regresión múltiple que explique las ventas del grupo empresarial en función del tipo de cambio del dólar con respecto al Peso colombiano y al Yuan, ya que la mayor parte de las importaciones de este sector

proviene de estas dos naciones; esto con el objetivo de explicar la ausencia de poder de mercado por los efectos de las limitaciones en cuanto a competitividad se refiere que posee el Ecuador al ser una economía dolarizada. Finalmente, cabe recalcar que este último análisis de regresión no se encuentra relacionado con el análisis primeramente expuesto, ya que por limitaciones en cuanto a las fuentes de información solo se realiza un estudio de cuatro observaciones de serie temporal, sin embargo para una mejor estimación de esta última regresión, fue posible el análisis de ocho observaciones, que inician en el año 2007 y terminan en el año 2014. El modelo econométrico anteriormente expuesto se encuentra estructurado de la siguiente forma:

$$Y_3 = \beta_0 + \beta_1 X_3 + \beta_2 X_4 + u_4$$

Donde:

$Y_3 =$ *Ventas del grupo empresarial*

$X_3 =$ *Tipo de cambio USD/COP*

$X_4 =$ *Tipo de cambio USD/PEN*

CAPÍTULO IV.

4 RESULTADOS.

4.1 ANÁLISIS DESCRIPTIVO.

4.1.1 Análisis del grupo empresarial.

A continuación se procederá a describir varios aspectos económicos y financieros que describan el desarrollo y desenvolvimiento del grupo empresarial predominante en la actividad de fabricación de colchones como es: la Capacidad instalada, Endeudamiento, Ventas y Costos de producción de las empresas: Chaide y Chaide S.A., Comercial Industrial Cicla Cía. S.A., Productos Paraíso Cía. S.A. y Resiflex Duraflex S.A., que son las compañías más representativas en el mercado del sector de actividad económica estudiado, siendo que de esta manera se podrá determinar las diferentes decisiones que tomaron cada una de las firmas para la explotación del mercado conjuntamente con las respuestas y escenarios que conforman el contexto económico en el cual se desenvuelven estas empresas.

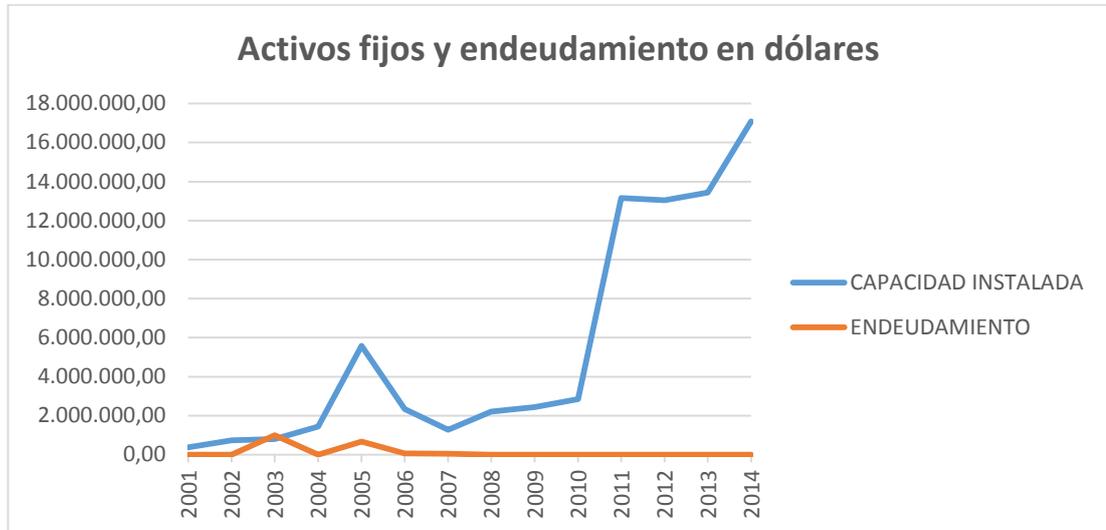
Tabla 11. Activos fijos y endeudamiento "Chaide y Chaide".

Año	Capacidad Instalada - Activos fijos expresados en dólares	Tasa de variación de la Capacidad Instalada - Activos fijos	Endeudamiento - Pasivo a largo plazo	Tasa de variación del Endeudamiento - Pasivo a largo plazo
2001	381.519,43	-7,57%	0,00	0,00%
2002	742.240,24	94,55%	0,00	0,00%
2003	796.752,75	7,34%	1.000.000,00	100,00%
2004	1.444.192,18	81,26%	0,00	-100,00%
2005	5.574.098,71	285,97%	673.275,31	100,00%
2006	2.335.393,04	-58,10%	58.768,73	-91,27%
2007	1.280.643,69	-45,16%	51.044,67	-13,14%
2008	2.207.728,53	72,39%	0,00	-100,00%
2009	2.433.283,61	10,22%	0,00	0,00%
2010	2.845.304,00	16,93%	0,00	0,00%
2011	13.165.799,70	362,72%	0,00	0,00%
2012	13.036.250,03	-0,98%	0,00	0,00%
2013	13.434.535,48	3,06%	0,00	0,00%
2014	17.084.217,30	27,17%	0,00	0,00%

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

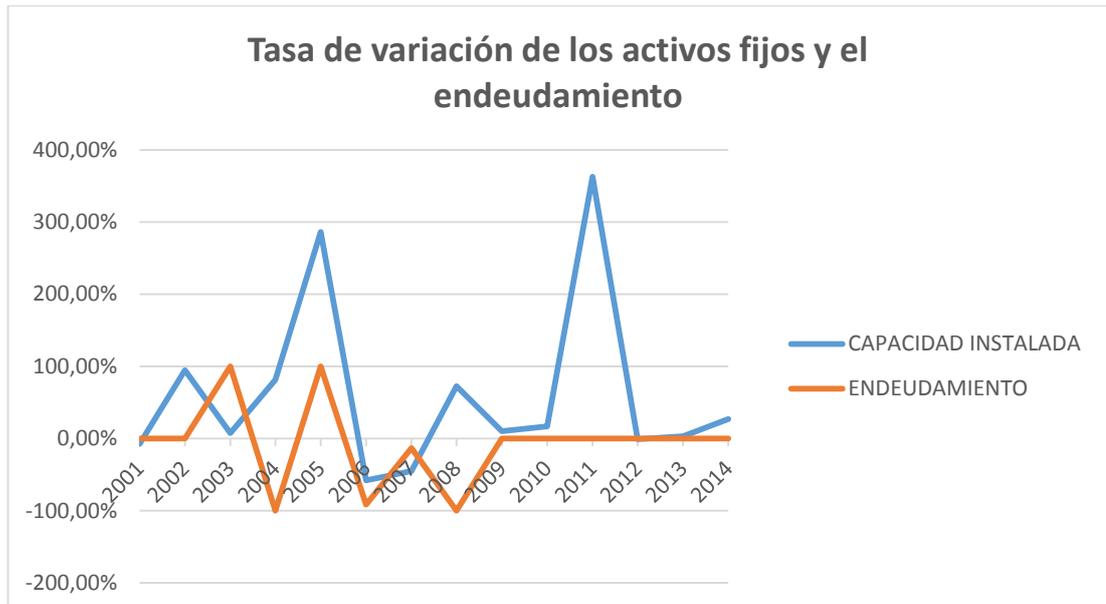
Gráfico 9. Activos fijos y endeudamiento "Chaide y Chaide".



Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 10. Tasa de variación de los activos fijos y endeudamiento "Chaide y Chaide".



Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

La capacidad instalada de la empresa Chaide y Chaide S.A. muestra un considerable incremento desde el año 2001 para finales del 2014, siendo que a lo largo del período estudiado la capacidad instalada de la firma creció un 4.377,94%, lo que muestra una alta inversión y crecimiento de la firma ya que Chaide y Chaide ha invertido considerablemente en la adquisición de activo fijo. Por otro lado, el endeudamiento expresado por los pasivos a largo plazo no registró incremento alguno a lo largo del

período estudiado, lo que muestra que el proceso expansivo de los activos fijos de la empresa potencialmente ha sido financiado por los mismos beneficios generados por su actividad productiva, es decir, Chaide y Chaide ha incurrido en una recapitalización de sus beneficios, los cuales han sido invertidos masivamente en adquisición de activo fijo.

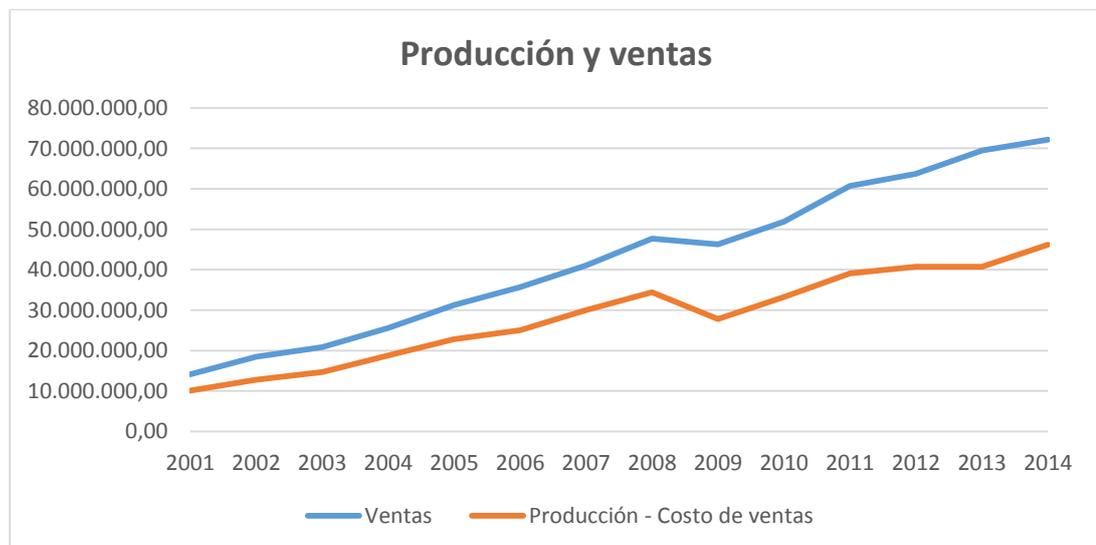
Tabla 12. Producción y ventas "Chaide y Chaide".

Año	Ventas	Tasa de variación de Ventas	Producción - Costo de ventas	Tasa de variación de la Producción - Costo de ventas
2001	14.172.671,72	32,43%	10.139.986,18	56,56%
2002	18.442.467,45	30,13%	12.821.791,28	26,45%
2003	20.873.922,09	13,18%	14.681.997,63	14,51%
2004	25.586.827,60	22,58%	18.759.943,75	27,78%
2005	31.299.957,00	22,33%	22.799.420,39	21,53%
2006	35.697.694,16	14,05%	25.036.756,83	9,81%
2007	41.056.212,85	15,01%	29.984.069,33	19,76%
2008	47.701.263,45	16,19%	34.397.700,75	14,72%
2009	46.291.215,59	-2,96%	27.791.484,63	-19,21%
2010	51.848.539,52	12,01%	33.243.354,41	19,62%
2011	60.738.223,40	17,15%	39.078.329,83	17,55%
2012	63.728.286,70	4,92%	40.779.022,09	4,35%
2013	69.519.732,29	9,09%	40.779.022,09	0,00%
2014	72.143.663,30	3,77%	46.221.577,30	13,35%

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

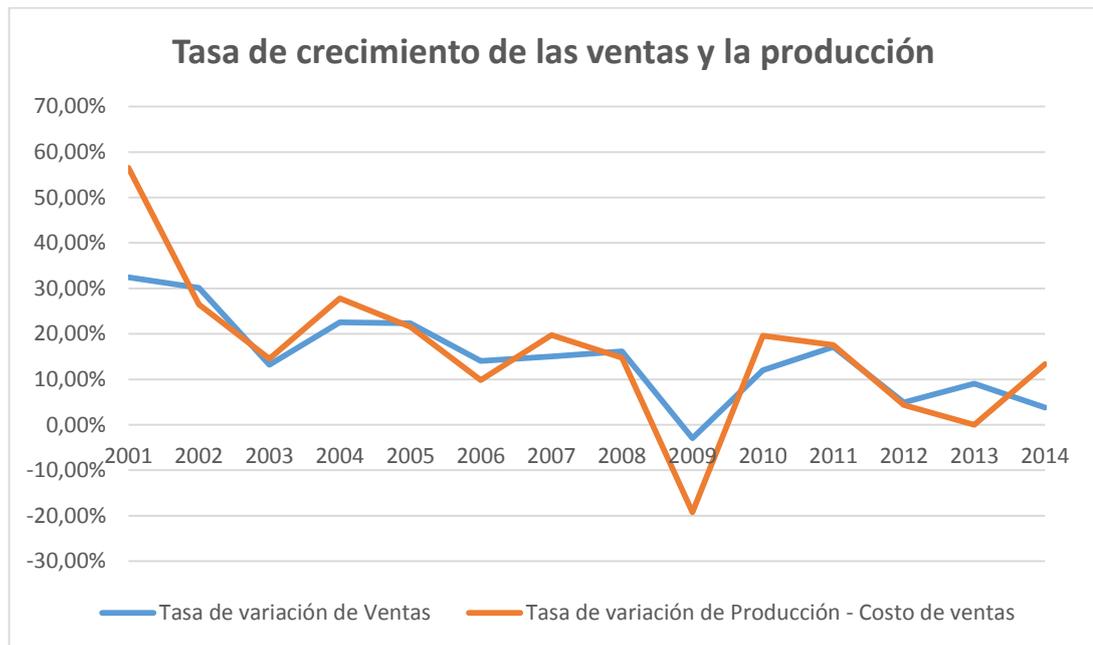
Gráfico 11. Producción y ventas "Chaide y Chaide".



Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 12. Tasa de variación de las ventas y la producción "Chaide y Chaide".



Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

En los gráficos anteriores se puede observar una tendencia creciente a lo largo del tiempo de las ventas de colchones de Chaide y Chaide, mostrando que la recapitalización masiva realizada por la empresa ha venido rindiendo frutos, puesto que para finales del período, es decir, desde el año 2001 al 2014 las ventas de la firma crecieron en un 409,03% salvo para los años 2012 y 2014 que las ventas de colchones de esta empresa crecieron un 48,93% y un 25,14% respectivamente.

La producción por su parte ha crecido notoriamente conforme a las ventas de la empresa, siendo que desde el año 2001 para finales del 2014 la producción de Chaide y Chaide se incrementó en un 355,83%, esto a su vez ha mostrado un comportamiento armónico con las ventas de la firma. Es observable que las ventas del sector muestran un comportamiento armónico conforme a los costos productivos, para lo cual es apreciable que siendo esta empresa una de las que lideran el mercado y al ser muy concentrada tiende a comportarse como si se encontrase en un contexto de competencia perfecta. Esto muestra ciertas limitaciones de la empresa a adquirir poder de mercado, dado que al observar un comportamiento armónico de las ventas conjuntamente con los costos de producción, solamente puede expresar que la implementación de precios no necesariamente responde a la concentración en el

mercado, lo que a su vez da a conocer las limitaciones en cuanto a poder de monopolio que poseen estas empresas que solo pueden ejercerlos de manera coyuntural.

El comportamiento armónico de los costos productivos y las ventas de la empresa muestran una conducta natural del proceso de crecimiento de una empresa en cuanto se van afianzando en el mercado. Esto por su parte implica el ejercer las decisiones correctas en los momentos del tiempo adecuados para poder aprovechar el auge económico experimentado por la población expresada a través del incremento del consumo y de su ingreso promedio, dado que tal crecimiento progresivo ha sido sostenido por un crecimiento de la economía y de la población.

Tabla 13. Capacidad instalada y el endeudamiento " Comercial Industrial Cicla Cía S.A.".

Año	Capacidad Instalada - Activos fijos	Tasa de variación de la Capacidad Instalada - Activos fijos	Endeudamiento - Pasivo a largo plazo	Tasa de variación del Endeudamiento - Pasivo a largo plazo
2008	46.443,83	92,49%	0,00	0,00%
2009	59.746,52	28,64%	0,00	0,00%
2010	47.338,32	-20,77%	0,00	0,00%
2011	32.585,13	-31,17%	0,00	0,00%
2012	29.337,91	-9,97%	0,00	0,00%
2013	15.269,71	-47,95%	0,00	0,00%
2014	153.420,40	904,74%	0,00	0,00%

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

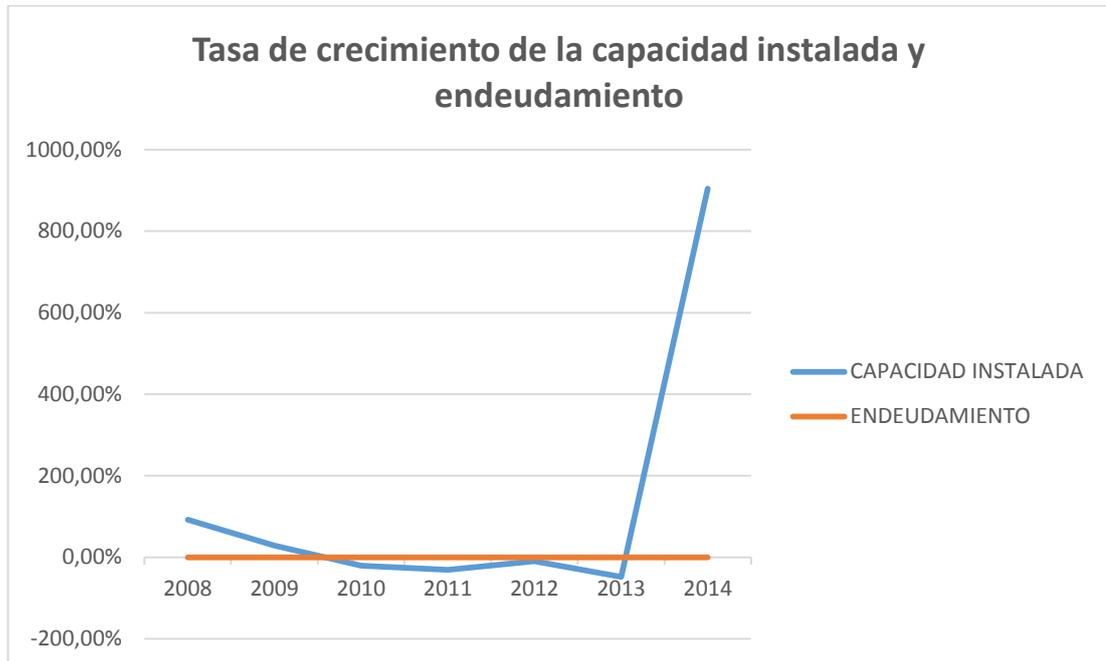
Gráfico 13. Capacidad instalada y el endeudamiento " Comercial Industrial Cicla Cía S.A.".



Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 14. Tasa de variación de la capacidad instalada y endeudamiento "Comercial Industrial Cicla Cía S.A.".



Fuente: Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Para el presente análisis cabe recalcar que la Superintendencia de Compañías del Ecuador muestra información societaria de todas las sociedades existentes en el país, por lo que las presentaciones del comportamiento de la empresa Comercial Industrial Cicla Cía. S.A. se basan estrictamente en información otorgada por la Superintendencia de Compañías. El comportamiento de los diferentes indicadores financieros y económicos mostrados puede presentar ciertas falencias de estimación que no corresponden a los procesos de depuración de datos realizados en el presente trabajo de investigación, y precisamente en este caso aunque se presente la información de esta compañía estrictamente no puede observar información concisa; a pesar de ello y acorde a lo mostrado, la capacidad instalada de la firma desde el año 2008 para finales del año 2014 ha experimentado un crecimiento del 230,34% el cual no ha registrado endeudamiento al largo plazo.

Para el año 2014 la capacidad instalada experimentó un incremento súbito, siendo que del 2013 a este año los activos fijos se incrementaron en un 904,74% sin registrarse ningún tipo de endeudamiento a largo plazo, lo que en teoría podría haberse atribuido a la inversión extranjera o a la recapitalización de utilidades.

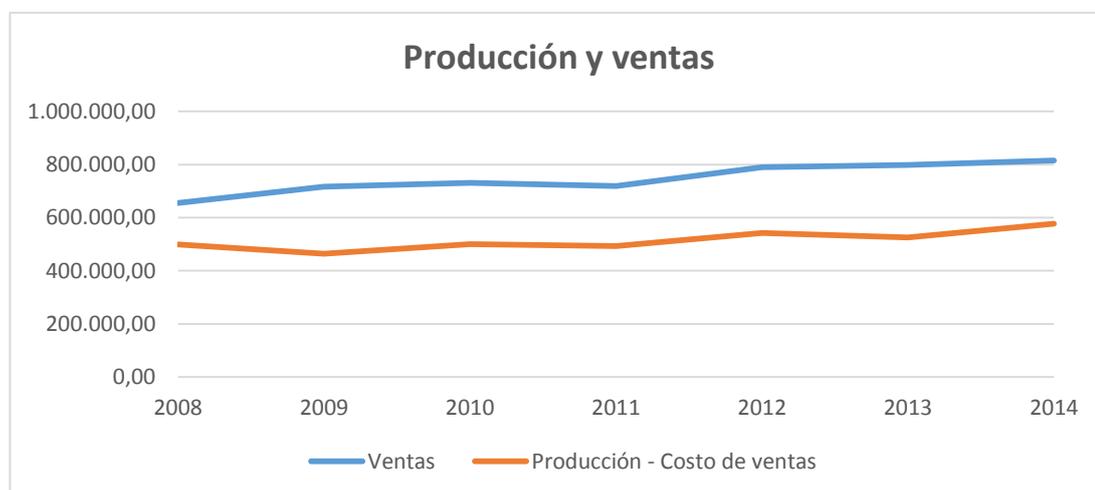
Tabla 14. Ventas y la producción "Industrial Cicla Cía S.A.".

