



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

TITULACIÓN DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Modalidad a distancia

TÍTULO DE INGENIERO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Diagnóstico de la gestión administrativa de las microempresas de la
provincia de Zamora Chinchipe, cantones Zamora y Yantzaza, año 2016.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

AUTORA: Gálvez León María José

DIRECTOR: Espinoza Loayza, Viviana del Cisne, Mgtr.

CENTRO UNIVERSITARIO LOJA

2017



Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

2017

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACION

Ingeniero.

Viviana Espinoza Loayza

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación: Gestión administrativa de las microempresas de la provincia de Zamora Chinchipe, cantones Zamora y Yantzaza, año 2016. Realizado por Gálvez León María José ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo

Loja, septiembre de 2017

f)

DECLARACIÓN DE AUTORIA Y CESIÓN DE DERECHOS

Gálvez León María José declaro ser autor del presente trabajo de titulación: Gestión administrativa de las microempresas de la provincia de Zamora Chinchipe, cantones Zamora y Yantzaza, año 2016, de la titulación de Administración de Empresas, siendo Espinoza Loaiza Viviana del Cisne directora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva propiedad.

Adicionalmente declaramos conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: "Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado o trabajos de titulación que se realicen con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad".

f)

Gálvez León María José

1103728570

DEDICATORIA

A Dios, quien me dio la fe y fortaleza necesarias para salir siempre adelante pese a las dificultades, iluminando cada paso de mi vida, por darme salud y esperanza para concluir este trabajo.

A mis padres y hermanas por su apoyo desvelado, paciencia, comprensión, empeño, guía y amor.

A mi esposo e hijas por ser la fuerza que me alienta a ser cada vez mejor, fomentar en mí el deseo de superación y anhelo de triunfo en la vida.

María José

AGRADECIMIENTO

Primeramente, quiero agradecer a Dios por darme unos padres que son el pilar fundamental de mi vida, ya que gracias a su apoyo y consejo he logrado una de mis metas, que es la herencia más valiosa que puedo recibir.

A mi esposo e hijas, por el apoyo brindado durante estos años de estudio, como un reconocimiento de gratitud al haber finalizado esta carrera.

María José

INDICE

RESUMEN	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN	3
1.1 Antecedentes de la empresa	6
1.1.1 Evolución	6
1.1.1.1 Mercantilismo.....	6
1.1.1.2 Capitalismo industrial.....	7
1.1.1.3 Capitalismo financiero	7
1.1.1.4 La empresa en la actualidad	8
1.1.2 Definiciones	8
1.1.3 Importancia	9
1.1.4 Clasificación	10
1.2 La empresa a nivel mundial y en América Latina	13
1.2.2 La empresa en América Latina	16
1.3 La empresa en Ecuador	17
1.4 Microempresa	19
1.4.3 Clasificación de las microempresas	21
1.4.4 Evolución de las microempresas	22
1.5 La gestión administrativa	26
1.5.1 Etapas de la gestión administrativa	26
1.5.1.1 Planeación	27
1.5.1.2 Organización	27
1.5.1.3 Dirección.....	28
1.5.1.4 Control.....	28
1.5.3 Las cinco fuerzas de Porter	28
1.5.2.1 Rivalidad entre competidores.....	30
1.5.2.2 Amenaza de entrada de nuevos competidores.....	31
1.5.2.3 Amenaza de ingreso de productos sustitutos.....	32
1.5.2.4 Poder de negociación de los proveedores.....	32
1.5.2.5 Poder de negociación de los consumidores	33
2.1 Antecedentes del cantón Zamora y Yantzaza	36
2.1.1 Cantón Zamora	36
2.1.1.1 Historia.....	36

2.1.1.2 Atractivos turísticos.....	38
2.1.2 Cantón Yantzaza.....	39
2.1.2.1 Historia.....	40
2.1.2.2 Atractivos turísticos.....	40
2.2 Indicadores principales	41
2.2.1 Población:	42
2.2.2 Población por rama de actividad	42
2.2.3 Participación en la actividad económica.....	43
3.1 Aspectos metodológicos	46
3.2 Análisis y discusión de resultados	46
3.2.1 Datos generales.....	46
3.2.2 Producción y ventas	49
3.2.3 Distribución y comercialización	51
3.2.4 Manejo administrativo del negocio	55
CONCLUSIONES.....	58
RECOMENDACIONES	60
BIBLIOGRAFIA	Error! Bookmark not defined.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo realizar un diagnóstico a las microempresas de la provincia de Zamora Chinchipe, específicamente de los cantones Zamora y Yantzaza, las variables vinculadas con la gestión administrativa que se consideraron para la presente investigación son: tipo de producción, procesos de compra y venta, comercialización y ventas, entre otras. El trabajo se lo realizó tomando como base la información levantada en el año 2015, en relación al proyecto denominado: Finanzas populares y solidarias, una alternativa local con impulso al emprendimiento; investigación realizada por docentes de la UTP.

Se procedió analizar la información levantada previamente a un total de 659 microempresarias, distribuidos en 299 en Zamora y 360 en Yantzaza. Entre los principales resultados se obtienen que el tejido empresarial del cantón Yantzaza es más dinámico, lo que repercute en mejores volúmenes de ingreso mensual de los establecimientos, a diferencia del cantón Zamora. Las microempresas en más del 50% se encuentran administradas por mujeres, quienes cuentan con su formación secundaria completa. En el cantón Zamora se observa un mayor nivel de formación de tercer nivel en los microempresarios.

Palabras clave: microempresas, gestión administrativa, provincia Zamora Chinchipe

ABSTRACT

This research has as a goal to evaluate the administrative management of microentrepreneurs operating in the province of Zamora Chinchipe, specifically Zamora and Yantzaza towns. To do this, we analyzed the information previously raised to 659 microentrepreneurs, distributed in 299 in Zamora and 360 in Yantzaza. Among the main results of obtaining that the business fabric of Yantzaza is more dynamic, which affects in better volumes of monthly income of the establishments, unlike Zamora town. Women, who have their full secondary education, administer microenterprises in more than 50%. In Zamora, a higher level of third level training is observed in micro-entrepreneurs.

Key words: microenterprise, administrative management, Zamora Chinchipe province.

INTRODUCCIÓN

La empresa constituye un elemento catalizador de desarrollo, ya que a través de sus procesos productivos y de intermediación se genera el dinamismo económico. Ecuador cuenta con un tejido empresarial, caracterizado fundamentalmente por la empresa a pequeña escala, o también conocida como microempresa. Por otro lado, las empresas independientemente de su tamaño se enfrentan diariamente a diversos problemas tanto a nivel económico, financiero y administrativo. Para las microempresas este tipo de problemas se vuelven en algunas ocasiones inmanejables, repercutiendo en varios de los casos en el cierre del negocio.

La provincia de Zamora Chinchipe se caracteriza por ser considerada una provincia con potencial turístico gracias a los atractivos naturales que ofrece, además de presentarse como una zona de desarrollo debido a las inversiones realizadas por el Gobierno Nacional en actividades del sector minero.

Bajo estas premisas, se plantea la presente investigación cuyo objetivo analizar la situación de las microempresas en la provincia de Zamora Chinchipe, cantones de Zamora y Yantzaza, desde el enfoque de la gestión administrativa, para ello se plantean los siguientes objetivos específicos:

1. Determinar las formas de producción que tienen las microempresas.
2. Evaluar los procesos de compra y venta de las microempresas.
3. Identificar los procesos de distribución y comercialización que tienen las microempresas de la zona

Para llevar a cabo el presente trabajo, se tomó como base los datos obtenidos del estudio de campo realizado como parte del proyecto de investigación denominado “Finanzas Populares y Solidarias, una alternativa al desarrollo local como impulso al emprendimiento”, proyecto elaborado por la sección de Finanzas y Gestión Bancaria de la Universidad Técnica Particular de Loja, y ejecutado en los cantones de Zamora y Yantzaza en el año 2015 y 2016.

El diagnóstico realizado permitirá determinar las fortalezas y debilidades con las que cuentan los microempresarios de Zamora, información que será útil para que desde la academia se planteen propuestas de intervención tendientes a potenciar a estas

unidades de negocio y con ello fortalecer el tejido empresarial de las zonas estudiadas.

El trabajo se encuentra estructurado en tres capítulos, los cuales comprenden:

En el capítulo I se plantea el marco teórico que sustenta este trabajo, se incluyen temas relacionados con la empresa, su evolución, características, etc., así como información relacionada con temas de gestión administrativa.

En el capítulo II por otro lado, se incluye información general de los cantones objeto de estudio, se presentan datos de su historia, atractivos turísticos, así como de los principales indicadores socioeconómicos y del tejido empresarial.