Año	Ventas	Tasa de variación de Ventas	Producción - Costo de ventas	Tasa de variación de Producción - Costo de ventas
2008	655.041,29	49,68%	498.888,28	20,71%
2009	716.971,22	9,45%	464.350,62	-6,92%
2010	730.680,05	1,91%	500.367,34	7,76%
2011	719.202,73	-1,57%	492.837,85	-1,50%
2012	790.123,03	0,32%	542.837,85	10,15%
2013	798.178,34	10,63%	526.018,03	-3,10%
2014	815.285,36	2,14%	577.492,22	9,79%

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

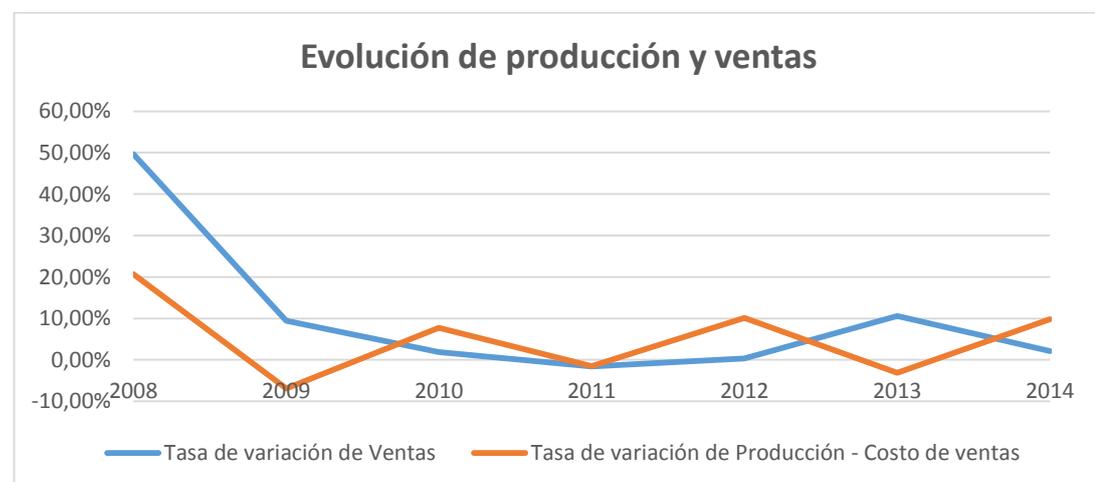
Gráfico 15. Ventas y la producción "Industrial Cicla Cía S.A.".



Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 16. Tasa de variación de las ventas y la producción "Industrial Cicla Cía S.A.".



Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Como se puede observar en el Gráfico 15, Industrial Cicla Cía. S.A. muestra un comportamiento armónico con respecto a las ventas y sus costos de producción, lo que implica un comportamiento estable de la empresa aunque con ausencia de expansión, debido precisamente a que desde el año 2008 para finales del 2014 las ventas de la empresa tan solo crecieron un 24,46%, mientras que los costos de producción crecieron un 15,76%, siendo la empresa que menos se ha expandido en cuanto a producción y ventas durante el período analizado.

Industrial Cicla Cía. S.A. por su parte no ha experimentado picos altos ni muy depresivos a lo largo del tiempo entorno a su producción y volumen de ventas, esto a su vez muestra la estacionalidad del comportamiento de la firma, teniendo en cuenta que la empresa no se arriesga a incrementar su participación en el mercado, además de que solamente para el año 2014 Industrial Cicla Cía. S.A. registró un aumento de su capacidad instalada. Tal inversión posiblemente mostrará resultados para periodos posteriores, sin embargo es necesario recalcar que Industrial Cicla Cía. S.A. posiblemente no podrá permanecer en el mercado, especialmente por el dominio y expansión que han experimentado empresas como Chaide y Chaide y Paraíso.

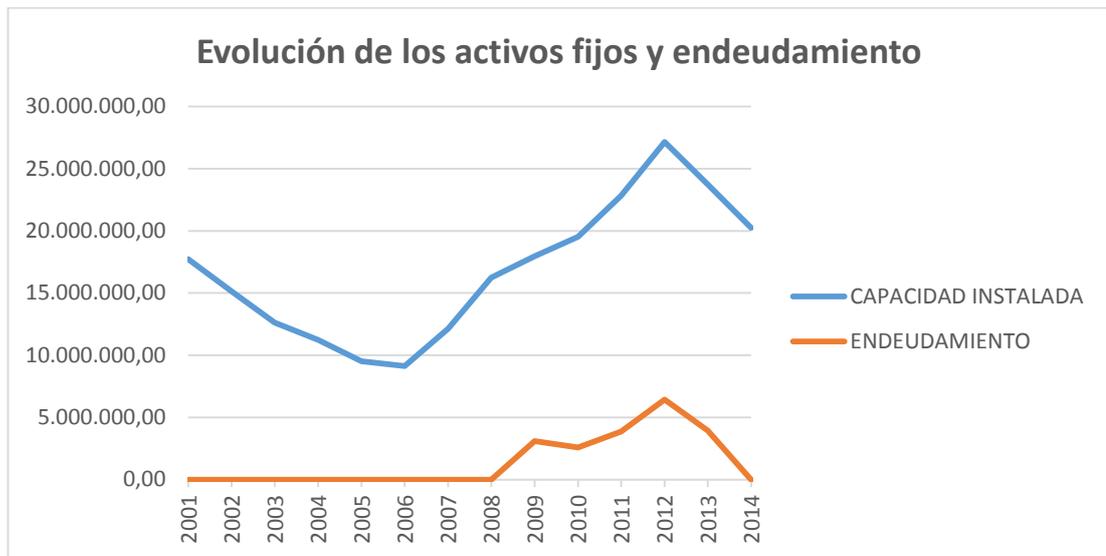
Tabla 15. Activos fijos y endeudamiento "Productos Paraíso Cía S.A."

Año	Capacidad Instalada - Activos fijos	Tasa de variación de la Capacidad Instalada - Activos fijos	Endeudamiento - Pasivo a largo plazo	Tasa de variación del Endeudamiento - Pasivo a largo plazo
2001	17.722.047,70	-11,58%	0,00	0,00%
2002	15.146.526,37	-14,53%	0,00	0,00%
2003	12.631.986,60	-16,60%	0,00	0,00%
2004	11.232.609,61	-11,08%	0,00	0,00%
2005	9.520.062,19	-15,25%	0,00	0,00%
2006	9.125.369,00	-4,15%	0,00	0,00%
2007	12.137.817,69	33,01%	0,00	0,00%
2008	16.247.768,67	33,86%	0,00	0,00%
2009	17.955.831,92	10,51%	3.097.639,79	100,00%
2010	19.528.140,89	8,76%	2.593.074,80	-16,29%
2011	22.834.758,94	16,93%	3.857.902,23	48,78%
2012	27.158.047,34	18,93%	6.428.516,85	66,63%
2013	23.741.101,54	-12,58%	3.944.723,92	-38,64%
2014	20.239.797,50	-14,75%	0,00	-100,00%

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

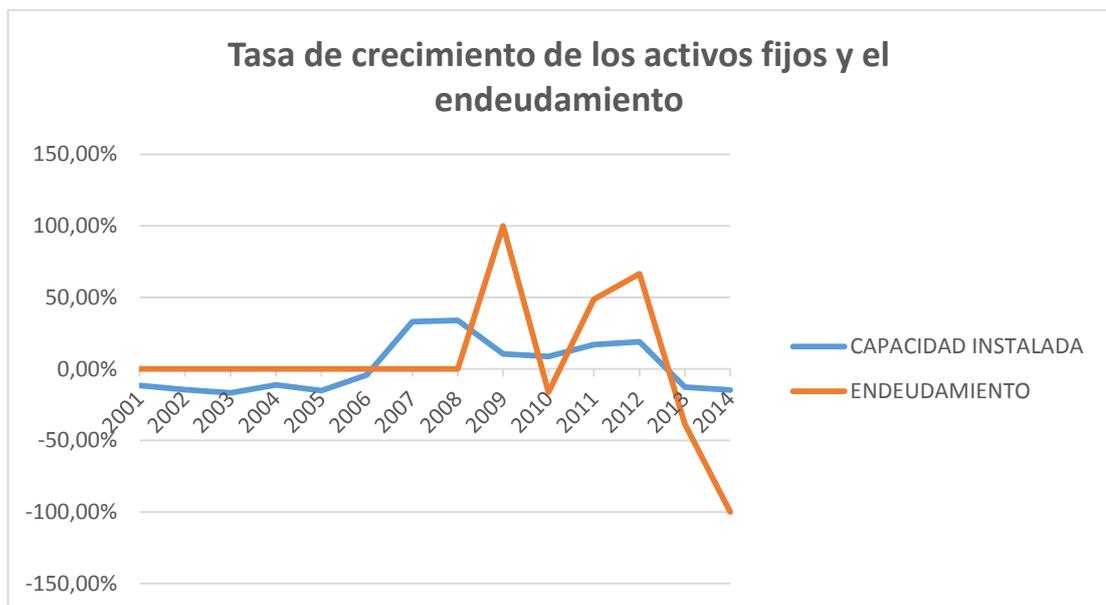
Gráfico 17. Activos fijos y endeudamiento "Productos Paraíso Cía S.A.".



Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 18. Tasa de variación de los activos fijos y el endeudamiento "Productos Paraíso Cía S.A.".



Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Productos Paraíso por su parte durante el período comprendido entre el año 2001 y 2014 ha experimentado un incremento del 14,21% en su capacidad instalada, fundamentada especialmente en el endeudamiento al largo plazo que rápidamente es capaz de amortizar, puesto que este incremento en el endeudamiento se redujo durante el transcurso de 6 años.

Para el año 2012 la empresa registró su mayor inversión en activo fijo y de igual manera en incurrimento de endeudamiento, período en el cual de igual manera se registraron los mayores volúmenes de ventas e inversión en las demás empresas analizadas. También es observable que esta firma incurre en actividades tradicionales de financiamiento como préstamos bancarios reflejados en el pasivo a largo plazo de la empresa, que aunque no son masivos reflejan la capacidad de inversión a largo plazo que posee Productos Paraíso S.A.

Para finales del año 2014 se observó una disminución de la inversión en capacidad instalada, por lo que consecuentemente se registró una disminución de los activos fijos de la firma, es decir posiblemente se incurrió en ventas de ciertos activos fijos que en contraste con Chaide y Chaide que incrementó su capacidad instalada no tuvo la necesidad de disminuir sus activos fijos en períodos posteriores, lo que potencialmente es un indicador de un nivel de solvencia relativamente mayor de Chaide y Chaide con respecto a Productos Paraíso S.A.

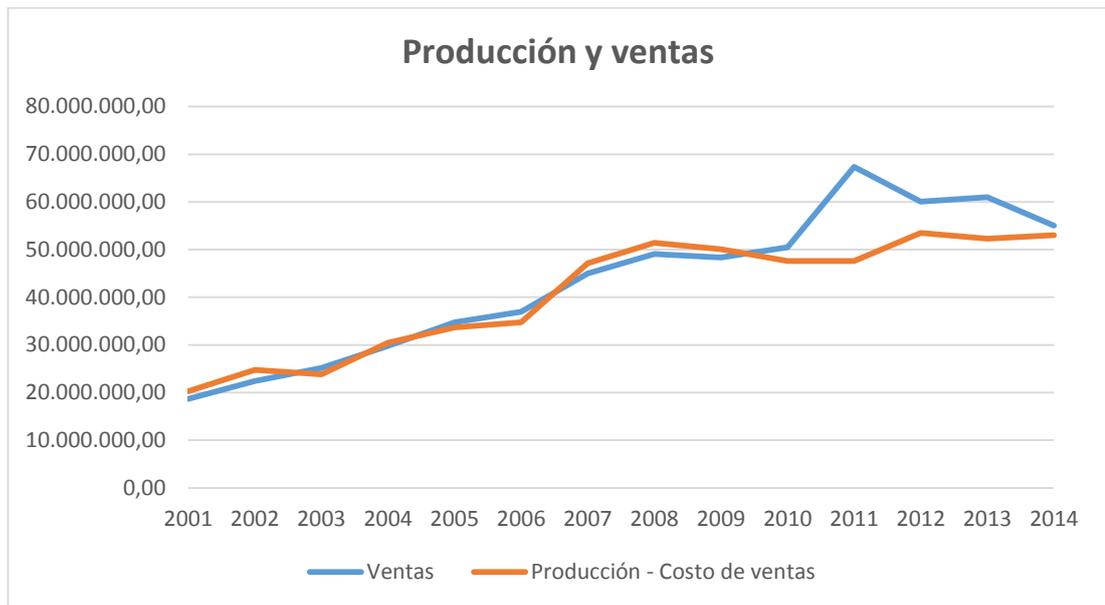
Tabla 16. Producción y ventas "Productos Paraíso Cía S.A.".

Año	Ventas	Tasa de variación de Ventas	Producción - Costo de ventas	Tasa de variación de Producción - Costo de ventas
2001	18.669.808,45	22,78%	20.306.565,73	25,80%
2002	22.418.310,63	20,08%	24.747.014,06	21,87%
2003	25.166.654,72	12,26%	23.811.410,00	-3,78%
2004	29.815.182,42	18,47%	30.428.590,85	27,79%
2005	34.753.773,25	16,56%	33.698.844,00	10,75%
2006	36.967.500,21	6,37%	34.760.591,00	3,15%
2007	45.011.948,21	21,76%	47.114.779,00	35,54%
2008	49.078.690,99	9,03%	51.448.615,91	9,20%
2009	48.369.621,46	-1,44%	50.106.945,61	-2,61%
2010	50.494.851,33	4,39%	47.625.178,98	-4,95%
2011	67.368.631,05	18,70%	47.625.178,98	0,00%
2012	60.066.085,38	-0,20%	53.462.172,30	12,26%
2013	60.976.752,78	1,94%	52.266.713,33	-2,24%
2014	55.064.434,10	-9,70%	53.037.196,90	1,47%

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

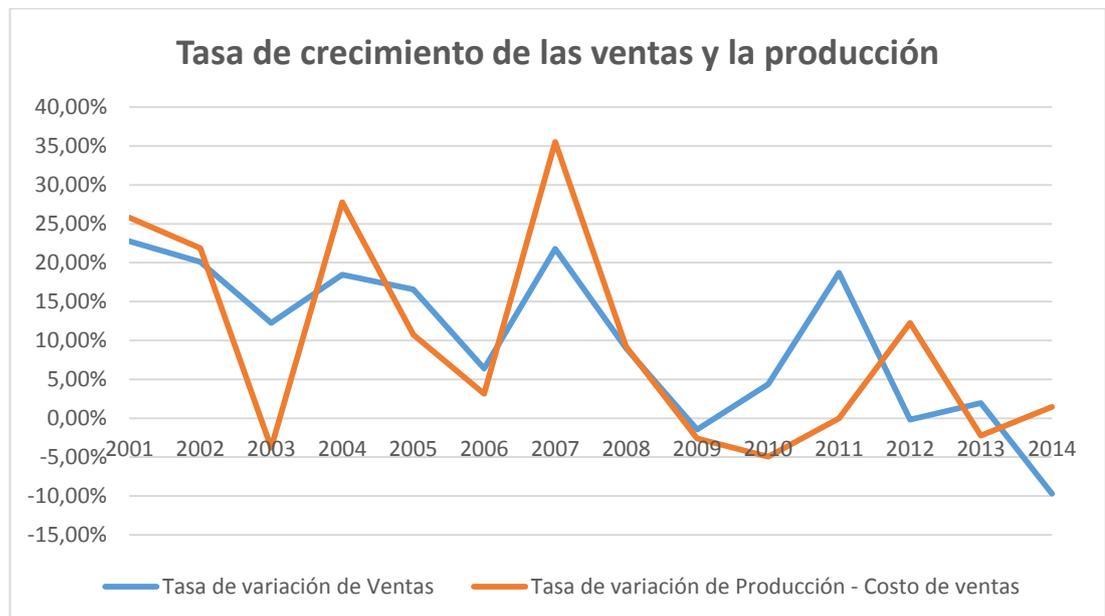
Gráfico 19. Producción y ventas "Productos Paraíso Cía S.A.".



Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 20. Tasa de variación de ventas y producción "Productos Paraíso Cía S.A.".



Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Las ventas por su parte crecieron muy estrechamente acorde a los costos de producción, siendo que desde el 2001 para finales del 2014 las ventas de Productos Paraíso registraron un incremento del 194,94% conforme a los costos productivos que se incrementaron en un 161,12%. Como se muestra, durante los años 2008 y 2009 la empresa registró pérdidas, además de que durante períodos posteriores el margen entre

Ingresos por ventas y costos de producción es muy estrecho, lo cual indica que la empresa posee un bajo nivel de capital recapitalizable, razón por la cual la firma ha optado por financiarse a través de préstamos bancarios.

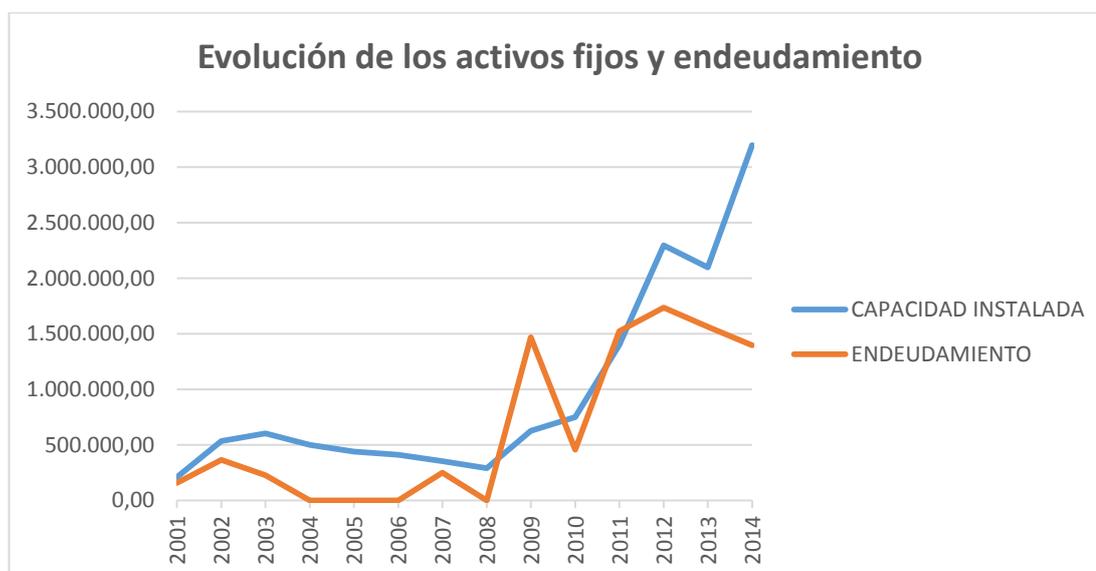
Tabla 17. Activos fijos y endeudamiento "Resiflex Duraflex S.A.".

Año	Capacidad Instalada - Activos fijos	Tasa de variación de la Capacidad Instalada - Activos fijos	Endeudamiento - Pasivo a largo plazo	Tasa de variación del Endeudamiento - Pasivo a largo plazo
2001	210.695,18	-2,56%	158.518,37	-48,13%
2002	534.845,21	153,85%	363.885,87	129,55%
2003	601.837,75	12,53%	227.644,78	-37,44%
2004	500.553,97	-16,83%	0,00	-100,00%
2005	440.302,05	-12,04%	0,00	0,00%
2006	410.341,99	-6,80%	0,00	0,00%
2007	353.608,90	-13,83%	250.000,00	100,00%
2008	288.655,73	-18,37%	0,00	-100,00%
2009	625.251,06	116,61%	1.467.508,65	100,00%
2010	749.360,08	19,85%	456.536,72	-68,89%
2011	1.397.613,73	86,51%	1.522.323,81	233,45%
2012	2.296.200,63	64,29%	1.735.624,68	14,01%
2013	2.095.658,31	-8,73%	1.561.638,55	-10,02%
2014	3.196.151,67	52,51%	1.395.605,98	-10,63%

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

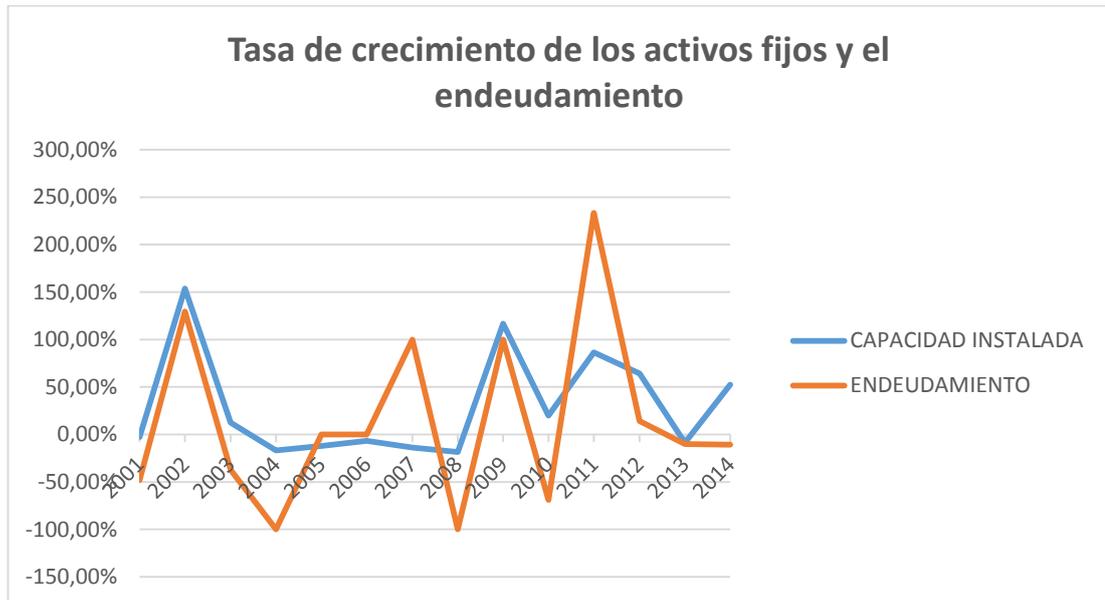
Gráfico 21. Evolución de los activos fijos y endeudamiento "Resiflex Duraflex S.A.".



Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 22. Tasa de variación de los activos fijos y endeudamiento "Resiflex Duraflex S.A.".



Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

La empresa Resiflex Duraflex S.A. ha incurrido considerablemente en adquisición de activo fijo, puesto que durante el período estudiado la firma incrementó su capacidad instalada en 1.417,96% esto quiere decir que sus activos fijos se incrementaron en casi quince veces con respecto al año 2001. Los niveles del pasivo a largo plazo por su parte registraron un incremento del 780,41% es decir acorde a su inversión su endeudamiento creció en aproximadamente ocho veces con respecto a lo registrado en el 2001, siendo esta empresa la segunda que más invirtió en capacidad instalada durante este período después de la firma Chaide y Chaide.

La expansión de Resiflex Duraflex S.A. se ha fundamentado en la ambición de las empresas líderes a acaparar el mercado; si bien es cierto que tanto Productos Paraíso y Chaide y Chaide han decidido incrementar su capacidad instalada tales intenciones se han visto sustentadas en el crecimiento de la demanda, por tal motivo es observable dos escenarios: el primero consiste en describir el hecho de que todo el grupo empresarial fue capaz de observar este crecimiento de la demanda y decidieron expandir su capacidad instalada; mientras que en el segundo escenario se experimentaría un seguimiento de las estrategias adoptadas por la empresa líder que en este caso es Chaide y Chaide. Como se acaba de describir anteriormente, el grupo

empresarial en todo su conjunto ha tomado la decisión de invertir en su capacidad instalada a manera de competir y poder hacerse con la cuota del mercado emergente concebido en primer lugar por el proceso expansivo de la economía ecuatoriana durante la primera década del 2000.

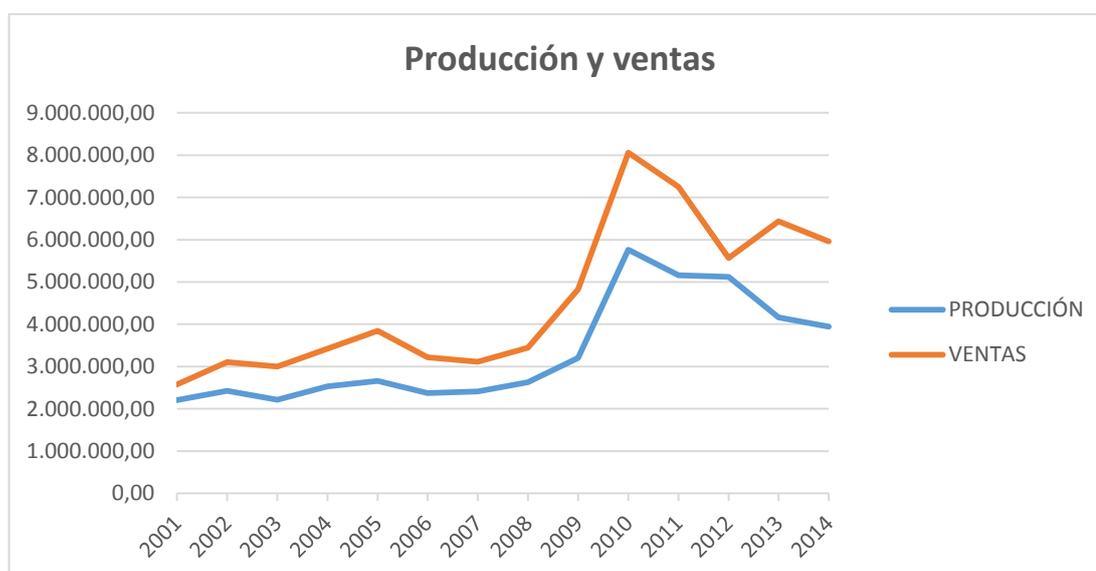
Tabla 18. Producción y ventas "Resiflex Duraflex S.A.".

Año	Ventas	Tasa de variación de las Ventas	Producción - Costo de ventas	Tasa de variación de la Producción - Costo de ventas
2001	2.576.559,95	52,51%	2.204.448,58	48,19%
2002	3.101.763,44	20,38%	2.428.311,34	10,16%
2003	2.996.573,99	-3,39%	2.211.933,63	-8,91%
2004	3.421.996,39	14,20%	2.532.433,54	14,49%
2005	3.842.316,03	12,28%	2.656.912,73	4,92%
2006	3.214.619,70	-16,34%	2.373.810,60	-10,66%
2007	3.108.936,16	-3,29%	2.410.019,93	1,53%
2008	3.442.372,58	10,73%	2.631.761,35	9,20%
2009	4.825.920,46	40,19%	3.205.714,53	21,81%
2010	8.055.980,50	66,93%	5.762.042,41	79,74%
2011	7.252.824,83	-9,97%	5.158.102,24	-10,48%
2012	5.569.483,19	-23,21%	5.118.570,13	-0,77%
2013	6.414.848,20	15,48%	4.160.548,75	-18,72%
2014	5.955.810,72	-7,40%	3.943.049,62	-5,23%

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

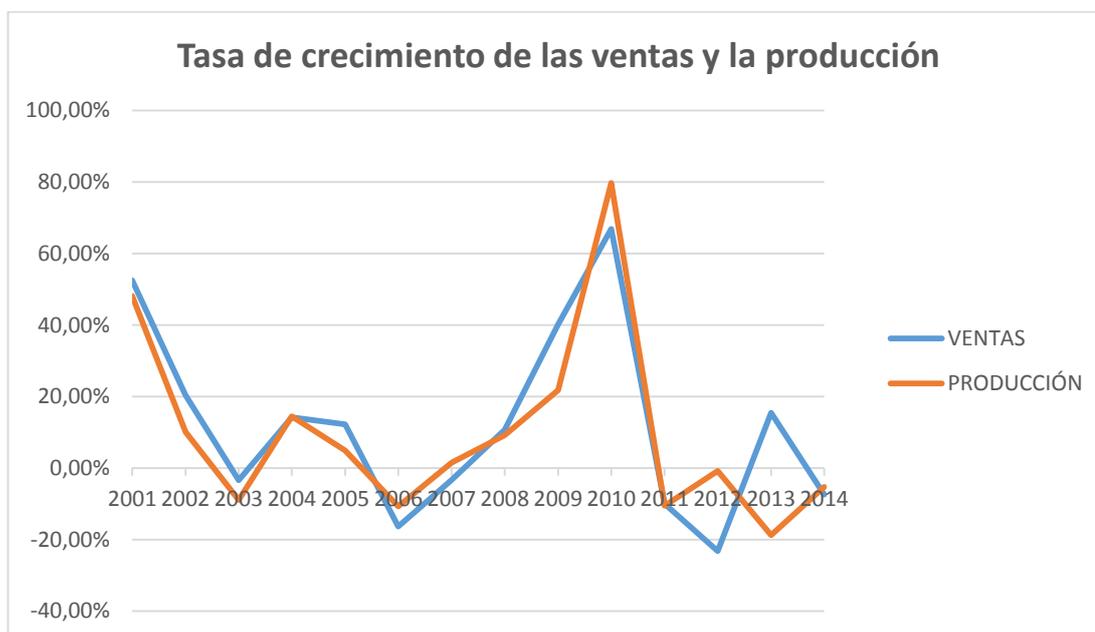
Gráfico 23. Producción y ventas "Resiflex Duraflex S.A.".



Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 24. Tasa de crecimiento de producción y ventas "Resiflex Duraflex S.A.".



Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

La empresa Resiflex Duraflex S.A. ha experimentado una expansión de sus ventas así como de sus costos productivos, ya que a lo largo del período analizado esta firma ha experimentado una expansión del 131,15% en cuanto a sus ventas y un incremento del 78,87% de sus costos productivos, registrando su valor o pico más alto durante el año 2010, período en el cual la firma trata de acaparar mercado con resultados adversos para períodos posteriores.

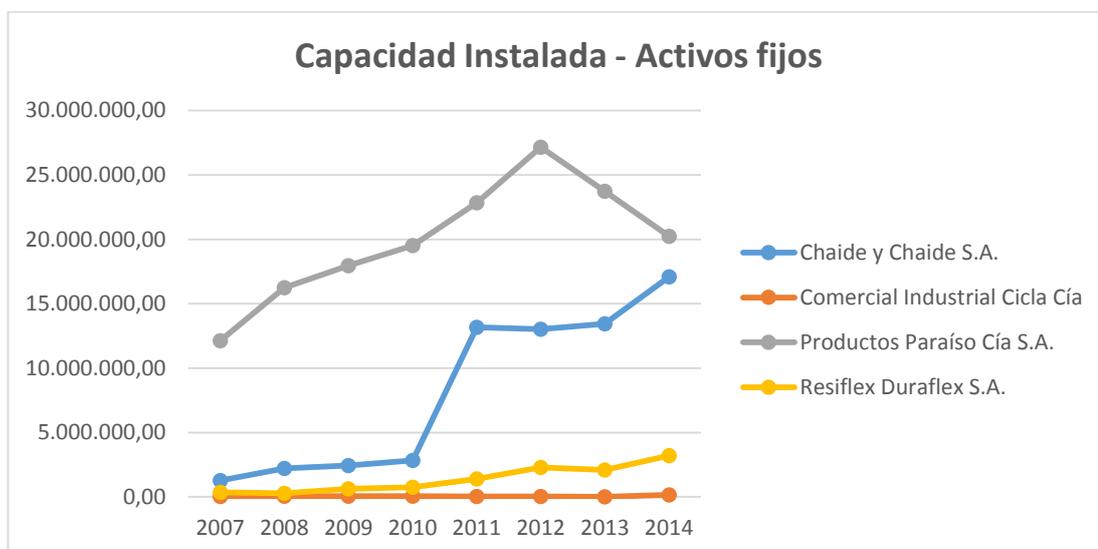
Tabla 19. Capacidad Instalada - Activos fijos del grupo empresarial.

Año	Capacidad Instalada - Activos fijos			
	Chaide y Chaide S.A.	Comercial Industrial Cicla Cía.	Productos Paraíso Cía. S.A.	Resiflex Duraflex S.A.
2007	1.280.643,69	24.128,52	12.137.817,69	353.608,90
2008	2.207.728,53	46.443,83	16.247.768,67	288.655,73
2009	2.433.283,61	59.746,52	17.955.831,92	625.251,06
2010	2.845.304,00	47.338,32	19.528.140,89	749.360,08
2011	13.165.799,70	32.585,13	22.834.758,94	1.397.613,73
2012	13.036.250,03	29.337,91	27.158.047,34	2.296.200,63
2013	13.434.535,48	15.269,71	23.741.101,54	2.095.658,31
2014	17.084.217,30	153.420,40	20.239.797,50	3.196.151,67

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 25. Capacidad Instalada - Activos fijos del grupo empresarial.



Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

En el gráfico anterior se puede observar que la empresa que mayor nivel de capacidad instalada posee es Productos Paraíso Cía. S.A., registrando para el año 2014 unos activos fijos avaluados en \$20.239.797,5, seguida por la firma Chaide y Chaide S.A. que para este mismo año registró \$17.084.217,30 en activos fijos, después se sitúa Resiflex Duraflex S.A. que de igual manera para finales del período analizado registró \$3.196.151,67 en capacidad instalada, mientras que finalmente se ubica Comercial Industrial Cicla Cía. S.A. con \$153.420,40 en activos fijos de la firma.

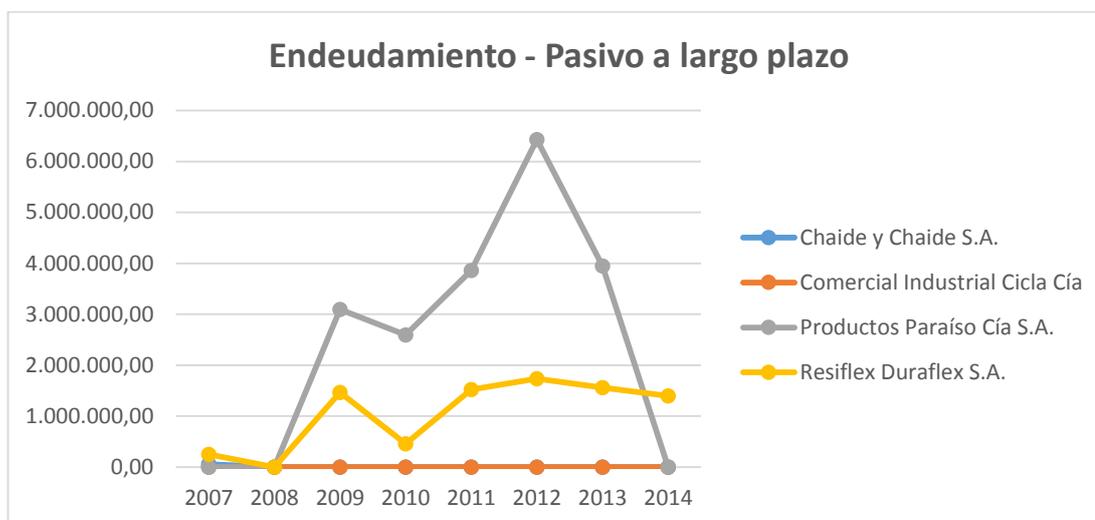
Tabla 20. Endeudamiento - Pasivo al largo plazo del grupo empresarial.

Año	Endeudamiento - Pasivo a largo plazo			
	Chaide y Chaide S.A.	Comercial Industrial Cicla Cía	Productos Paraíso Cía S.A.	Resiflex Duraflex S.A.
2007	51.044,67	0,00	0,00	250.000,00
2008	0,00	0,00	0,00	0,00
2009	0,00	0,00	3.097.639,79	1.467.508,65
2010	0,00	0,00	2.593.074,80	456.536,72
2011	0,00	0,00	3.857.902,23	1.522.323,81
2012	0,00	0,00	6.428.516,85	1.735.624,68
2013	0,00	0,00	3.944.723,92	1.561.638,55
2014	0,00	0,00	0,00	1.395.605,98

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 26. Endeudamiento - Pasivo al largo plazo del grupo empresarial.



Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Por otro lado, en cuanto a endeudamiento, la empresa que más ha incurrido en procesos de financiamiento es Productos Paraíso S.A. que para finales del año 2012 registró un pasivo a largo plazo de \$6.428.516,85, que para ese mismo año la empresa Resiflex Duraflex S.A. registró \$1.735.624,68 en endeudamiento, mientras que las demás firmas no registraron una cuantía significativa en cuanto a endeudamiento se refiere. A pesar de la amplia participación de la firma Chaide y Chaide en el mercado y su considerable crecimiento en capacidad instalada, no ha registrado proceso de financiamiento alguno.

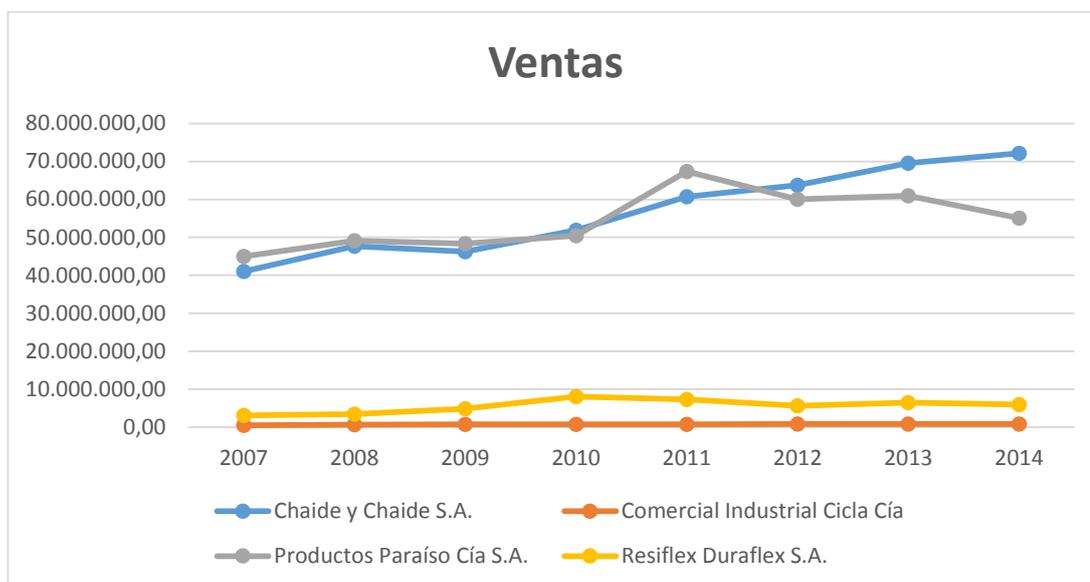
Tabla 21. Ventas del grupo empresarial.

Año	Ventas			
	Chaide y Chaide S.A.	Comercial Industrial Cicla Cía	Productos Paraíso Cía S.A.	Resiflex Duraflex S.A.
2007	41.056.212,85	437.613,21	45.011.948,21	3.108.936,16
2008	47.701.263,45	655.041,29	49.078.690,99	3.442.372,58
2009	46.291.215,59	716.971,22	48.369.621,46	4.825.920,46
2010	51.848.539,52	730.680,05	50.494.851,33	8.055.980,50
2011	60.738.223,40	719.202,73	67.368.631,05	7.252.824,83
2012	63.728.286,70	790.123,03	60.066.085,38	5.569.483,19
2013	69.519.732,29	798.178,34	60.976.752,78	6.414.848,20
2014	72.143.663,30	815.285,36	55.064.434,10	5.955.810,72

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 27. Ventas del grupo empresarial.



Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

En cuanto a volumen de ventas Chaide y Chaide lleva el liderazgo siendo que para el 2014 la empresa registró \$72.143.663,30 en ventas, seguido por Productos paraíso que para el mismo año obtuvo \$55.064.434,10 en ventas, lo cual les ubica a estas dos empresas como líderes del grupo empresarial y del mercado dentro de la fabricación de colchones. Las empresas Resiflex Duraflex S.A. y Comercial Industrial Cicla Cía. por su parte registran el tercer y cuarto lugar en cuanto a nivel de ventas en el sector registrando un volumen de ventas de \$5.955.810,72 y \$815.285,36 respectivamente.

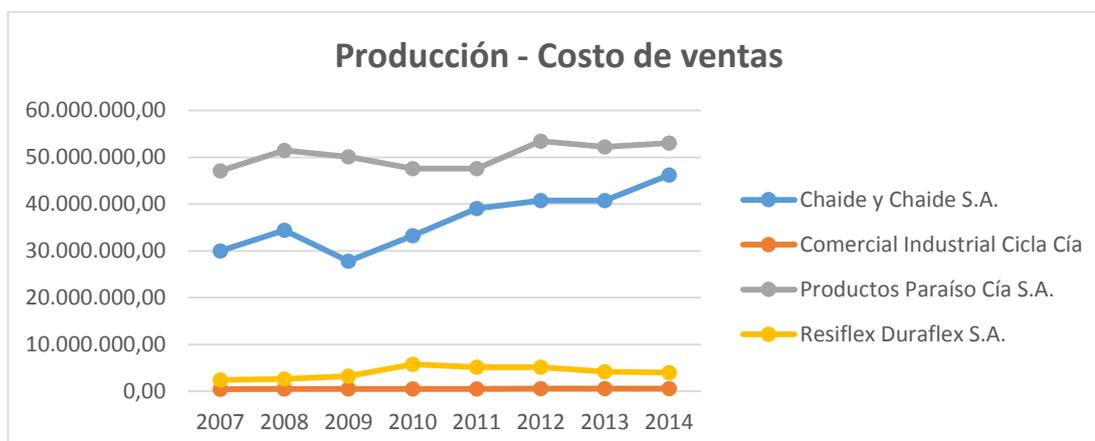
Tabla 22. Producción - Costo de ventas del grupo empresarial.

Año	Producción - Costo de ventas			
	Chaide y Chaide S.A.	Comercial Industrial Cicla Cía.	Productos Paraíso Cía. S.A.	Resiflex Duraflex S.A.
2007	29.984.069,33	413.302,95	47.114.779,00	2.410.019,93
2008	34.397.700,75	498.888,28	51.448.615,91	2.631.761,35
2009	27.791.484,63	464.350,62	50.106.945,61	3.205.714,53
2010	33.243.354,41	500.367,34	47.625.178,98	5.762.042,41
2011	39.078.329,83	492.837,85	47.625.178,98	5.158.102,24
2012	40.779.022,09	542.837,85	53.462.172,30	5.118.570,13
2013	40.779.022,09	526.018,03	52.266.713,33	4.160.548,75
2014	46.221.577,30	577.492,22	53.037.196,90	3.943.049,62

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 28. Producción - Costo de ventas del grupo empresarial.



Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

En cuanto a costos de producción se refiere, la empresa que mayores costos productivos genera es Productos Paraíso S.A. que para finales del 2014 registró un valor de \$53.037.196,90 en costos de producción, seguido por Chaide y Chaide con un valor de \$46.221.577,30 durante el mismo año; por otro lado se ubican las empresas Resiflex Duraflex S.A. y Comercial Industrial Cicla Cía. S.A. con \$3.943.049,62 y \$577.492,22 en costos productivos respectivamente. Como se pudo observar anteriormente, a pesar de los altos costos productivos y el alto margen de endeudamiento de Productos Paraíso S.A. la empresa no lidera el mercado, mientras que Chaide y Chaide encabeza el sector con costos productivos considerables y un nivel de solvencia sostenible.

4.1.2 Análisis de concentración de mercado.

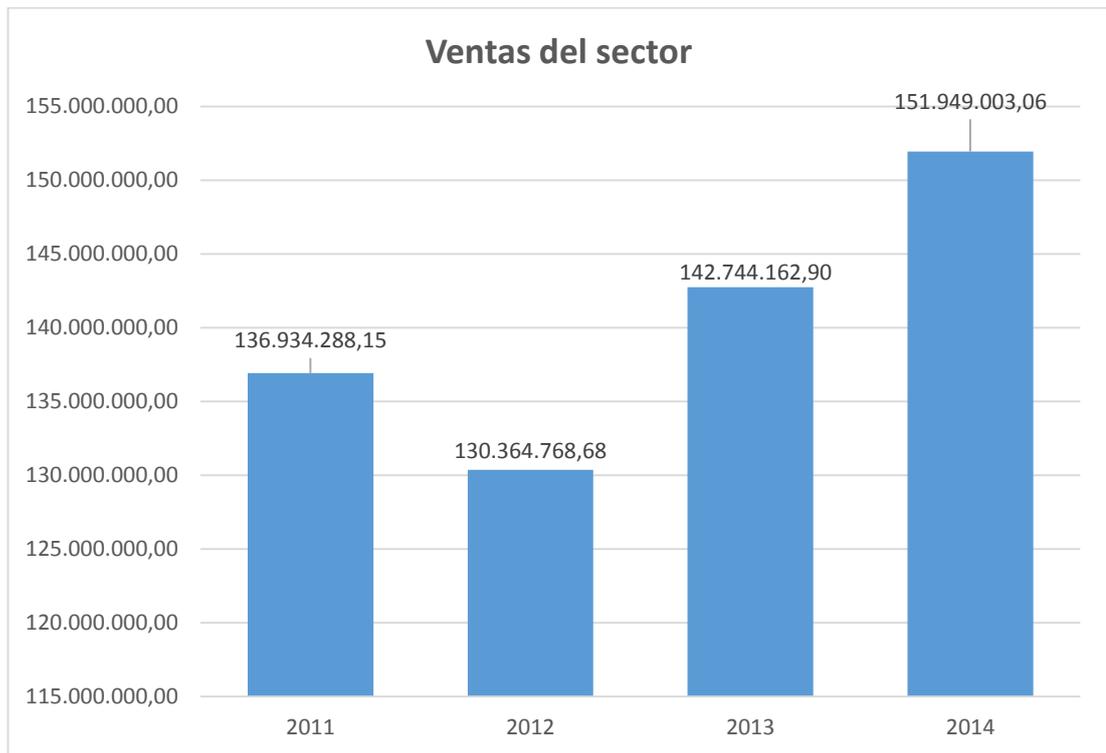
Tabla 23. Participación del sector CIU C 310005 en la economía ecuatoriana.

Año	Ventas del sector de fabricación de colchones	PIB a precios corrientes	Peso del sector
2011	136.934.288,15	79.276.664.000	0,17%
2012	130.364.768,68	87.924.544.000	0,15%
2013	142.744.162,90	94.776.170.000	0,15%
2014	151.949.003,06	100.917.372.000	0,15%
Total:	561.992.222,79	362.894.750.000	0,15%
Promedio:	140.498.055,70	90.723.687.500	0,16%

Fuente: BCE, SRI, Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

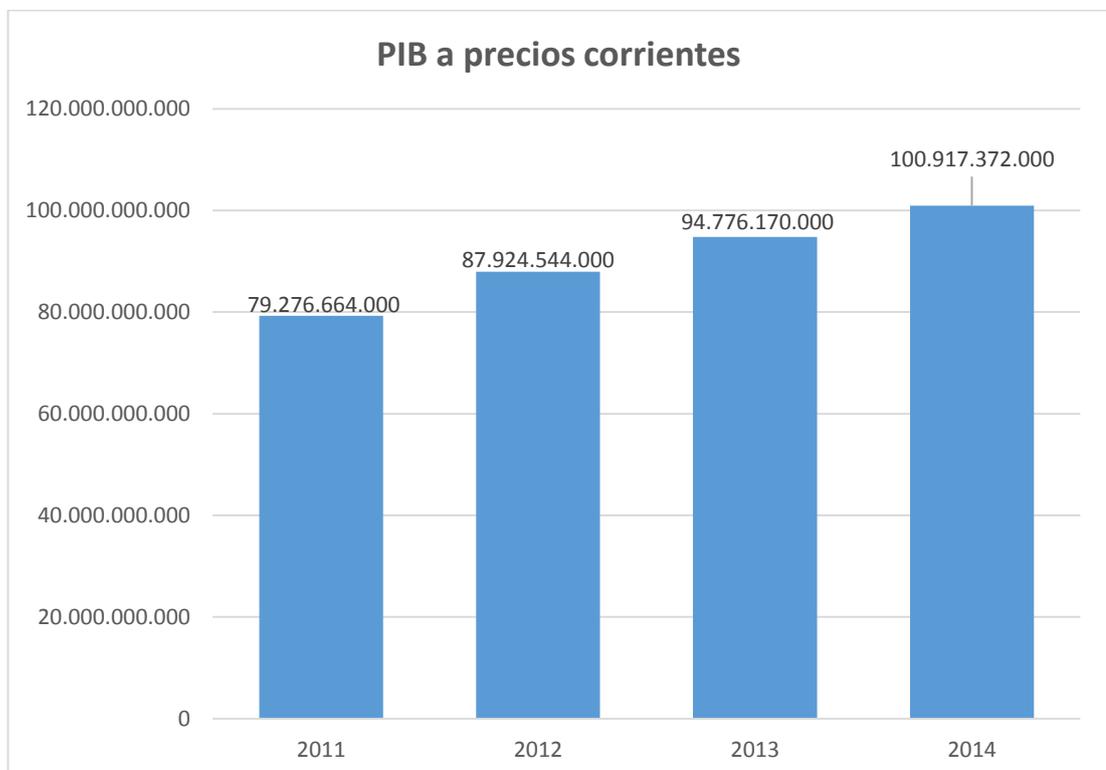
Gráfico 29. Ventas del sector de fabricación de colchones.



Fuente: BCE, SRI, Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

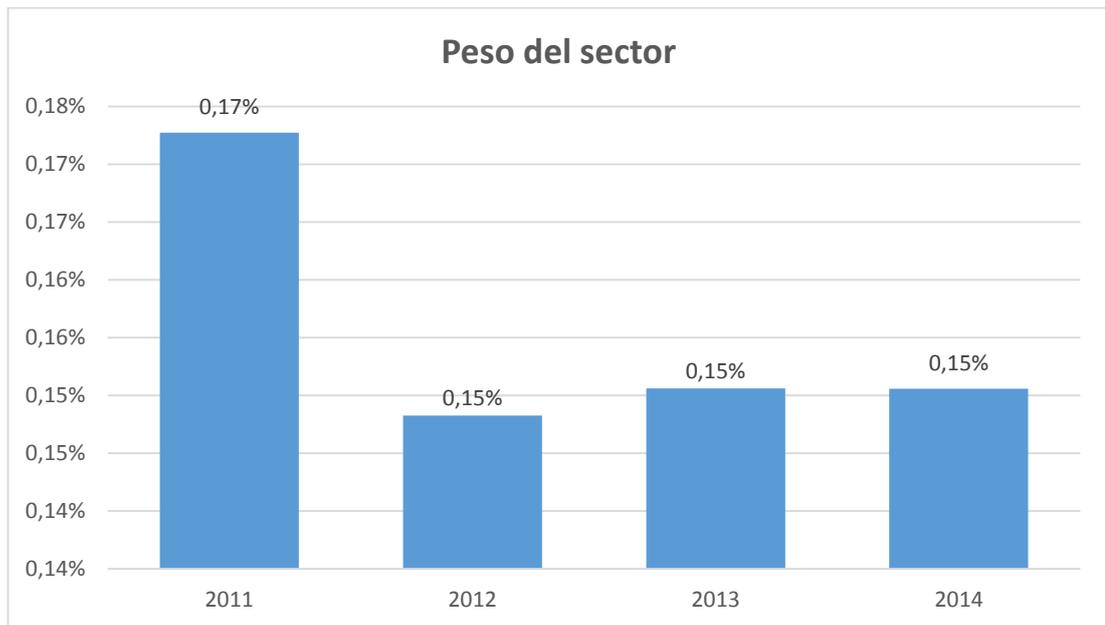
Gráfico 30. PIB a precios corrientes.



Fuente: BCE, SRI, Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 31. Peso del sector de fabricación de colchones con respecto al PIB.



Fuente: BCE, SRI, Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Como se puede observar en la Tabla 23 y en el Gráfico 31, la participación del sector dentro de la economía ecuatoriana conforma el 0,16%, esto a pesar de significar un peso relativamente pequeño, este mercado forma parte de un sector muy diverso de la producción nacional, lo que muestra que aunque siendo no muy significativo, la fabricación de colchones promete adquirir mayor reconocimiento y significancia dentro de la producción manufacturera del Ecuador, ya que como se observa de igual manera en el Gráfico 31 su peso en la economía nacional ha venido recuperándose y muestra signos de expansión para los períodos siguientes.

El más bajo nivel en cuanto a la estimación del peso del sector fue registrado durante el año 2012, ocasionado especialmente por una disminución de las ventas durante este año, el cual pudo ser experimentado dentro del sector no societario. Por otro lado, el valor más alto registrado del peso del sector fue observado durante el año 2011 con un porcentaje del 0,17% de participación en la economía nacional.

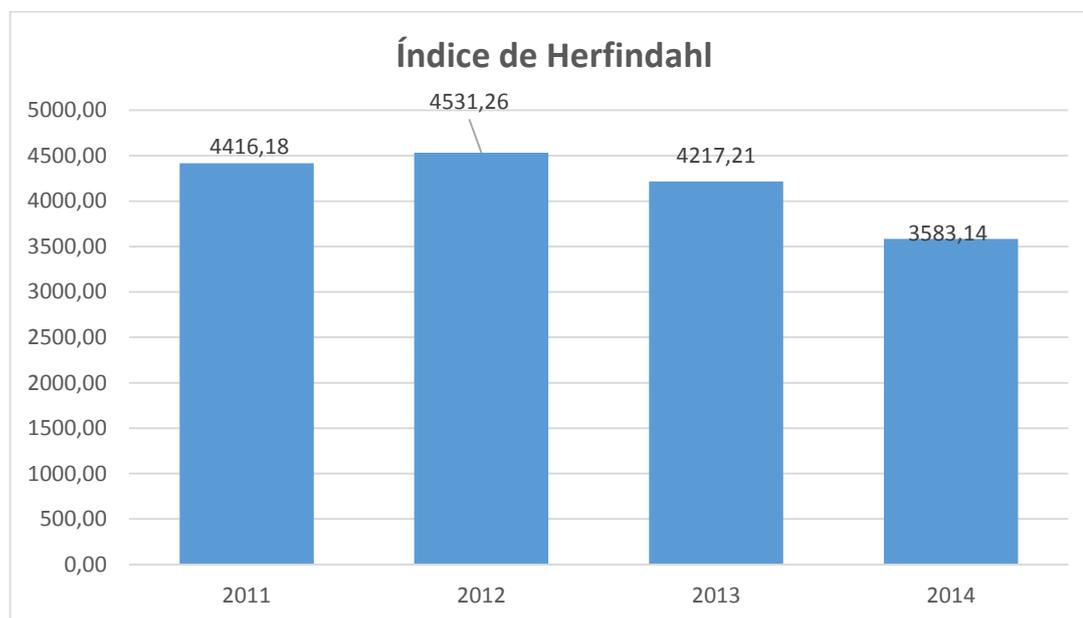
El sector de fabricación de colchones da indicios de un crecimiento relativamente mayor al comportamiento de la economía del país, debido a que su peso se va incrementado a lo largo del tiempo lo cual nos da indicios que el resto de la economía comparativamente no crece al mismo ritmo.

Tabla 24. Concentración de mercado del grupo empresarial.

Año	Cuota de mercado	Índice de Herfindahl
2011	99,38%	4416,18
2012	99,84%	4531,26
2013	96,47%	4217,21
2014	88,17%	3583,14
Total:	95,72%	4139,82
Promedio:	95,92%	4160,30

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 32. Cuota de mercado del grupo empresarial.



Fuente: SRI y Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

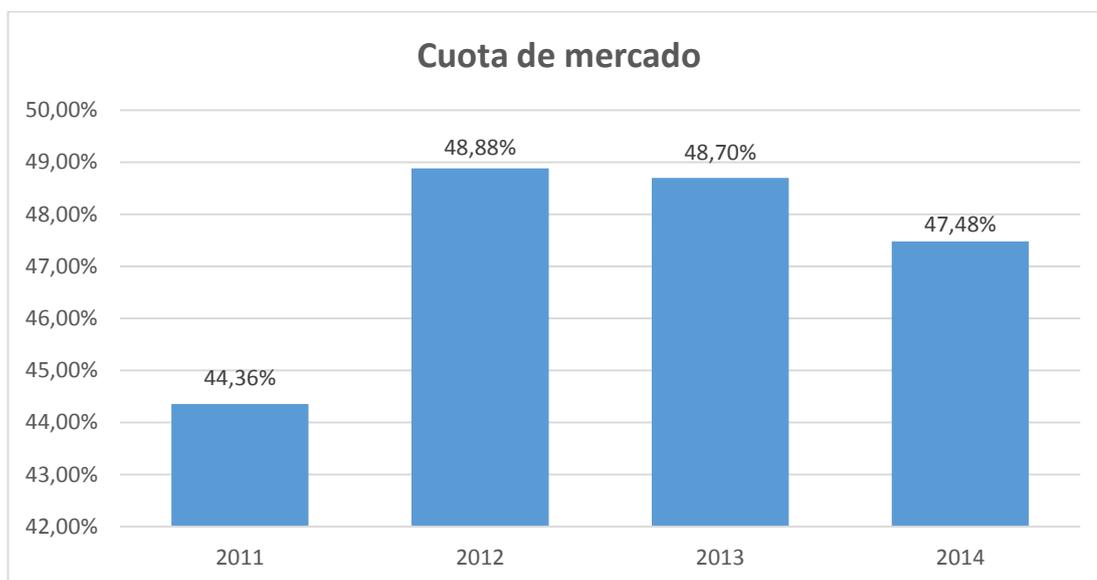
El grupo empresarial conformado por las empresas Chaide y Chaide, Comercial Industrial Cicla Cía. S.A., Productos Paraíso S.A. y Resiflex Duraflex conjuntamente poseen el mayor índice de cuota de mercado del sector, con un índice de Hirschman-Herfindahl promedio de 4.160,30 puntos para todo el período estudiado, que según Navarro, Ocampo, & Saumeth, (2013), es mayor que 1800 por lo que se puede considerar a la estructura del mercado de este sector como oligopolístico con tendencias al monopolio. El grupo empresarial estudiado es un claro oligopolio conformado por cuatro empresas de las cuales dos tienden a liderar la fabricación de colchones, también es observable que no ejercen poder de mercado por lo que las implicaciones de su participación en el sector se observarán a continuación.

Tabla 25. Concentración de mercado "Chaide y Chaide".

Año	Cuota de mercado	Índice de Herfindahl
2011	44,36%	1967,43
2012	48,88%	2389,70
2013	48,70%	2371,92
2014	47,48%	2254,24
Total:	47,35%	2242,47
Promedio:	47,36%	2242,53

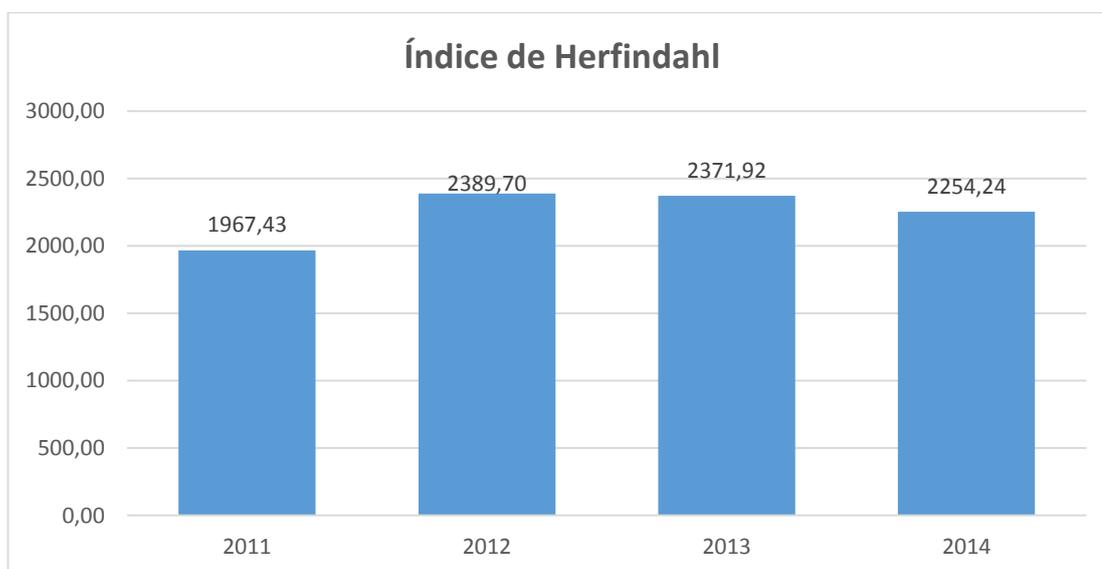
Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 33. Cuota de mercado "Chaide y Chaide".



Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 34. Índice de Herfindahl "Chaide y Chaide"



Elaborado por: Luciano Altamirano E.

En promedio la cuota de mercado de la empresa Chaide y Chaide durante el período estudiado asciende al 47,36% con un índice de Hirschman-Herfindahl de 2242,53, lo que muestra que la empresa es concentrada, siendo que para el año 2012 su participación en el mercado fue la más alta durante el período estudiado, mientras que para el año 2011 la empresa registró su cuota de mercado más baja, obteniendo 1967,43 puntos en el índice de Hirschman-Herfindahl y una cuota de mercado del 44,36%. La empresa Chaide y Chaide muestra un comportamiento inestable en cuanto a los niveles de concentración de mercado, que como se ha detallado anteriormente, tanto las ventas de la firma y su participación en el mercado responde a comportamientos exógenos de carácter coyuntural.

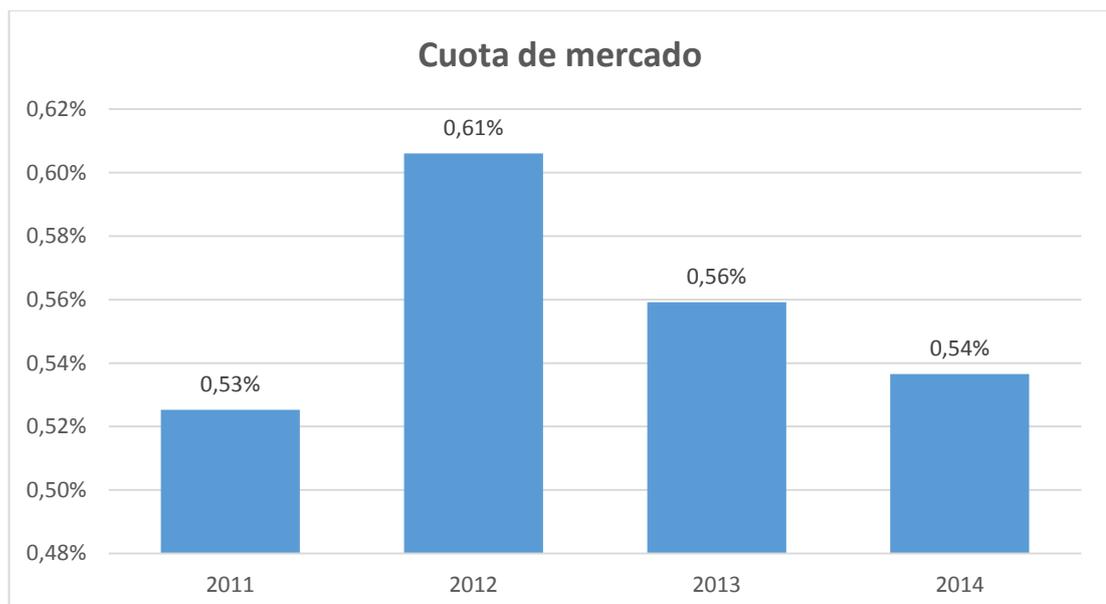
Tabla 26. Concentración de mercado "Comercial Industrial Cicla Cía S.A.".

Año	Cuota de mercado	Índice de Herfindahl
2011	0,53%	0,2759
2012	0,61%	0,3673
2013	0,56%	0,3127
2014	0,54%	0,2879
Total:	0,56%	0,3088
Promedio:	0,56%	0,3100

Fuente: SRI y Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

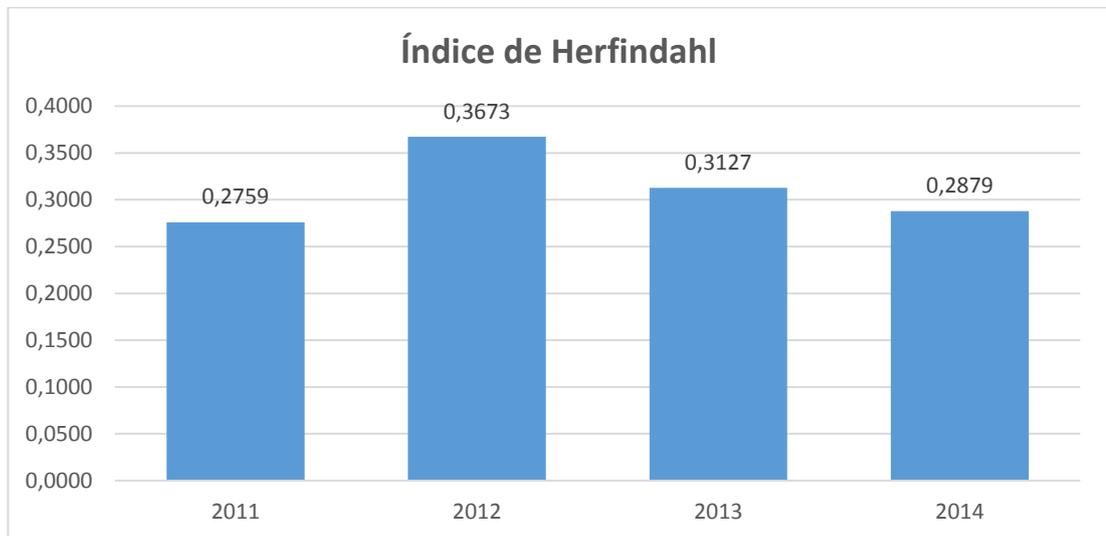
Gráfico 35. Cuota de mercado "Comercial Industrial Cicla Cía S.A.".



Fuente: SRI y Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 36. Índice de Herfindahl "Comercial Industrial Cicla Cía S.A.".



Fuente: SRI y Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Luciano Altamirano E.