El capítulo III, constituye el análisis de resultados de aquellas preguntas relacionadas con el tema planteado. Para ello se procedió a seleccionar las preguntas correspondientes de la encuesta aplicada y posteriormente al tratamiento de los datos en el programa SPSS.

Finalmente, se plantean las conclusiones y recomendaciones derivadas del estudio realizado, tanto a nivel de información bibliográfica como de la interpretación y análisis de los resultados obtenidos.

CAPITULO I. MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la empresa

1.1.1 Evolución

La empresa ha existido desde muchos años atrás, con el pasar del tiempo éstas han ido evolucionando hasta llegar a convertirse en lo que ahora conocemos o identificamos bajo el concepto de empresa. A continuación, se presenta la evolución de este agente tan importante dentro de una economía.

1.1.1.1 Mercantilismo

Como definición, el mercantilismo es el conjunto de ideas económicas que consideran que la prosperidad de una nación-estado depende del capital que pueda tener, y que el volumen global de comercio mundial es inalterable. (Ekelund & Tollison, 1981). Para estos mismos autores, el capital, que está representado por los metales preciosos que el Estado tiene en su poder, se incrementa sobre todo mediante una balanza comercial positiva con otras naciones (o, lo que es lo mismo, que las exportaciones sean superiores a las importaciones). El mercantilismo sugiere que el gobierno dirigente de una nación debería buscar la consecución de esos objetivos mediante una política proteccionista sobre su economía, favoreciendo la exportación y desfavoreciendo la importación, sobre todo mediante la imposición de aranceles. La política económica basada en estas ideas a veces recibe el nombre de *sistema mercantilista*.

Los pensadores mercantilistas preconizan el desarrollo económico por medio del enriquecimiento de las naciones gracias al comercio exterior, lo que permite encontrar salida a los excedentes de la producción. El Estado adquiere un papel primordial en el desarrollo de la riqueza nacional, al adoptar políticas proteccionistas, y en particular estableciendo barreras arancelarias y medidas de apoyo a la exportación. (Ekelund & Tollison, 1981)

De acuerdo a Jiménez (2012), en los siglos XVII y XVIII se instauró el capitalismo mercantil, el cual tenía su principal razón de ser en el comercio como actividad económica básica. En este contexto surgió la empresa comercial, que era una unidad organizada que se dedicaba principalmente a desarrollar el comercio internacional. Las Compañías de las Indias son las primeras sociedades

comerciales de las que se tiene noticia. El objetivo de las mismas no era otro que comercializar con territorios muy alejados de Europa y que por primera vez abrían sus puertas al mundo comercial.

1.1.1.2 Capitalismo industrial

En el siglo XIX los sistemas económicos se dejaron llevar por los efectos de la Revolución Industrial gestada durante el siglo anterior. Esta impulsó un tipo de actividad económica no tan simple como la anterior, sino muchísimo más compleja. En este contexto nacieron las llamadas empresas industriales, que como su propio nombre indica se dedicaban básicamente a actividades transformadoras, de forma que la mayoría de empresas de la época eran fábricas, cuya razón de ser básica era la de comportarse como unidades económicas de producción. (Jiménez, 2012).

Las fábricas supusieron una transformación total de los procesos productivos de la época. El trabajo se volvió más mecánico que manual y eso trajo consigo la necesidad de cada vez más operarios en las empresas. Los pequeños talleres artesanos fueron desapareciendo poco a poco y su actividad se trasladó a las propias fábricas. El crecimiento económico de las empresas de esta época se aceleró y se gestaron las primeras grandes sociedades, así como mercados monopolistas y oligopolistas en los que una o pocas empresas se repartían la cuota total del mismo. (Jiménez, 2012)

1.1.1.3 Capitalismo financiero

A partir de principios del siglo XX la producción deja de ser la única preocupación de las sociedades. El crecimiento de las empresas había sido tal que por primera vez en la historia se plasma la necesidad de diferenciar entre las figuras del empresario y de los dueños del capital.

Según Jiménez (2012) en esta época, la empresa deja de ser exclusivamente una unidad de producción para convertirse en una unidad financiera y de decisión. El capital financiero surge de la necesidad de encontrar nuevas fuentes de financiación, ya que las empresas necesitaban un mayor volumen de capital para incorporar las innovaciones tecnológicas y para lograr la concentración del mercado en manos de grandes cárteles, trusts y holdings empresariales.