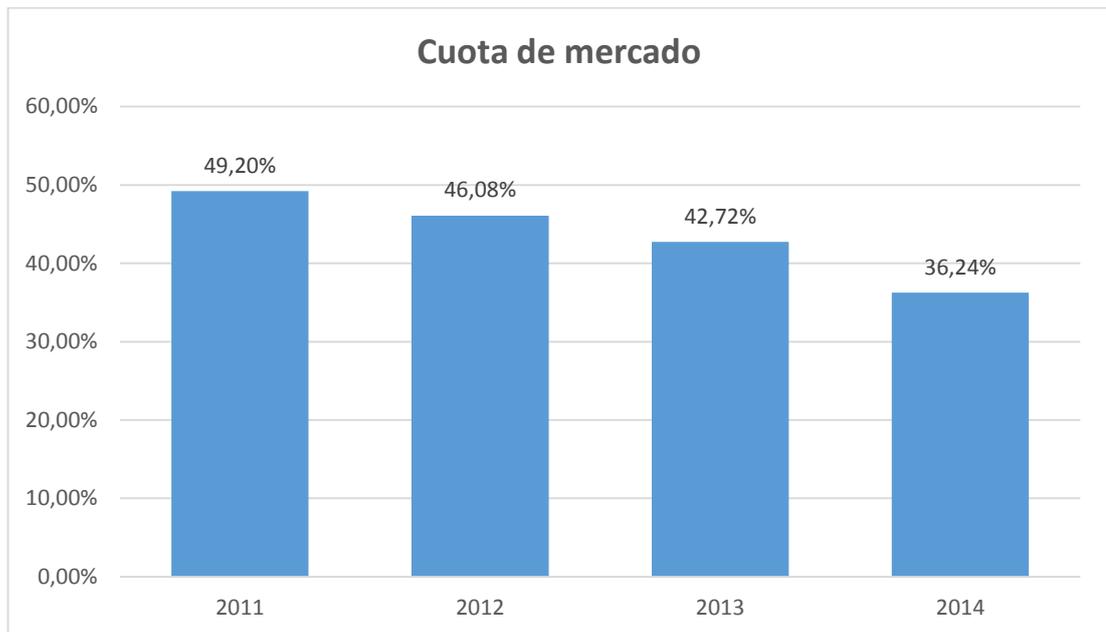
La empresa Comercial Industrial Cicla Cía. S.A. en promedio posee la cuota de mercado más baja del grupo empresarial, puesto que en promedio durante el período estudiado la cuota de mercado de la firma se registró en apenas el 0,56%, con un índice de Hirschman-Herfindahl de 0,31, lo cual muestra que la empresa no posee una participación significativa en el sector; si bien ha incrementado su participación en el mercado durante el período estudiado esta sigue no siendo considerable. Es muy probable que esta empresa vaya a salir del mercado puesto que la cuota de mercado de la empresa es muy pequeña y que cada vez las dos empresas líderes Chaide y Chaide y Productos Paraíso incrementan su participación en el mercado nacional de fabricación de colchones.

Tabla 27. Concentración de mercado "Productos Paraíso Cía S.A.".

Año	Cuota de mercado	Índice de Herfindahl
2011	49,20%	2420,42
2012	46,08%	2122,94
2013	42,72%	1824,79
2014	36,24%	1313,25
Total:	43,32%	1876,94
Promedio:	43,56%	1897,24

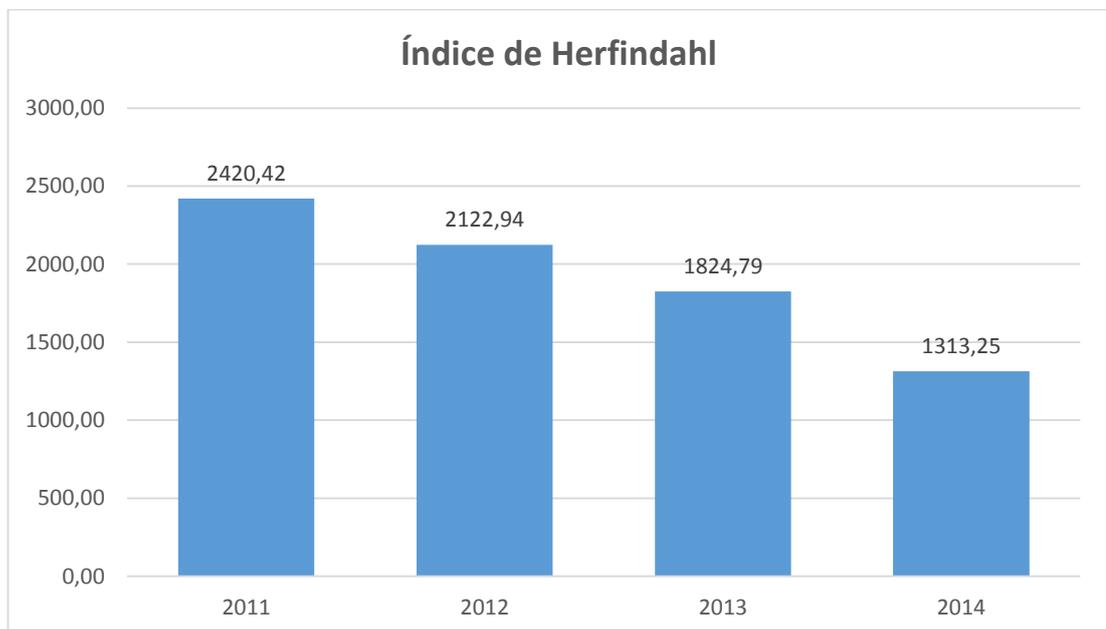
Fuente: SRI y Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 37. Cuota de mercado "Productos Paraíso Cía S.A.".



Fuente: SRI y Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 38. Índice de Herfindahl "Productos Paraíso Cía S.A.".



Fuente: SRI y Superintendencia de Compañías
Elaborado por: Luciano Altamirano E.

La empresa Productos Paraíso S.A. en promedio registró una cuota de mercado del 43,56% con un índice de Hirschman-Herfindahl de 1897,24 puntos, lo que muestra una considerable participación en el mercado de fabricación de colchones, consecuentemente se observa el nivel más alto en cuanto a su participación de mercado

durante el año 2011 con un valor del 49,20% de cuota de mercado y 2.420,42 puntos en el índice de Hirschman-Herfindahl, mientras que el valor más bajo fue registrado durante el 2014 con un valor del 36,24% de cuota de mercado y 1.313,25 puntos en el índice de Hirschman-Herfindahl. La participación de la firma en el mercado tiende a ser variable, por lo que de igual manera presenta un comportamiento relativamente variable en cuanto a la concentración de mercado. Esto describe la susceptibilidad de la empresa frente a eventos externos o internos que puedan afectar la competitividad de Productos Paraíso S.A, siendo que por más concentrado se encuentre el sector, la empresa tiende a ser susceptible a ser afectada por efectos dentro del comercio exterior o de acontecimientos que incidan en la competitividad de la industria dentro del sector de fabricación de colchones.

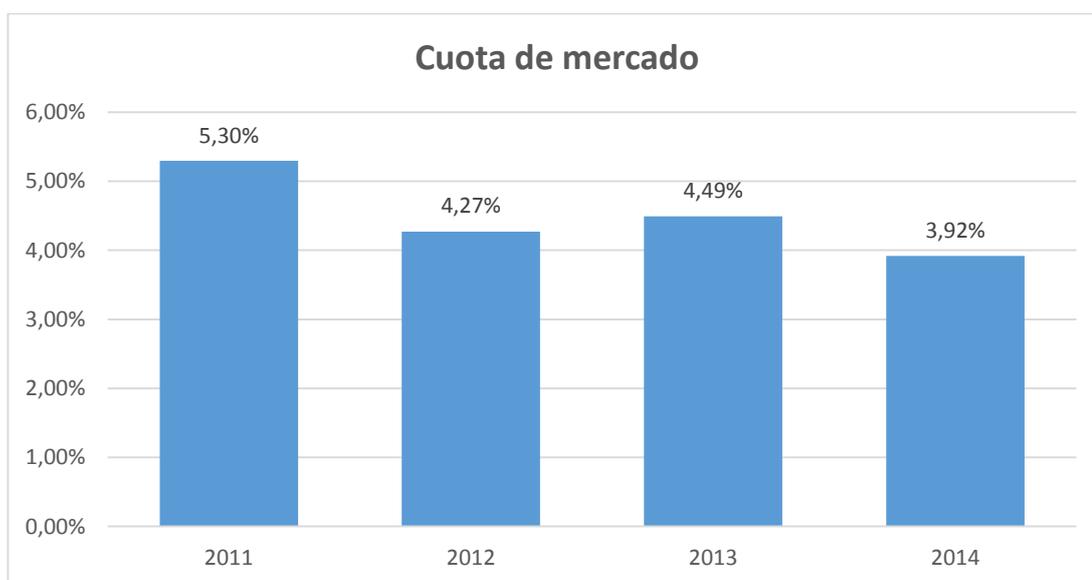
Tabla 28. Concentración de mercado "Resiflex Duraflex S.A.".

Año	Cuota de mercado	Índice de Herfindahl
2011	5,30%	28,05
2012	4,27%	18,25
2013	4,49%	20,20
2014	3,92%	15,36
Total:	4,48%	20,10
Promedio:	4,50%	20,21

Fuente: SRI y Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

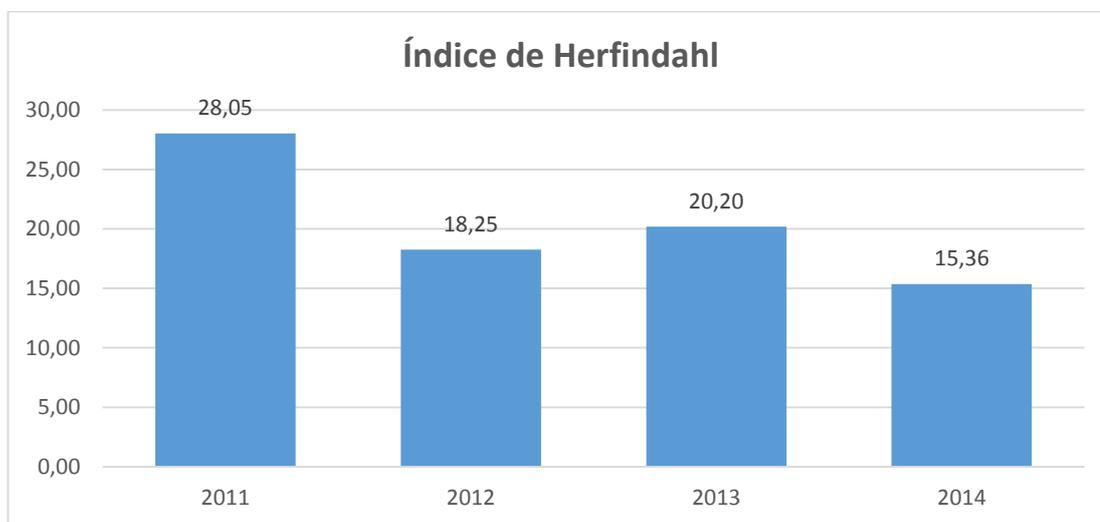
Gráfico 39. Cuota de mercado "Resiflex Duraflex S.A.".



Fuente: SRI y Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 40. Índice de Herfindahl "Resiflex Duraflex S.A.".



Elaborado por: Luciano Altamirano E.

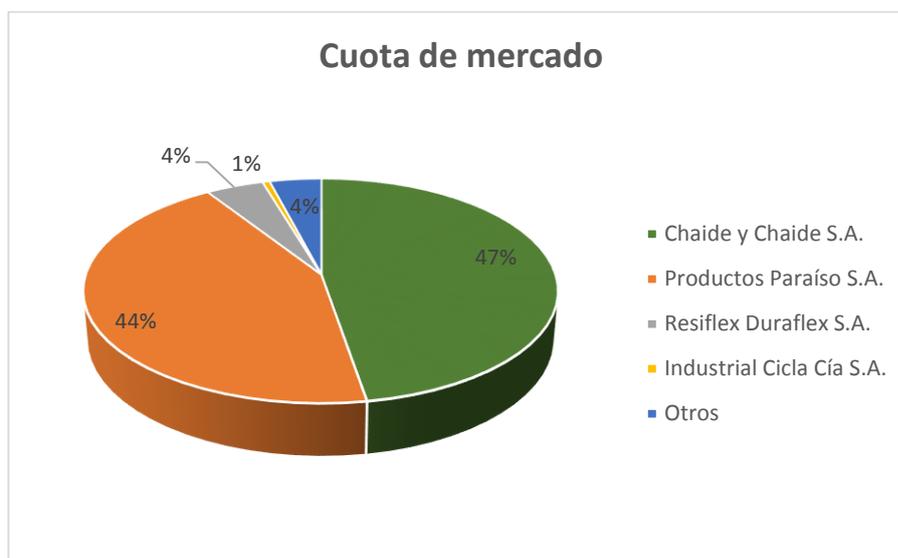
Resiflex Duraflex S.A. presenta en promedio una cuota de mercado del 4,50% con un índice de Hirschman-Herfindahl de 20,21 puntos. La empresa registra un valor de concentración de mercado relativamente no considerable; se observó el valor más bajo en cuanto a concentración de mercado para el año 2014 con una cuota de mercado del 3,92% y con un índice de Hirschman-Herfindahl de 15,36, mientras que el nivel más alto de cuota de mercado fue registrado durante el año 2011 con un valor de 5,30% y con un índice de Hirschman-Herfindahl de 28,05 puntos. La participación de Resiflex Duraflex S.A. en el mercado no es considerable además de que tiene una tendencia descendente, lo cual indica una pérdida de participación en el mercado que conjuntamente se observa similar tendencia en las demás empresas que puede atribuirse al incremento de la participación del sector no societario o de la incursión del producto extranjero.

Tabla 29. Cuota de mercado promedio por empresa.

Categoría	Porcentaje
Chaide y Chaide S.A.	47,36%
Productos Paraíso S.A.	43,56%
Resiflex Duraflex S.A.	4,50%
Industrial Cicla Cía S.A.	0,56%
Otros	4,03%
Total:	100,00%

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 41. Cuota de mercado promedio por empresa.



Fuente: SRI y Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Como se puede observar en el gráfico anterior, la empresa que mayor cuota de mercado posee es Chaide y Chaide S.A. que en promedio durante todo el período estudiado obtuvo el 47,36% de la cuota de mercado del sector, en segundo lugar se encuentra Productos Paraíso S.A. que posee el 43,56% del mercado, mientras que posteriormente se sitúan las empresas Resiflex Duraflex S.A. e Industrial Cicla Cía. S.A. con un 4,50% y 0,56% de cuota de mercado respectivamente.

El gráfico anterior muestra a fondo cómo se encuentra estructurado el mercado del sector de la fabricación de colchones en el Ecuador, el cual ejemplifica la predominancia de dos empresas fuertemente afianzadas en el mercado que son Chiade y Chaide y Productos Paraíso S.A. que conjuntamente controlan el 90,92% del mercado total de la industria. Otro aspecto muy importante a tomar en cuenta es que el sector no societario conforma apenas el 4,03% de la cuota de mercado total, es decir, que esta parte de la oferta de colchones en el Ecuador se encuentra conformada por un grupo diverso conformado por 20 microempresas no registradas como sociedades, sin embargo es indiscutible la predominancia de las cuatro empresas conformadas por el grupo empresarial descrito anteriormente y sobre todo la dominancia de Chaide y Chaide y Productos Paraíso S.A. que son firmas que se han afianzado fuertemente en el mercado ya que poseen renombre y posición dentro de los hábitos de consumo de la población.

4.1.3 Análisis contextual.

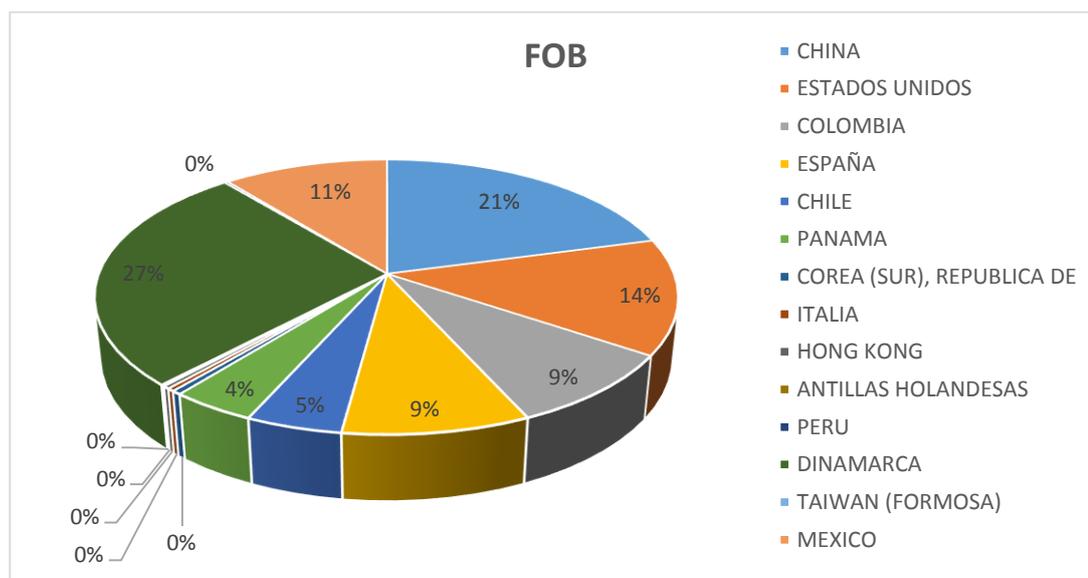
Tabla 30. Importaciones de Colchones según NANDINA 9404.21 y 9404.29 valores FOB y CIF (2014).

Origen	FOB	CIF
CHINA	504.650	551.680
ESTADOS UNIDOS	329.270	354.760
COLOMBIA	214.390	263.940
ESPAÑA	215.180	240.780
CHILE	110.490	116.860
PANAMÁ	98.310	100.560
COREA (SUR), REPUBLICA DE	10.920	11.360
ITALIA	8.200	8.550
HONG KONG	7.600	7.940
ANTILLAS HOLANDESAS	2.730	2.790
PERÚ	1.820	1.880
DINAMARCA	654.980	711.690
TAIWÁN (FORMOSA)	5.690	6.340
MÉXICO	260.480	272.790
Total:	2.424.710	2.651.920

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

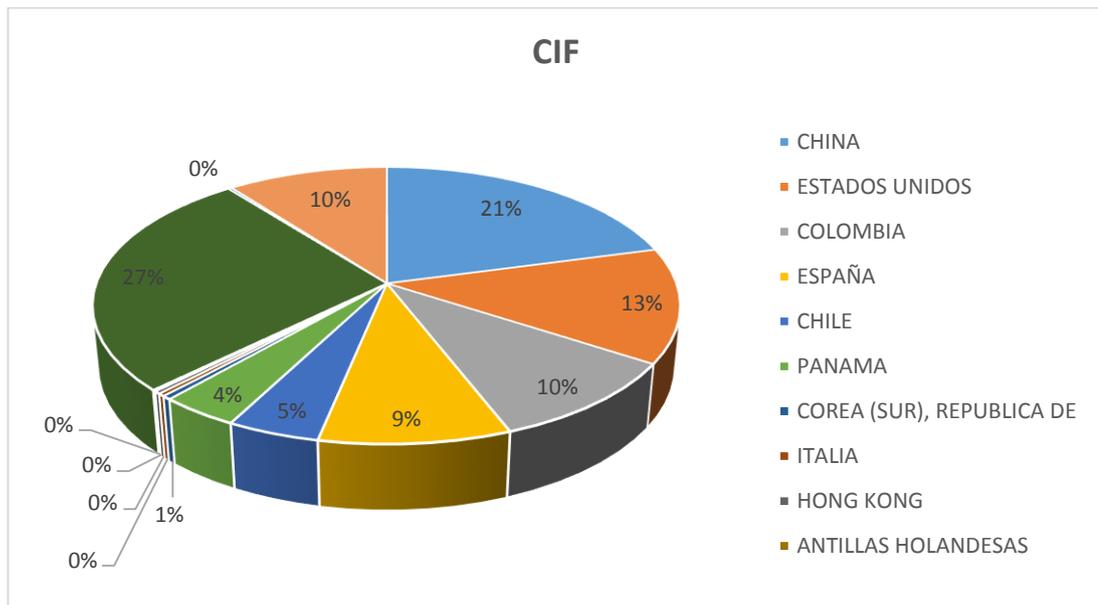
Gráfico 42. Participación de las importaciones por país de origen, valores FOB.



Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 43. Participación de las importaciones por país de origen, valores CIF.



Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Para el 2014 dentro de los principales orígenes de las importaciones de colchones se encuentra Dinamarca conformando el 27% de las transacciones, posteriormente se ubica China que supone el 21% del origen de todas las importaciones, detrás se encuentra Estados Unidos con un 13% y finalmente se ubica Colombia con un 10% del total de las importaciones nacionales de colchones.

Como se pudo mostrar anteriormente, Dinamarca es el principal origen de todas las importaciones de colchones de nuestro país, sin embargo su participación ha sido eventual a lo largo del período estudiado, dicho de otra manera; la participación de Dinamarca en el mercado ecuatoriano es reciente, siendo que para finales del 2014 obtuvo una intervención considerable en la oferta de colchones.

China, Estados Unidos y Colombia por su parte poseen una competitividad mayor en cuanto a precios y tipo de cambio nominal se refiere, lo cual implica una mayor accesibilidad al mercado ecuatoriano debido a que la moneda circulante del Ecuador es el dólar norteamericano que en comparación con el Peso colombiano y el Yuan chino es una divisa avaluada que favorece la salida de divisas y limita la competitividad nacional a nivel interno y externo de la producción del país.

La oferta china es sumamente competitiva, puesto que los bajos costos y la divisa relativamente devaluada que posee la oferta productiva china facilitan la incursión de sus productos en economías no desarrolladas y mucho más si la moneda circulante es extranjera, no se posee política monetaria y sobre todo la divisa es avaluada. Colombia por su parte también posee política monetaria además de que es un país colindante con el Ecuador y posee una divisa devaluada con respecto al dólar estadounidense. Esto muestra las facilidades de incursión que poseen estos países dentro de la economía ecuatoriana por lo que contraproducentemente puede limitar el desenvolvimiento de las firmas nacionales en el mercado.

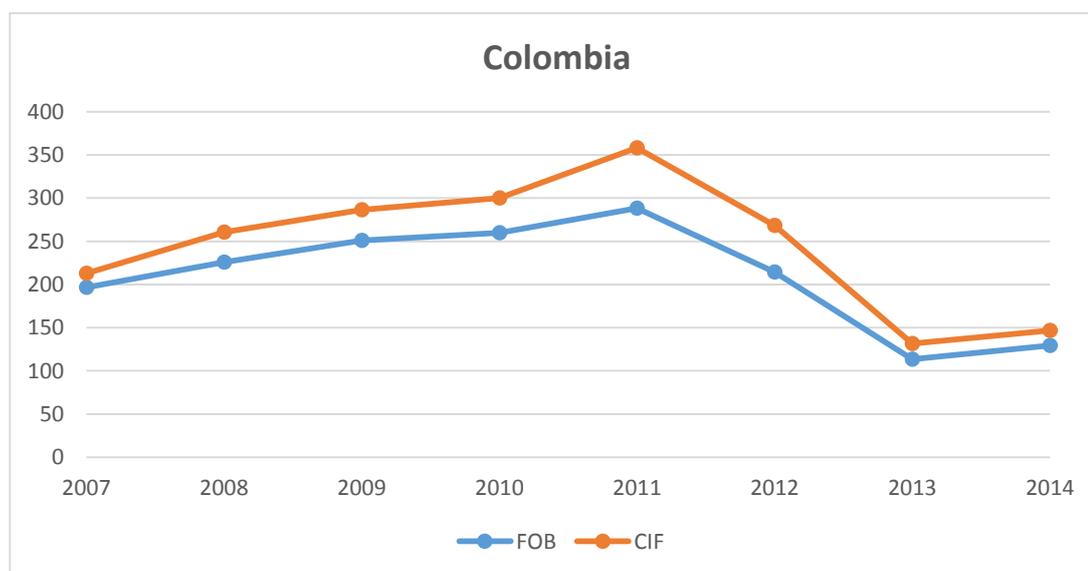
Tabla 31. Importaciones de Colchones a valores FOB y CIF, 2007-2014.

Años	Colombia		China	
	FOB	CIF	FOB	CIF
2007	196.430	212.740	129.490	149.290
2008	225.700	260.460	284.090	321.810
2009	250.840	286.350	388.040	411.630
2010	259.850	300.120	537.000	612.510
2011	288.110	358.150	405.250	435.270
2012	214.390	268.270	504.650	551.680
2013	113.530	131.520	557.490	593.050
2014	129.350	146.840	559.510	598.080

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

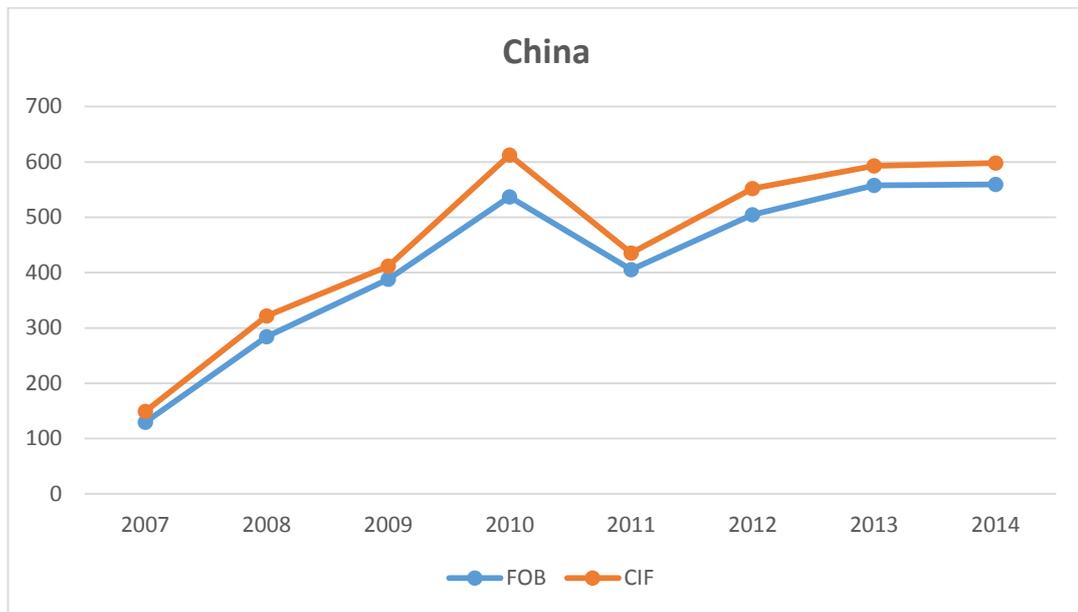
Gráfico 44. Importaciones de Colchones a valores CIF y FOB, Colombia.



Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 45. Importaciones de Colchones a valores CIF y FOB, China.



Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

A lo largo del tiempo desde el 2007 al 2014 las importaciones a valores FOB de colchones de origen colombiano se han reducido en un 34,15%, mientras que a valores CIF las importaciones se redujeron en un 30,98%. Las importaciones de colchones de origen chino a valores FOB han crecido un 332,09%, mientras que a valores CIF las importaciones crecieron en 300,62%.

Las importaciones de colchones desde Colombia se han visto reducidas con respecto a las importaciones chinas, lo cual muestra una tendencia creciente de la incursión de productos chinos hacia nuestra economía. La alta competitividad cambiaria extranjera genera que cada vez más productos ingresen al país a precios más competitivos que los nacionales lo que a su vez afecta a la producción nacional; sin embargo tales efectos pueden llegar a relacionarse con la capacidad de que una empresa relativamente concentrada no pueda llegar a ejercer poder de mercado simplemente por la constante amenaza de la incursión de producto extranjero a precios más competitivos derivados de la política monetaria extranjera.

Existe una clara relación entre la posibilidad que poseen las firmas para ejercer poder de mercado y las políticas cambiarias que adoptan los gobiernos, puesto que la

competitividad de los productos extranjeros es superior solamente por las acciones devaluatorias que puedan adoptar países extranjeros.

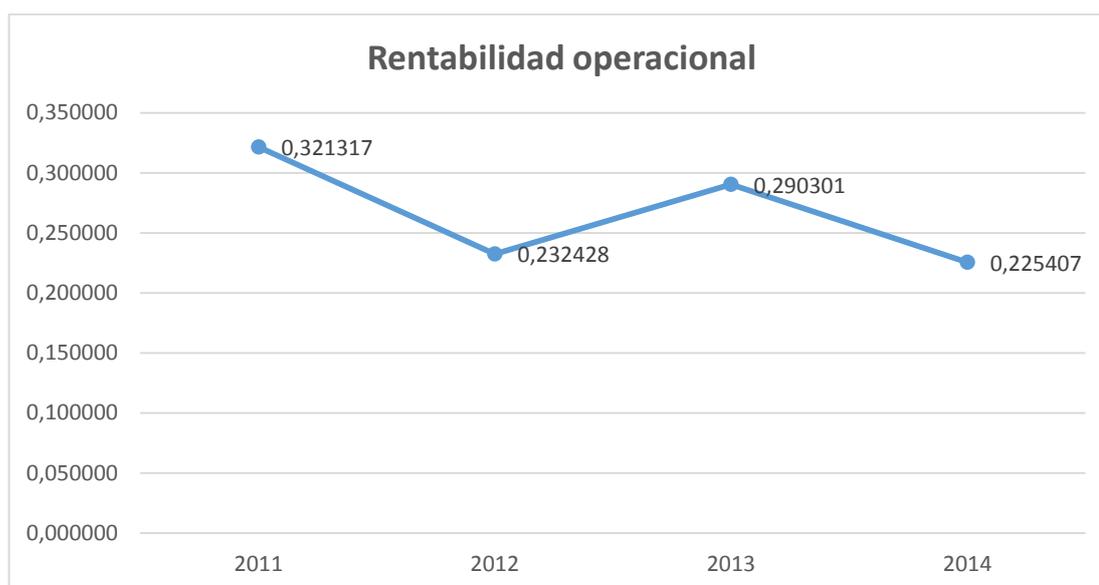
Tabla 32. Variables contra el tiempo.

Año	Rentabilidad operacional	Concentración de mercado	Índice de precios al consumidor de colchones	Ingreso promedio familiar mensual
2011	0,321317	4416,18	0,0025	492,80
2012	0,232428	4531,26	0,0005	545,07
2013	0,290301	4217,21	0,0005	593,60
2014	0,225407	3583,14	0,0001	634,67

Fuente: Superintendencia de Compañías, INEC.

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 46. Rentabilidad operacional del grupo empresarial.

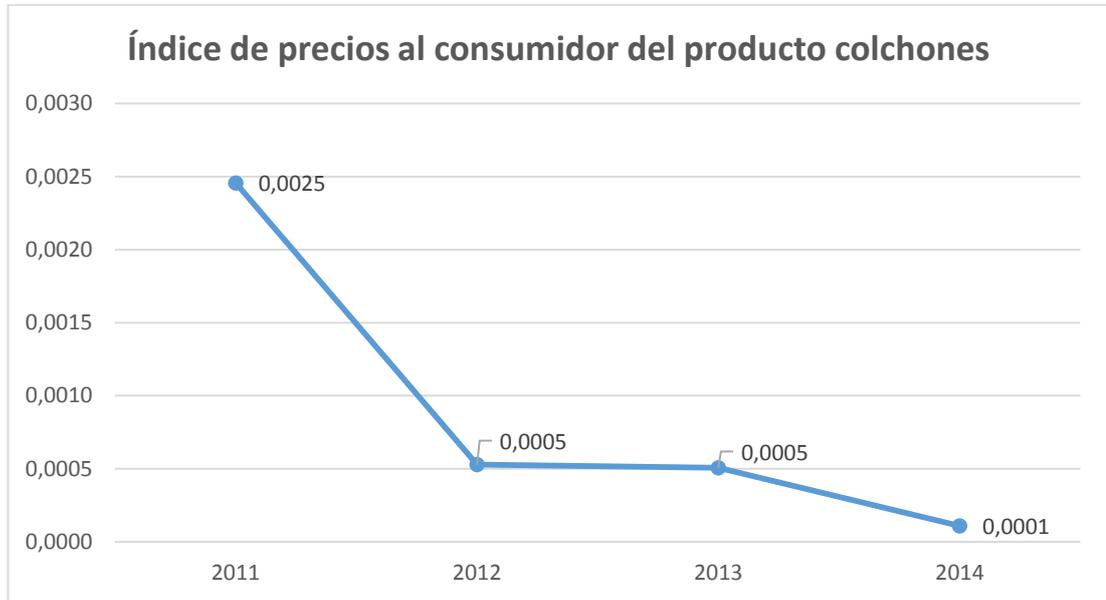


Fuente: SRI y Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

La rentabilidad operacional muestra un claro descenso durante los tres últimos años sujetos a análisis, esto muestra que desde el 2011 al 2014 la rentabilidad operacional del grupo empresarial decreció en un 29,85%. Esto muestra una reducción de la rentabilidad en función de los costos operacionales, lo cual en contraste con el crecimiento del PIB muestra que la fabricación de colchones ha disminuido su rentabilidad, hecho que no responde a un proceso contractivo de la economía sino más bien de eventos externos o de cambios en los hábitos de consumo de la población.

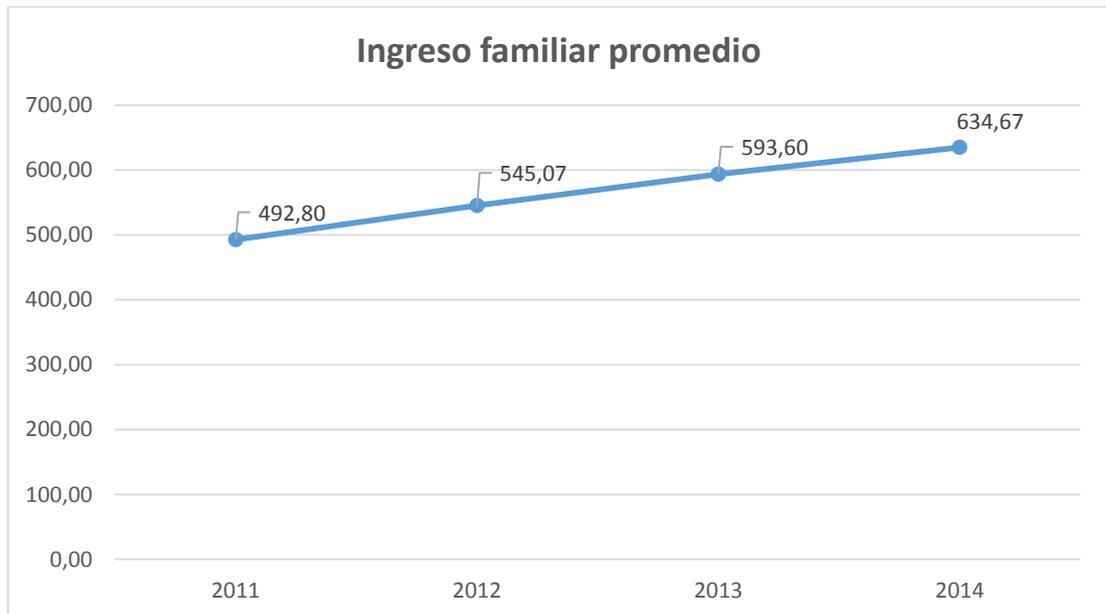
Gráfico 47. IPC Colchón.



Fuente: INEC.

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 48. Ingreso familiar mensual promedio.



Fuente: SRI y Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

El IPC del colchón se redujo en un 96% del año 2011 al 2014, mientras que el Ingreso familiar mensual se incrementó en un 28,79% durante el mismo período. Las mínimas variaciones en los precios del colchón muestran una incapacidad de las empresas para ejercer poder de mercado a pesar de que se encuentren concentradas, siendo que los efectos inerciales del mercado se comportan como si se tratara de un mercado de

competencia perfecta, lo cual no puede describir enteramente a un sector que es considerablemente concentrado.

Si no existe noción de la presencia de poder de mercado en el sector mientras que el grupo empresarial se encuentra concentrado, esto quiere decir que existe otro factor de incidencia que influye en la capacidad del grupo empresarial para ejercer poder de mercado. Esto a su vez implica que si no existe la suficiente competencia puesto que el sector es concentrado, la amenaza de incursión en el mercado proviene del exterior, definiéndose a este como la competitividad extranjera, no necesariamente en calidad sino más bien en cuanto a precios se refiere.

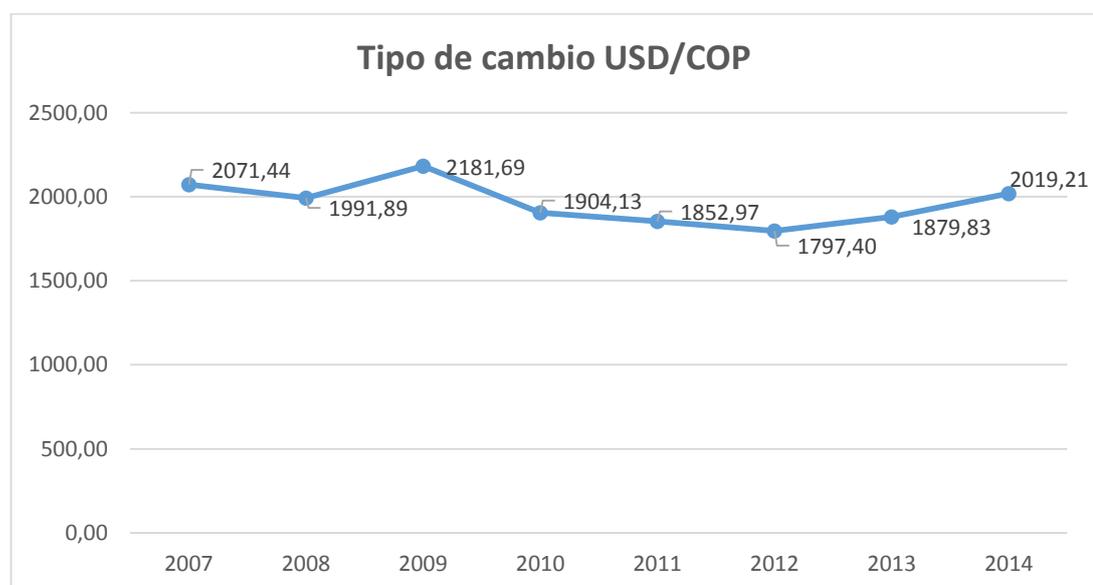
Tabla 33. Tipo de cambio nominal USD/COP - USD/CNY.

Año	Tipo de cambio USD/COP	Tipo de cambio USD/CNY
2007	2071,44	75,84
2008	1991,89	69,25
2009	2181,69	68,30
2010	1904,13	67,60
2011	1852,97	64,49
2012	1797,40	63,02
2013	1879,83	61,43
2014	2019,21	61,71

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

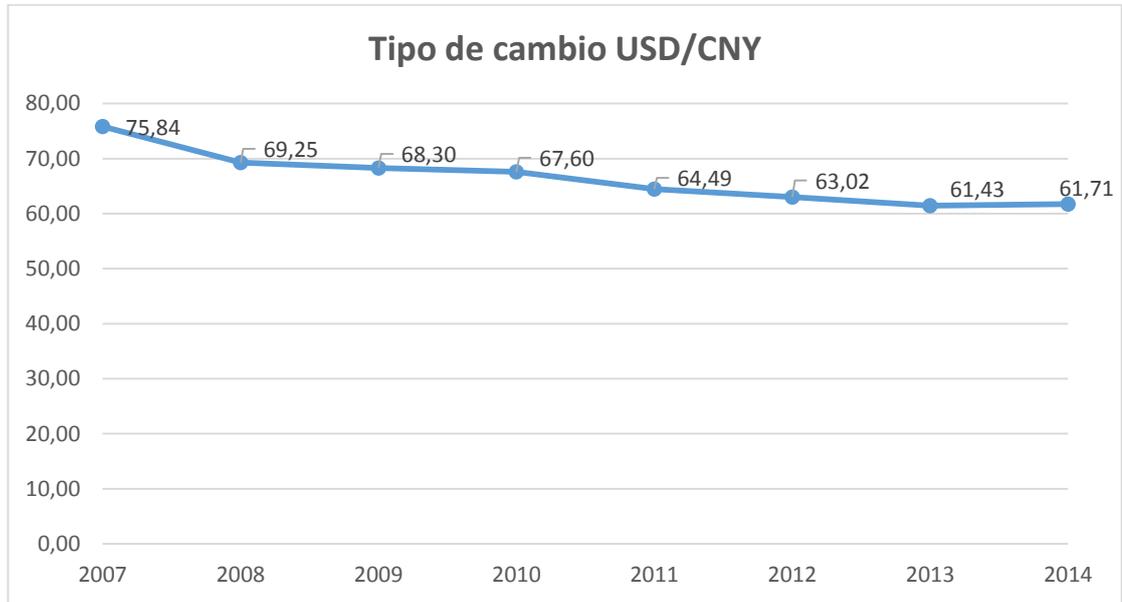
Gráfico 49. Tipo de cambio nominal del Dólar con respecto al Peso colombiano.



Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 50. Tipo de cambio nominal del Dólar con respecto al Yuan.



Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

El tipo de cambio del dólar con respecto al Peso colombiano se ha devaluado en un 2,52% desde el año 2007 para el 2014, mientras que el tipo de cambio del dólar con respecto al Yuan chino sufrió una devaluación de un 18,63% durante el mismo período. El valor más avaluado del dólar con respecto al Peso colombiano fue registrado durante el año 2009 ascendiendo a 2.181,69 COP el dólar norteamericano, mientras que el valor más devaluado con respecto al dólar fue registrado en el año 2012 con 1797,40 COP el dólar estadounidense.

Por otro lado, el tipo de cambio más avaluado del dólar con respecto al Yuan fue observado en el año 2007 valorizándose en 75,84 CNY el dólar norteamericano, mientras que el valor más devaluado fue registrado en el año 2013 que registró un valor de 61,43 CNY el dólar norteamericano.

Tanto el Yuan como el Peso colombiano han experimentado revaluaciones con respecto al dólar estadounidense que básicamente responden a procesos coyunturales como el incremento del precio del barril de petróleo o el incremento de la demanda del dólar norteamericano. Las implicaciones de tales eventos afectan de diferente forma a la economía nacional, siendo que el Ecuador se desenvuelve en un contexto diferente que el resto de países al ser una economía dolarizada.

4.2 ANÁLISIS ECONOMÉTRICO.

El primer paso a realizarse es la ejecución de la prueba de Hausman de endogeneidad de las variables. Conforme a la explicación expuesta en el apartado de metodología, se procederá a obtener la regresión de la variable endógena resultante de la ecuación reducida, es decir se obtendrá el siguiente modelo:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 \hat{Y}_2 + \beta_2 v + u_3$$

Donde:

$\beta_0 = \text{Constante}$

$\beta_1, \beta_2 = \text{Coeficientes}$

$Y = \text{Rentabilidad operacional}$

$\hat{Y}_2 = \text{Estimaciones de la Concentración de mercado de la ecuación reducida}$

$v = \text{Residuos de la ecuación reducida}$

Tabla 34. Estimación de la significación estadística de los residuos de la ecuación reducida.

Modelo 2: MCO, usando las observaciones 2011-2014 (T = 4)
Variable dependiente: Y

	Coefficiente	Desv. Típica	Estadístico t	Valor p
const	0.124242	0.385344	0.3224	0.8014
Ye_2	3.41827e-05	9.17197e-05	0.3727	0.7729
v	0.000181890	0.000273283	0.6656	0.6261
Media de la vble. dep.	0.267363	D.T. de la vble. dep.	0.046253	
Suma de cuad. residuos	0.004057	D.T. de la regresión	0.063696	
R-cuadrado	0.367842	R-cuadrado corregido	-0.896474	
F(2, 1)	0.290942	Valor p (de F)	0.795084	
Log-verosimilitud	8.111384	Criterio de Akaike	-10.22277	
Criterio de Schwarz	-12.06388	Crit. de Hannan-Quinn	-14.26296	
rho	-0.411141	Durbin-Watson	2.208701	

Fuente: Software Gretl.