Las necesidades de capital trajeron consigo el desarrollo del crédito bancario. Además, para conseguir los grandes capitales que las empresas necesitaban para poder ser viables, las personas se agrupaban, naciendo de este modo las Sociedades Anónimas, cuyo capital se dividía en acciones que se compraban y vendían en las bolsas de valores. (Jiménez, 2012).

1.1.1.4 La empresa en la actualidad

En la actualidad, el papel de las empresas se ha vuelto mucho más complejo debido a fenómenos como la globalización o al avance incesante de las nuevas tecnologías de la información y del conocimiento. En la empresa de hoy en día, y principalmente en las de gran tamaño, las figuras del empresario y del dueño del capital están claramente definidas. (Jiménez, 2012).

La empresa actual integra un conjunto de factores de producción, tales como recursos naturales, económicos, financieros y sobre todo recursos humanos que deben ser debidamente organizados y administrados para conducir a la organización a la consecución de sus objetivos y sostenerse en el tiempo.

Actualmente, la empresa ha ido tomando nuevas formas de organización, con el desarrollo tecnológico muchos procesos productivos se han reinventado así como las formas de hacer negocio, el internet constituye un elemento potenciador del desarrollo empresarial; las nuevas tecnologías de información y comunicación suponen un factor clave, ya que generan nuevas formas de consumo por parte de la población; además de generadoras de demanda y de nuevos nichos de mercado que deben ser atendidos por toda empresa y adaptarse a los cambios cada vez más dinámicos que éstas imponen.

1.1.2 Definiciones

Es necesario exponer algunas definiciones de lo que se entiende por empresa, así como su importancia; para luego dar a conocer como se clasifica la empresa, aunque no existe un acuerdo común al respecto, se presentará la clasificación general de empresa a nivel internacional.

Son varias las definiciones que se ha dado para el término *Empresa* los enfoques desde contable, financiero, económico, jurídico recogen este término y sus múltiples definiciones, a continuación, se indican algunas conceptualizaciones de empresa:

Fernández, citado en (Soriano, García, Torrents, & Viscarri, 2012) la empresa se define como la unidad económica de producción cuya función general es la de crear o aumentar la utilidad de los bienes, es decir, dar a estos aptitud para servir a los fines del hombre.

Para Suárez, citado en (Soriano, García, Torrents, & Viscarri, 2012) la conceptualiza como un conjunto de factores productivos coordinados por el empresario cuya función es producir y cuya finalidad viene determinada por el sistema de organización social y económico en que se halle inmersa.

Por su parte (García & Casanueva) definen la empresa como una "entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados.

Chiavenato, conceptualiza a la empresa como:

Una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos.

Por su parte Ribeiro:

La empresa es solo una conversación, un diálogo que existe y se perpetúa a través del lenguaje usado por quienes la componen.

Según Pallares, Romero & Herrera (2005):

Un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes y/o servicios, enmarcados en un objeto social determinado.

1.1.3 Importancia

El origen de la empresa es tan antiguo que no se podía establecer una fecha específica de su origen. Su aporte al crecimiento y desarrollo de un país, es de crucial importancia. Desde la antigüedad los pequeños artesanos se ocupan de la confección o elaboración de distintos artículos de primera necesidad, tales como utensilios, vestimenta, etc., lo que permitía atender a las necesidades en ese entonces, básicas de la sociedad. Por la época

del feudalismo, la empresa es una unidad técnica (de tipo familiar y jerarquizada). Posterior, se organizan y forman gremios, aquí es donde aparece la figura del comerciante, que se dedica a la venta y comercialización de los productos que elaboran los artesanos (Guzmán, 2009).

Con el nacimiento del mercantilismo y el auge del mismo; la empresa que se concebía como unidad técnica, empieza a ser valorada como una unidad comercial y luego con el apareamiento de las primeras sociedades anónimas y el capitalismo, la empresa se conceptualiza como una unidad económica de producción, debido al intensivo uso de las maquinas en los procesos productivos. (Guzmán, 2009).

Dado los diversos procesos de desarrollo, pasando desde la revolución industrial hasta nuestros días, la empresa ha ido cambiando su forma de hacer negocio, incorporando nuevas tecnologías y generando desarrollos importantes que le permitan satisfacer cada vez más, las crecientes necesidades del mercado y con ello aportar al desarrollo productivo de una nación y a su consecuente crecimiento económico.