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Como se puede observar en la tabla número 19, el estimador de los residuos de la ecuación reducida (v) no es estadísticamente significativo, puesto que su valor de probabilidad es de 0,6261. De igual manera, la Rentabilidad operacional se ve explicada en un 89,64% por las estimaciones de los niveles de concentración de mercado (Ye_2 mostrado en la interfaz del software o \hat{Y}_2 expresado en el modelo) y por los residuos de la ecuación reducida (v), esto según el coeficiente de determinación corregido observado.

De acuerdo a la metodología de la prueba de endogeneidad de Hausman, se puede observar que no existe presencia de simultaneidad en los modelos, dado que el estimador de los residuos de la ecuación reducida (v) no es estadísticamente significativo; por lo tanto, la relación entre la rentabilidad operacional y la concentración de mercado, así como la dependencia de la rentabilidad operacional con respecto a los precios del producto y los niveles de ingresos familiares pueden tratarse individualmente.

4.2.1 Modelo 1.

Conforme a los resultados de la prueba de Hausman procederemos al análisis de los modelos econométricos por separado, los mismos que serán detallados a continuación. La primera relación a describirse será el modelo 1 que se encuentra estructurado de la siguiente manera:

$$Y = \alpha_0 + \alpha_1 Y_2 + u_1$$

Donde:

$\alpha_0 = \textit{Constante}$

$\alpha_1 = \textit{Coeficiente}$

$Y = \textit{Rentabilidad operacional}$

$Y_2 = \textit{Concentración de mercado}$

Tabla 35. Rentabilidad operacional contra Concentración de mercado.

Modelo 4: MCO, usando las observaciones 2011-2014 (T = 4)

Variable dependiente: Y

	Coefficiente	Desv. Típica	Estadístico t	Valor p
const	0.0616318	0.290368	0.2123	0.8516
Y2	4.91363e-05	6.90868e-05	0.7112	0.5507
Media de la vble. dep.	0.267363	D.T. de la vble. dep.	0.046253	
Suma de cuad. residuos	0.005122	D.T. de la regresión	0.050608	
R-cuadrado	0.201865	R-cuadrado corregido	-0.197202	
F(1, 2)	0.505842	Valor p (de F)	0.550706	
Log-verosimilitud	7.645107	Criterio de Akaike	-11.29021	
Criterio de Schwarz	-12.51763	Crit. de Hannan-Quinn	-13.98368	
rho	-0.722034	Durbin-Watson	3.016256	

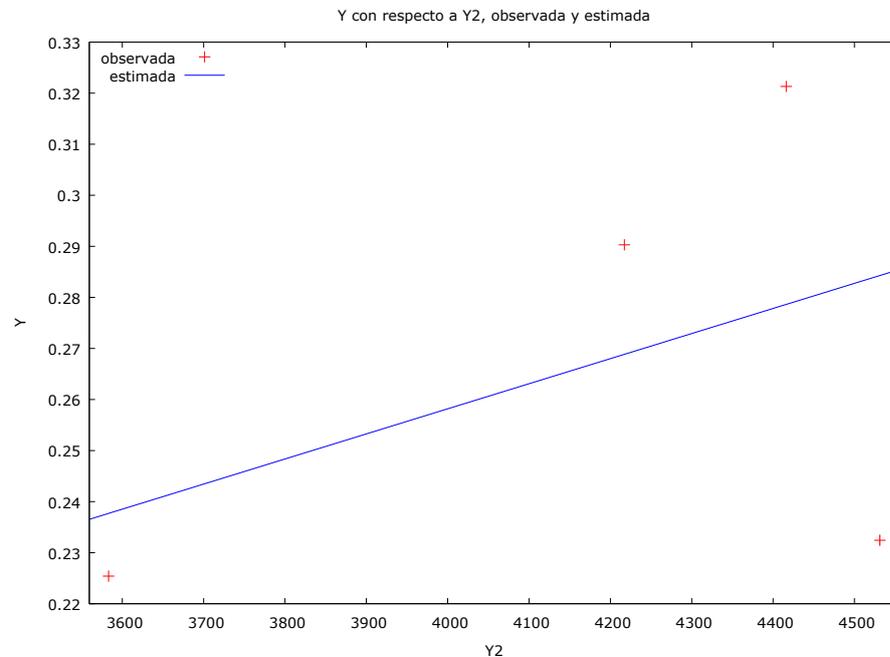
Contraste de no linealidad (logaritmos) -
 Hipótesis nula: la relación es lineal
 Estadístico de contraste: LM = 2.07275
 con valor p = P(Chi-cuadrado(1) > 2.07275) = 0.149951

Contraste de heterocedasticidad de White -
 Hipótesis nula: No hay heterocedasticidad
 Estadístico de contraste: LM = 3.99259
 con valor p = P(Chi-cuadrado(2) > 3.99259) = 0.135837

Fuente: Software Gretl.

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 51. Rentabilidad operacional contra Concentración de mercado.



Fuente: Software Gretl.

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Como es observable en la tabla 35, el valor de probabilidad del estimador no es estadísticamente significativo puesto que su valor es 0,5507, además se puede observar un coeficiente de determinación corregido de 0,1972, es decir que la regresada se encuentra explicada en tan solo un 19,72% por la regresora. A través del test de no linealidad LM, se observó un valor de probabilidad del estadístico de 0,149951 por lo que se acepta la hipótesis nula de que la relación entre la Rentabilidad operacional (Y1) y la Concentración de mercado (Y2) es lineal. También es estimable la ausencia de heterocedasticidad ya que a través del estadístico de White, se puede observar un valor de probabilidad de 0,1358 conforme a una distribución Ji cuadrado, por lo que se acepta la hipótesis de ausencia de heterocedasticidad.

El valor del estimador de la variable Y2 muestra la incidencia de esta variable en la rentabilidad operacional del grupo empresarial, esto implica que: por cada unidad que se incrementa el índice de concentración de mercado la Rentabilidad operacional se incrementa en apenas $4,91363 \times 10^{-5}$ puntos porcentuales. De acuerdo al valor de probabilidad del estimador de Concentración de mercado no significativo y a un coeficiente de determinación de apenas el 19,72%, esta variable no incide en la rentabilidad del grupo empresarial, esto indica una ausencia de poder de mercado dentro del sector, es decir, no puede obtenerse mayor beneficio del excedente del consumidor del que se encuentra establecido por el precio del mercado.

4.2.2 Modelo 2.

La segunda relación a describirse será el modelo 2 que se encuentra estructurado de la siguiente manera:

$$Y = \beta_0 + \beta_2 X_1 + \beta_3 X_2 + u_2$$

Donde:

$\beta_0 = \text{Constante}$

$\beta_2, \beta_3 = \text{Coeficientes}$

$Y = \text{Rentabilidad operacional}$

$X_1 = \text{Índice de precios al consumidor del colchón}$

$X_2 = \text{Ingreso promedio familiar mensual}$

Tabla 36. Rentabilidad contra IPC del colchón e Ingreso familiar.

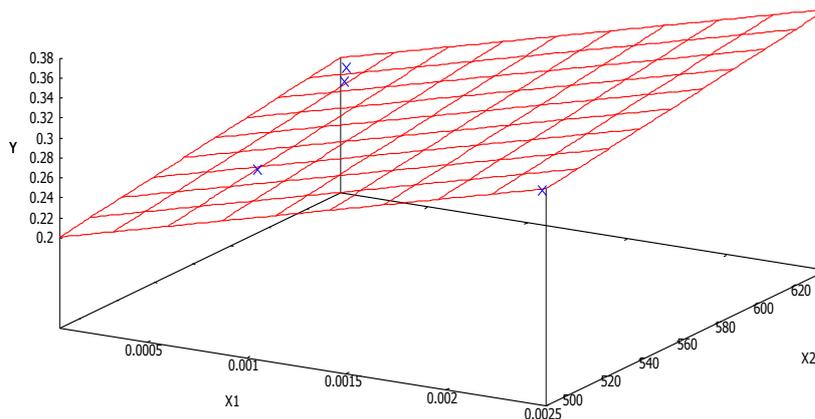
Modelo 5: MCO, usando las observaciones 2011-2014 (T = 4)
Variable dependiente: Y

	Coefficiente	Desv. Típica	Estadístico t	Valor p
const	0.0500169	0.522040	0.09581	0.9392
X1	51.7498	49.4291	1.047	0.4854
X2	0.000301444	0.000850639	0.3544	0.7832
Media de la vble. dep.	0.267363	D.T. de la vble. dep.	0.046253	
Suma de cuad. residuos	0.001797	D.T. de la regresión	0.042394	
R-cuadrado	0.719962	R-cuadrado corregido	0.159886	
F(2, 1)	1.285472	Valor p (de F)	0.529186	
Log-verosimilitud	9.739812	Criterio de Akaike	-13.47962	
Criterio de Schwarz	-15.32074	Crit. de Hannan-Quinn	-17.51982	
rho	-0.778642	Durbin-Watson	2.888215	

Fuente: Software Gretl.

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 52. Rentabilidad contra IPC del colchón e Ingreso familiar.



Fuente: Software Gretl.

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Como se puede observar en la tabla 36, el valor de probabilidad del estimador de la variable Índice de Precios al Consumidor es de 0,4854, mientras que el parámetro de los ingresos familiares también muestra una relación directa el cual no es

estadísticamente significativo con un valor de probabilidad de 0,7832, es así que, por cada dólar que se incrementa el ingreso familiar la rentabilidad se incrementa en un 0,000301%. También se observa un coeficiente de determinación ajustado de 0,1599 lo cual indica que la variable dependiente se encuentra explicada débilmente por las regresoras. Finalmente, Conforme al estimador de la variable IPC del colchón, esta variable tiene una relación directa con respecto a la rentabilidad del grupo empresarial, lo que representa un incremento de un 51,75% en la rentabilidad por cada punto porcentual que se incremente el precio de los colchones. A través de una relación directamente proporcional, tanto el estimador del IPC del colchón como los niveles de ingresos de las familias no registran incidencia en la rentabilidad del grupo empresarial. Este aspecto muestra que los cambios en cuanto a precios y a la renta no registran incidencia en la rentabilidad del grupo empresarial estudiado, lo cual implica la presencia de un factor de incidencia asociado a la competitividad que determina la posibilidad de ejercer poder de mercado por parte de las empresas, puesto que ni el precio ni la renta afectan al comportamiento de la rentabilidad de las principales empresas que controlan el mercado de fabricación de colchones.

4.2.3 Modelo 3.

La segunda relación a describirse será el modelo 3 que se encuentra estructurado de la siguiente manera:

$$Y_3 = \beta_0 + \beta_1 X_3 + \beta_2 X_4 + u_4$$

Donde:

$\beta_0 = \text{Constante}$

$\beta_1, \beta_2 = \text{Coeficientes}$

$Y_3 = \text{Ventas del grupo empresarial}$

$X_3 = \text{Tipo de cambio USD/COP}$

$X_4 = \text{Tipo de cambio USD/CNY}$

Tabla 37. Ventas grupo empresarial contra Tipo de cambio nominal Colombia y China.

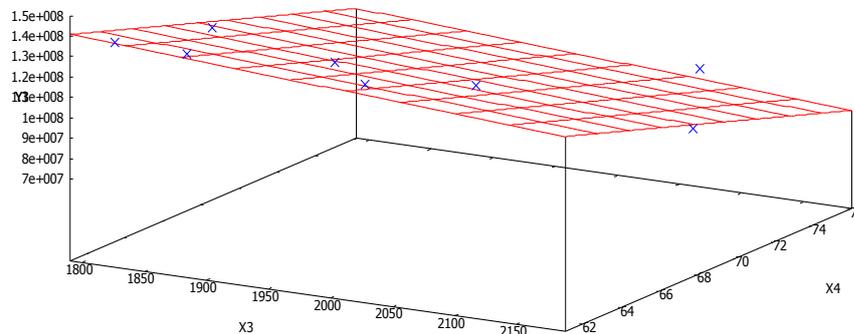
Modelo 2: MCO, usando las observaciones 2007-2014 (T = 8)
Variable dependiente: Y3

	Coefficiente	Desv. Típica	Estadístico t	Valor p	
const	4.01824e+08	4.14132e+07	9.703	0.0002	***
X3	-38284.5	23341.6	-1.640	0.1619	
X4	-3.14843e+06	614065	-5.127	0.0037	***
Media de la vble. dep.	1.17e+08	D.T. de la vble. dep.	19194183		
Suma de cuad. residuos	2.16e+14	D.T. de la regresión	6570553		
R-cuadrado	0.916298	R-cuadrado corregido	0.882817		
F(2, 5)	27.36782	Valor p (de F)	0.002027		
Log-verosimilitud	-135.0564	Criterio de Akaike	276.1127		
Criterio de Schwarz	276.3510	Crit. de Hannan-Quinn	274.5053		
rho	-0.404718	Durbin-Watson	2.532001		

Fuente: Software Gretl.

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Gráfico 53. Ventas grupo empresarial contra Tipo de cambio nominal Colombia y China



Fuente: Software Gretl.

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Como es apreciable en la tabla 37, el estimador de la variable Tipo de cambio nominal del dólar con respecto al peso colombiano no es estadísticamente significativo al 5%, siendo su valor de probabilidad de 0,1619. Por otro lado, el estimador de la variable tipo de cambio nominal del dólar con respecto al Yuan es estadísticamente significativo dado que su valor de probabilidad es de 0,0037, además de que se puede observar un valor del coeficiente de determinación ajustado de 0,8828. Debido a que el estimador del tipo de cambio del Dólar con respecto al Peso colombiano no es

estadísticamente significativo se desestimaré a esta variable de manera que el modelo se estructurará de la siguiente manera:

$$Y_3 = \beta_0 + \beta_1 X_3 + \beta_2 X_4 + u_4$$

Donde:

$\beta_0 = \text{Constante}$

$\beta_1, \beta_2 = \text{Coeficientes}$

$Y_3 = \text{Ventas del grupo empresarial}$

$X_4 = \text{Tipo de cambio USD/CNY}$

Tabla 38. Ventas grupo empresarial contra Tipo de cambio nominal de China.

Modelo 3: MCO, usando las observaciones 2007-2014 (T = 8)
Variable dependiente: Y3

	Coefficiente	Desv. Típica	Estadístico t	Valor p	
const	3.63467e+08	3.86936e+07	9.393	8.27e-05	***
X4	-3.70172e+06	580905	-6.372	0.0007	***
Media de la vble. dep.	1.17e+08	D.T. de la vble. dep.	19194183		
Suma de cuad. residuos	3.32e+14	D.T. de la regresión	7438665		
R-cuadrado	0.871263	R-cuadrado corregido	0.849807		
F(1, 6)	40.60659	Valor p (de F)	0.000702		
Log-verosimilitud	-136.7784	Criterio de Akaike	277.5568		
Criterio de Schwarz	277.7157	Crit. de Hannan-Quinn	276.4852		
rho	0.055397	Durbin-Watson	1.743500		

Contraste de especificación RESET (cuadrados sólo) -

Hipótesis nula: La especificación es adecuada
Estadístico de contraste: F(1, 5) = 1.85614
con valor p = P(F(1, 5) > 1.85614) = 0.23123

Contraste de heterocedasticidad de White -

Hipótesis nula: No hay heterocedasticidad
Estadístico de contraste: LM = 1.72525
con valor p = P(Chi-cuadrado(2) > 1.72525) = 0.422053

Contraste LM de autocorrelación hasta el orden 4 -

Hipótesis nula: no hay autocorrelación
Estadístico de contraste: LMF = 0.239722
con valor p = P(F(4,2) > 0.239722) = 0.894978

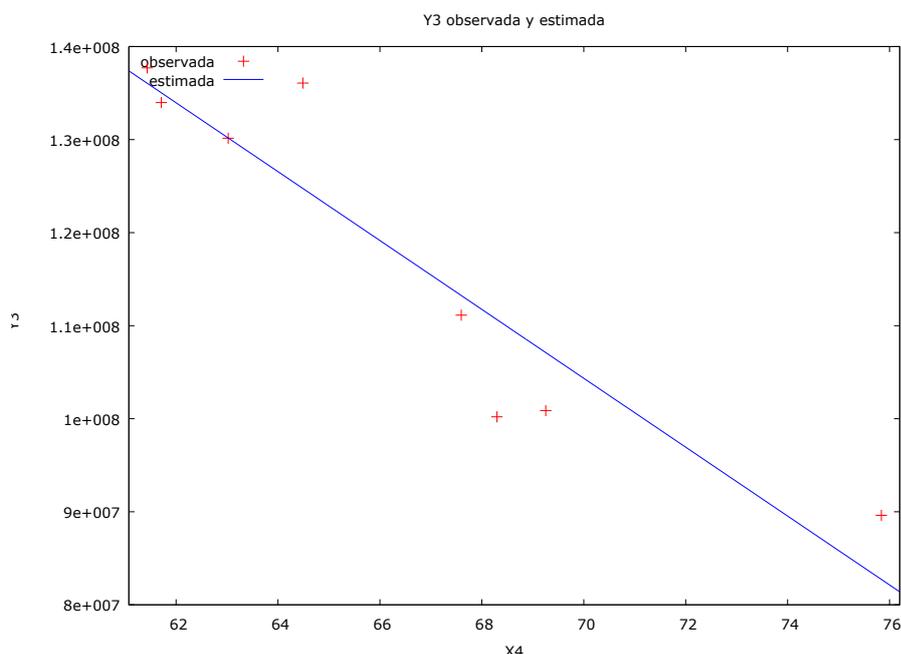
Contraste de normalidad de los residuos -

Hipótesis nula: el error se distribuye normalmente
Estadístico de contraste: Chi-cuadrado(2) = 0.89059
con valor p = 0.640635

Fuente: Software Gretl.

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Tabla 39. Ventas grupo empresarial contra Tipo de cambio nominal de China.



Fuente: Software Gretl.

Elaborado por: Luciano Altamirano E.

Como es apreciable en la tabla 38, el estimador de la variable Tipo de cambio nominal del dólar con respecto al Yuan (CNY) es estadísticamente significativo, siendo su valor de probabilidad de 0,0007, además de que se puede observar un valor del coeficiente de determinación ajustado de 0,8498, lo que muestra que el comportamiento de las ventas del grupo empresarial se encuentra explicado en un 84,98% por el tipo de cambio nominal del Dólar con respecto al Yuan, lo que implica que las ventas en el mercado se ven fuertemente influenciadas por el tipo de cambio; es decir, el sector externo influye considerablemente en el sector manufacturero de fabricación de colchones, especialmente por la competitividad cambiara que posee China.

Como se puede observar en la Tabla 38 a través del test estadístico de RESET de Ramsey, el estadístico muestra un valor de probabilidad de 0,2312 por lo que se acepta la hipótesis de que la especificación del modelo es la correcta, es decir, no se han omitido variables relevantes y la forma funcional de la regresión es la correcta; lo que quiere decir que al modelo no le hacen falta variables a considerar ni tampoco se han estimado variables irrelevantes en el modelo, además de que la relación entre las ventas del grupo empresarial y el tipo de cambio nominal del Dólar con respecto al Yuan es lineal.

La regresión no presenta problemas de heterocedasticidad puesto que a través del estadístico de White se obtuvo un valor de probabilidad de 0,4220 por lo que se acepta la hipótesis de ausencia de heterocedasticidad. Por consiguiente, tampoco se observan problemas de autocorrelación, aunque el estadístico de Durbin-Watson no es concluyente debido a que su valor de $d = 1,7435$ es menor que el valor d_U que es igual a 1.7771 y es mayor al valor $d_L = 0,5591$, por lo que la prueba no es concluyente en cuanto a la presencia de autocorrelación positiva; por otro lado, el valor de $4 - d = 2,2565$ es mayor que d_U , por lo que se descarta la presencia de autocorrelación negativa, sin embargo de acuerdo al test estadístico de Breusch-Godfrey a cuatro rezagos se acepta la hipótesis de ausencia de autocorrelación conforme al valor de probabilidad de 0,8950.

Los residuos de la regresión se distribuyen normalmente, puesto que de acuerdo al test de bondad de ajuste a una distribución de probabilidad normal se acepta la hipótesis de la normalidad de los residuos con un valor de probabilidad de 0,8906 conforme a una distribución Ji cuadrado, por lo que se establece que los estimadores son insesgados.

El tipo de cambio nominal del dólar con respecto al Peso colombiano posee una relación inversa con respecto a las ventas del grupo empresarial, siendo que por cada peso colombiano que es devaluado, las ventas del grupo empresarial disminuyen en 3.701.720 dólares. Por otro lado, de acuerdo a lo anteriormente expuesto, se logra determinar las considerables implicaciones de la alta competitividad de los países de la región por efectos del tipo de cambio. La imposibilidad de controlar las políticas cambiarias por parte del gobierno ecuatoriano hace que frente a una devaluación de las divisas de los países extranjeros, la competitividad de los productos provenientes de estos mejore considerablemente, implicando la posibilidad de importar productos a un menor costo.

El estimador del tipo de cambio del dólar con respecto al Yuan es estadísticamente significativo, lo que muestra que tanto los productos de origen chino influyen en las ventas del grupo empresarial, limitando a este a adquirir un relativo poder de mercado en el sector. Esto posiblemente se debe a la alta competitividad cambiaria de países

que controlan su política monetaria y que producen este tipo de bienes como lo es China.

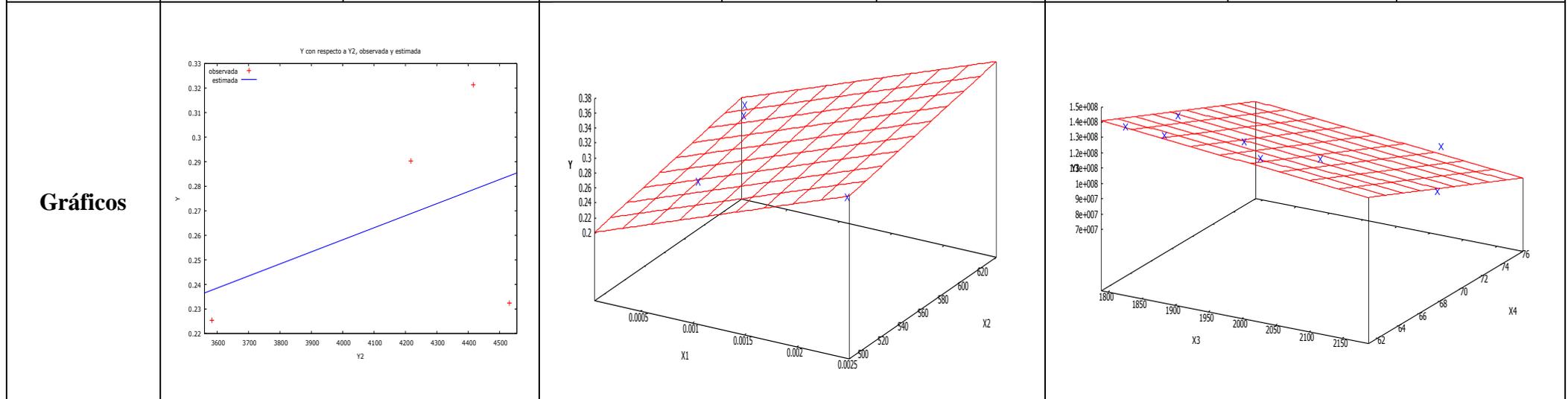
Los estadísticos de Durbin Watson y de Breusch-Godfrey muestran la no presencia de autocorrelación, esto implica que los errores de perturbación no se encuentran correlacionados, esto a su vez manifiesta que las estimaciones estadísticas no pueden verse afectadas por variaciones pasadas de las mismas variables, es decir, el comportamiento de la rentabilidad y las ventas se ve explicado por las variables independientes propuestas sin la presencia de efectos exógenos o coyunturales de eventos pasados.

El test de White mostró la ausencia de heterocedasticidad, esto permite determinar la homogeneidad de los datos o de las observaciones obtenidas para realizar las estimaciones; esto implica que los datos carecen de variabilidad extrema, de manera que se pueden representar estimaciones eficientes de los modelos econométricos planteados.

Tabla 40. Cuadro resumen del Análisis Econométrico.

Modelos	Modelo 1. Rentabilidad operacional contra Concentración de mercado.		Modelo 2. Rentabilidad operacional contra IPC del colchón e Ingreso familiar.			Modelo 3. Ventas grupo empresarial contra Tipo de cambio nominal Colombia y China.		
	V. Dependiente.	V. Independiente.	V. Dependiente.	V. Independiente.		V. Dependiente.	V. Independiente.	
Variables	Rentabilidad Operacional (Y).	Índice de concentración de Herfindahl-Hirschman (IHH) (Y2).	Rentabilidad operacional (Y).	IPC Colchón (X1).	Ingreso familiar mensual promedio (X2).	Ventas del grupo empresarial (Y3)	Tipo de cambio nominal USD/COP (X3).	Tipo de cambio nominal USD/CNY (X4).
Mínimo	0,2254	3583,10	0,2254	0,000108	492,80	89.614.710,43	1.797,40	61,43
Máximo	0,3213	4531,30	0,3213	0,002455	634,67	137.709.511,61	2.181,69	75,84
Media	0,2674	4187,00	0,2674	0,000899	566,53	122.674.699,40	1.962,32	66,46
Constante	0,0616		0,0500			4,0182 × 10 ⁽⁸⁾		
Estimador V. Ind.		4,9136 × 10 ⁽⁻⁵⁾		51,7498	0,0003		-3.8284,50	-3.148.430
Modelo	Y = 0,0616 + 4,9136 × 10 ⁽⁻⁵⁾ Y2 + u		Y = 0,05 – 51,7498X1 - 0,0003X2 + u			Y3 = 4,0182 × 10 ⁽⁸⁾ – 3.8284,50X3 - 3.148.430X4 + u		
Correlación	0,4493		0,848506			0,957235		
R²	0,2019		0,719962			0,916298		
R² Ajustado	0,1972		0, 159886			0,882817		

Valor de probabilidad (p) y Significación estadística	Constante	Estimadores	Constante	Estimadores		Constante	Estimadores	
	0,8516	0,5507	0,9392	0,4854	0,7832	0,0008	0,0654	0,0323
Hipótesis de relación	Cumple		Cumple			Cumple		X
	No cumple	X	No cumple	X	X	No cumple	X	
Hipótesis de incidencia	Cumple		Cumple			Cumple	X	X
	No cumple	X	No cumple	X	X	No cumple		



Fuente: Trabajo de Investigación.
Elaborado por: Luciano Altamirano E.

4.3 DISCUSIÓN DE RESULTADOS.

Conforme a los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación y a las conclusiones derivadas de los diversos estudios afines a la problemática de estudio, se procederá a contrastar las deducciones de los antecedentes investigativos relacionados al desarrollo del poder de mercado que han realizado diversos autores para contrastarlos con los resultados obtenidos a través de la metodología propuesta.

En primer lugar, la presente investigación pretende comprobar si el sector económico de fabricación de colchones se encuentra concentrado, para lo cual según Navarro, Ocampo, & Saumeth (2013) valores del índice de concentración de Hirschman-Herfindahl superiores a los 1800 puntos dan muestra de una estructura de mercado oligopolística con tendencias a ser un monopolio. En la presente investigación se evidenció que durante los años comprendidos entre el 2011 y 2014 en promedio el índice de Hirschman-Herfindahl registró un valor de 4.160,30 puntos, por lo que en concordancia con los hallazgos obtenidos por Useche & Fernández (2008); González, Romero, & Tamer (2012), González & Rosero (2011), Torres A. (2012), Navarro et al (2013) y Peña (2001) se concluye que el sector de fabricación de colchones se encuentra fuertemente concentrado y especialmente dominado por las empresas Chaide y Chaide y Productos Paraíso que conjuntamente controlan en promedio el 90,91% del mercado que de igual manera Moreno (2012) concluyó que dentro de las seis empresas cerveceras analizadas tan solo tres de ellas controlan el 92% de la producción cervecera en España.

También se pudo determinar que el grupo de empresas analizado no ha incurrido en actos que pudieron haber perjudicado el bienestar del consumidor. Como se puede apreciar en la Tabla 40 y en la Tabla 35 que el estimador de la variable concentración de mercado expresada a través del índice de concentración de Hirschman-Herfindahl no es estadísticamente significativo, por lo cual se determina que las empresas no han logrado obtener beneficio del excedente del consumidor por encima del precio de equilibrio, que a diferencia de los hallazgos obtenidos por De la Garza & Arteaga (2011) y Peña (2001) que en sus investigaciones concluyeron que existe la posibilidad

de que las empresas tomen decisiones conjuntamente para obtener beneficios por encima de las circunstancias de equilibrio y de que se imponen precios muy por encima de los costos productivos; la investigación concluyó que las empresas Chaide y chaide, Productos Paraíso, Industrial Cicla Cía y Resiflex Duraflex no han realizado actos colusivos, además de que se pueda evidenciar que tienen la posibilidad de ejercer poder de mercado.

De igual manera como se puede evidenciar en la Tabla 40 y en la Tabla 36 a través del modelo econométrico número 3, el estimador de la variable del IPC del colchón no es estadísticamente significativo, lo que demuestra que esta variable no incide en la rentabilidad del grupo empresarial. Lo mismo ocurre con el estimador de la variable Ingreso familiar mensual promedio, lo que también muestra que no necesariamente la rentabilidad del sector depende de la renta de la población, como concluyen Díaz, Reyes & Moral (2007), mientras que a diferencia de Obara, McConell & Dyck (2010) que concluyeron que conforme se incrementan los ingresos de la población la demanda de carne en el Japón también tiende a incrementarse. Conforme a ello, se aprecia en las investigaciones realizadas por Herrera (2012) y Navarro et al (2013), que en ciertos mercados concentrados no necesariamente implica que se pueda ejercer poder de mercado, en contraste a Useche & Fernández (2008), Torres & Gutiérrez (2009), Torres (2012) y Peña (2001), que identificaron a un mercado concentrado y de igual manera registraron la presencia de poder de mercado.

Las limitaciones de las empresas para ejercer poder de mercado pueden relacionarse a la constante amenaza de entrada de competidores al sector como lo establecen Tung, Lin & Wang (2010) y González & Gómez (2007), sin embargo, el sector de fabricación de colchones es altamente concentrado y conformado por oferentes que gozan de una marca posicionada en el mercado, por lo que la amenaza de entrantes al mercado solo puede provenir del exterior. Como concluyen Rezitis & Kalanzi (2011), el sector de equipamiento de transporte registró el índice más bajo de rentabilidad, conjuntamente con un bajo nivel de competitividad y altos porcentajes de importaciones; es decir, que en ciertos sectores, los bajos niveles de rentabilidad son asociados a la baja competitividad del mercado interno, de manera que existe una gran incursión de productos importados en la economía. De igual manera, Gonzalez, Romero & Tamer

(2012) observaron que la producción de petróleo incide en el poder de mercado de México sobre este sector, lo cual implica que la oferta de determinados bienes en el extranjero puede incidir en la capacidad de ejercer poder de mercado de una o un grupo determinado de empresas.

Barua & Chakraborty (2011) por su parte, concluyeron que la liberalización a nivel externo e interno se ve relacionada con bajos niveles de concentración de mercado, lo cual implica que la liberalización comercial en el contexto del comercio exterior reduce las barreras de entrada a un determinado sector de actividad económica por parte de oferentes extranjeros, así como mientras que Abdel-Raouf (2009) afirmó que el Comercio internacional desempeña un importante papel en la competitividad de la industria manufacturera.

Existen ciertos sectores que se ven influenciados de gran forma por el sector externo mientras que otros no, como lo evidencian Barua & Chakraborty (2011) observando que el sector electrónico de la India es ampliamente dependiente de las exportaciones, mientras que el sector automotriz depende de la captura del mercado interno.

Ahondando en los hallazgos de los autores, se puede apreciar una profunda relación de la competitividad cambiaria que poseen ciertos países y el desenvolvimiento que tienen los sectores de actividad económica de una economía determinada. La competitividad a nivel internacional se fundamenta fuertemente en las políticas cambiarias que adopta un gobierno, como lo demuestran Fukao et al (2016) al describir que la apreciación del tipo de cambio desploma la competitividad obtenida a través del tiempo en un sector económico específico, esto a su vez explica las limitaciones que poseen ciertas empresas o grupos de empresas que concentran fuertemente el mercado pero no pueden ejercer poder sobre este debido a la alta competitividad cambiaria de países extranjeros. De igual manera que Fukao et al (2016), Barua & Chakraborty (2011) y Abdel-Raouf (2009), en la presente investigación se demuestran las fuertes implicaciones que posee el sector externo en el desarrollo de la competitividad nacional que deriva en la imposibilidad de las empresas que concentran considerablemente el mercado para poder ejercer poder sobre este. En el modelo 3 descrito en las Tablas 37, 38 y 40 se demuestra la fuerte incidencia que posee el tipo

de cambio del Dólar con respecto al Yuan, siendo que por cada Yuan que es devaluado, las ventas del grupo empresarial dentro del sector de fabricación de colchones en el Ecuador se reduce en 3.701.720 dólares, además de que las ventas del grupo de empresas que controlan el mercado se ven explicadas en un 84,98% por el sector externo expresado a través del tipo de cambio nominal del Dólar con respecto al Yuan, puesto que China es uno de los principales oferentes de bienes manufacturados que además gozan de una fuerte competitividad cambiaria y en cuanto a precios se refiere.

Finalmente cabe recalcar que el Ecuador carece de política cambiaria, puesto que desde el año 2000 se adoptó al Dólar estadounidense como moneda de curso legal y que persiste hasta la fecha, además de que esta divisa es fuertemente apreciada a nivel internacional, lo que debilita la competitividad de las exportaciones con respecto al mundo y más importante aún dentro del contexto de la presente investigación, el dólar incrementa la competitividad de los productos extranjeros con respecto a los bienes de producción nacional, lo cual indirectamente afecta a la posibilidad de las empresas que concentran el mercado a poder ejercer poder sobre el mismo; es decir, las empresas manufactureras que en este caso se trata de los fabricantes de colchones se ven imposibilitados para implantar precios por encima del precio de equilibrio del mercado.

4.4 CONCLUSIONES.

Conforme a los resultados obtenidos en la presente investigación, se procederá a describir los hallazgos pertinentes conforme a los hallazgos realizados:

- La rentabilidad operacional de las empresas Chaide y Chaide S.A., Productos Paraíso S.A., Comercial Industrial Cicla Cía. Ltda. y Resiflex Duraflex S.A. experimentó un descenso desde el 2011 para finales del 2014 del 29,85% que en contexto difiere en cuanto al crecimiento del PIB a precios constantes, siendo que este creció en un 14,51% durante el mismo período, por lo que se concluye que el sector de fabricación de colchones ha disminuido sus niveles de rentabilidad que han respondido a causas externas más que a una desaceleración a una contracción de la economía del Ecuador.

- En promedio durante los años 2011, 2012, 2013 y 2014 las ventas de las cuatro empresas estudiadas representaron el 95,92% del sector de fabricación de colchones, mientras que en promedio las cuatro empresas registraron en promedio un índice de Hirschman-Herfindahl de 4.160,30, para lo cual valores mayores a 1800 puntos se considera al sector como oligopolístico con tendencias a monopolio (Navarro et al, 2013), por lo que se concluye que el sector de fabricación de colchones es fuertemente concentrado, en especial por las empresas Chaide y Chaide S.A. y Productos Paraíso S.A. que conjuntamente conforman el 90,91% de la cuota de mercado en el sector.

- En concordancia a los tres modelos econométricos propuestos, se observó que la concentración de mercado no incide en la rentabilidad de las empresas sometidas a análisis, puesto que el valor de probabilidad del estimador no es estadísticamente significativo, por lo que se concluye que las empresas no incrementan sus márgenes de rentabilidad a medida que se vuelven más concentradas, lo cual indica que las firmas no muestran indicios de incurrir en actos colusivos o que puedan atentar al bienestar del consumidor. De igual manera se pudo determinar que el precio no incide en la rentabilidad del grupo empresarial debido a que de acuerdo al modelo 2 su estimador no es estadísticamente significativo, consecuentemente los ingresos familiares mensuales tampoco inciden en la rentabilidad del sector puesto que el estimador de la variable tampoco es estadísticamente significativo. Por otro lado, se evidenció la fuerte incidencia que posee el sector externo en la capacidad de las empresas para ejercer poder de mercado ya que el tipo de cambio del Dólar frente al Yuan incide considerablemente en las ventas del grupo empresarial, además de que esta variable se ve fuertemente explicada por el tipo de cambio del Dólar con respecto al Yuan, como se puede observar en el modelo 3, por lo que determina que las empresas dedicadas a la fabricación de colchones no pueden ejercer su poder de mercado debido a la amenaza de entrada de competidores o de la relativa susceptibilidad a la incursión de productos extranjeros en la economía nacional.

- Se concluye que el sector externo posee una considerable incidencia en la capacidad de las empresas a ejercer poder de mercado, puesto que conforme al

modelo econométrico número 3 el estimador de la variable tipo de cambio del Dólar con respecto al Yuan es estadísticamente significativo, puesto que esta variable incide considerablemente con respecto a las ventas del grupo empresarial estudiado, por lo que se determina que las políticas cambiarias afectan considerablemente a las ventas de las empresas de fabricación de colchones, debido a la fuerte competitividad cambiaria que posee el mayor proveedor de colchones del exterior China con respecto al Dólar que es la moneda circulante en la economía del Ecuador, que además es apreciada en el mercado internacional.

4.5 RECOMENDACIONES.

- Debido a las implicaciones de la estructura de mercado de los diversos sectores económicos y en el contexto económico se recomienda a la Facultad de Contabilidad y Auditoría implementar una línea de investigación en la cual se profundice el estudio de temas referentes a la estructura de mercado y al desempeño que poseen cada una de las diferentes formas de mercados de competencia imperfecta.
- Con respecto a la política pública, a la Superintendencia de Compañías y a la Superintendencia de Control del Poder de mercado se recomienda realizar estudios referentes a los diversos sectores de actividad económica en los cuales se pueda desarrollar un escenario de competencia imperfecta, para garantizar una justa participación en la economía tanto para consumidores como para oferentes.
- Es imperativo establecer vínculos entre los organismos gubernamentales y las instituciones universitarias para la correcta aplicación de las decisiones en cuanto a política económica, fiscal y social, además para desarrollar el conocimiento frente a la realidad económica del Ecuador, por lo que se recomienda establecer vínculos de acción y participación entre entidades de control y la Universidad Técnica de Ambato como la Superintendencia de Compañías y la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.

5 BIBLIOGRAFÍA.

- Abdel-Raouf, F. (2009). How Competitive is the US Manufacturing Sector? *Eastern Economic Journal*, 52-70.
- Andrade, R. (2003). *Legislación económica del Ecuador* (Séptima ed.). Editorial Abya Yala.
- Banco Central del Ecuador. (s/f de s/f de 2014). *Variaciones de la producción por Industrias*. Obtenido de Sistema de información Macroeconómica sitio web: <http://sintesis.bce.ec:8080/BOE/BI/logon/start.do?ivsLogonToken=bceqsappbo01:6400@383048JWobDcJyHBZFI3CHscQqgc0383046JeC7nKhF2a9lXxM6UO4Srh>
- Case, K., Fair, R., & Oster, S. (2012). *Principios de Macroeconomía* (Décima ed.). México: Pearson educación.
- Chakraborty, D., & Barua, A. (2012). Entry, Competitiveness and exports: Evidence from the Indian firm data. *Journal of Industry, Competition and Trade*, 325-347.
- De la Garza, O., & Arteaga, J. (2011). Análisis de la competencia en la industria cementera en México. *EconoQuantum*, 73-90.
- Díaz, M., Reyes, P., & Moral, L. (2007). El mercado de la carne de cerdo en canal en México. *Revista Análisis Económico*, 273-287.
- Fukao, K., Ikeuchi, K., Kim, Y., Ug Kwon, H., & Makino, T. (2016). International Competitiveness: A Comparison of the Manufacturing Sectors in Korea and Japan. *Seoul Journal of Economics*, 43-68.
- González, A., & Gómez, A. (2007). La relación entre los precios de los alimentos y la concentración de los supermercados en Chile: evidencia de un modelo

dinámico de panel y análisis de los impactos de las fusiones propuestas en la industria. *Departamento de Economía de la Universidad de Chile*, 1-36.

González, J., & Rosero, M. (2011). Desempeño del subsector de la confitería en el área metropolitana de Cali 2002-2010. *Entramado*, 72-84.

González, S., Romero, J., & Tamer, M. (2012). Industria del Petróleo: Poder de mercado de México en el continente Americano. *Cultura Científica y Tecnológica*, 53-65.

Gujarati, D., & Porter, D. (2009). *Econometría* (Quinta ed.). México: McGrawHill Educación.

Herrera, F. (2012). El poder de mercado, visto de la perspectiva del proceso de descubrimiento de mercado. *Economía*, 275-290.

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (s/f de Junio de 2012). *Clasificación Nacional de Actividades Económicas*. Obtenido de www.inec.gob.ec: <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/SIN/metodologias/CIU%204.0.pdf>

Moreno, A. (2012). El sector cervecero español en el siglo xx. Una visión desde dentro: El Alcázar. *Investigaciones de Historia Económica*, 164-174.

Navarro, J., Ocampo, C., & Saumeth, L. (2013). Concentración y precios en el mercado mundial de aceite de Palma 1985-2005. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Nariño*, 143-162.

Obara, K., McConnell, M., & Dyck, J. (2010). Japan's Beef Market. *Journal of Current Issues in Globalization*, 425-473.

Organización Mundial del Comercio. (s/f de Septiembre de 2015). *Trade profile*. Obtenido de World Trade Organization: <http://stat.wto.org/CountryProfile/WSDBcountryPFExportZip.aspx?Language=E>

- Parking, M., & Loría, E. (2010). *Microeconomía* (Novena ed.). México: Pearson Educación.
- Peña, X. (2001). Qué tan poderosas son las aerolíneas colombianas?. Estimación del poder de mercado en las rutas nacionales. *Archivos de economía*, 1-56.
- Rezitis, A., & Kalantzi, M. (2011). Investigating Market Structure of the Greek Manufacturing Industry: A Hall-Roeger Approach. *International Atlantic Economic Society*, 383-400.
- Schnettler, B., Silva, R., & Sepúlveda, N. (2008). Consumo de carne en el sur de Chile y su relación con las características sociodemográficas de los consumidores. *Universidad de La Frontera*, 262-271.
- Superintendencia de Compañías. (s.f. de Enero de 2016). *Directorio de compañías*. Obtenido de Superintendencia de compañías sitio web: http://181.198.3.71/portal/cgi-bin/cognos.cgi?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcontent%2ffolder%5b%40name%3d%27Reportes%27%5d%2ffolder%5b%40name%3d%27Compañía%27%5d%2freport%5b%40name%3d%27Directorio_Companias_NETEZZA%27%5d&ui.name=Directo
- The Observatory of Economic Complexity. (18 de Diciembre de 2016). *Visualización de países*. Obtenido de OEC: <http://atlas.media.mit.edu/es/profile/country/chn/>
- Torres, A. (2012). La medición del poder de mercado en la economía mexicana a finales de los noventa. *Revista Análisis Económico*, 207-226.
- Torres, S., & Gutiérrez, J. (2009). Mercado farmacéutico en México: tamaño, valor y concentración. *Investigación original*, 46-50.
- Tung, G.-S., Lin, C.-Y., & Wang, C.-Y. (2010). The market structure, conduct and performance paradigm re-applied to the international tourist hotel industry. *African Journal of Business Management*, 1117-1125.

Useche, M., & Fernández, Y. (2008). Concentración de mercado en el sector de telecomunicaciones en Venezuela. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 119-129.

Wang, T.-Y. (2011). Evaluating Country of Manufacture Effects on Competitiveness. *International Journal of e-Education, e-Business, e-Management and e-Learning*, 360-365.