La empresa cuenta con una serie de recursos que operan de manera organizada con el fin de alcanzar los objetivos trazados por dichas unidades de negocio; en este sentido, el factor humano es decisivo en la vida de toda empresa. La administración establece los fundamentos necesarios para armonizar los numerosos y en ocasiones divergentes intereses de sus miembros: accionistas, directivos, empleados, trabajadores y consumidores (Münch, L. y Martínez, J., 2012); es decir una empresa sin un recurso humano capacitado y cualificado no podría llegar a encauzar sus esfuerzos en la consecución de sus objetivos organizacionales.

1.1.4 Clasificación

La empresa presenta varias clasificaciones, sea por su naturaleza, objeto, propiedad del capital, monto de activos, ventas, entre otras variables que se han considerado al momento de su clasificación.

A. Según actividad: las empresas de acuerdo a la actividad que desarrollan se clasifican en:

1. Empresas del sector primario.
2. Empresas del sector secundario.
3. Empresas del sector terciario.
4. Empresas del sector cuaternario.

Dentro de la misma rama, también se pueden clasificar en:

1. Industriales. La actividad primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes mediante la transformación de la materia o extracción de materias primas. A su vez, las industrias se pueden clasificar:
 - a. Extractivas. Cuando se dedican a la explotación de recursos naturales, ya sea renovables o no renovables. Ejemplos de este tipo de empresas son las pesqueras, madereras, mineras, petroleras, etc.
 - b. Manufactureras: Son empresas que transforman la materia prima en productos terminados, y pueden ser:
 - De consumo final. Producen bienes que satisfacen de manera directa las necesidades del consumidor.
 - De producción. Estas satisfacen a las personas de uso de consumo final. Ejemplo: maquinaria ligera, productos químicos, etc.
2. Comerciales. Son intermediarias entre productor y consumidor; su función primordial es la compra/venta de productos terminados. Pueden clasificarse en:
 - a. Mayoristas: Venden a gran escala o por grandes volúmenes.
 - b. Minoristas (detallistas): Venden al por menor.
 - c. Comisionistas: Venden de lo que no es suyo, dan a consignación.
3. Servicio. Son aquellas que brindan servicio a la comunidad que a su vez se clasifican en:
 - a. Transporte
 - b. Turismo
 - c. Instituciones financieras
 - d. Servicios públicos
 - e. Servicios privados
 - f. Educación
 - g. Finanzas
 - h. Salud

B. Según la forma jurídica

De acuerdo a la conformación de la empresa y al grado de responsabilidad de sus propietarios, se clasifican en:

1. Empresas individuales: cuando pertenece a una sola persona. Esta puede responder frente a terceros con todos sus bienes, es decir, con

responsabilidad ilimitada, o sólo hasta el monto del aporte para su constitución, en el caso de las empresas individuales de responsabilidad limitada. Es la forma más sencilla de establecer un negocio y suelen ser empresas pequeñas o de carácter familiar.

2. Empresas societarias o sociedades: constituidas por varias personas. Dentro de esta clasificación están: la sociedad anónima, la sociedad colectiva, la sociedad comanditaria, la sociedad de responsabilidad limitada.
3. Las cooperativas u otras organizaciones de economía social.

C. Según su tamaño

No hay unanimidad entre los economistas a la hora de establecer qué es una empresa grande o pequeña, puesto que no existe un criterio único para medir el tamaño de la empresa. Los principales indicadores son: el volumen de ventas, el capital propio, número de trabajadores, beneficios, etc. El más utilizado suele ser según el número de trabajadores (siempre dependiendo del tipo de empresa, sea construcción, servicios, agropecuario, etc). En la tabla 1, se recoge información al respecto.

Tabla 1. Clasificación empresas por número de personas

Tipo de empresa	Número de personas
Pequeña	Hasta 50
Mediana	51 – 300
Mediana – Grande	301 – 1000
Grande	De 1001 en adelante

Fuente: Superintendencia de compañías del Ecuador, 2017.

Elaboración: la autora

D. Según su ámbito de actuación

En función del ámbito geográfico en el que las empresas realizan su actividad, se pueden distinguir:

1. Empresas locales: son aquellas empresas que venden sus productos o servicios dentro de una localidad determinada.
2. Empresas nacionales: son aquellas empresas que actúan dentro de un solo país.
3. Empresas multinacionales o empresas internacionales: son aquellas que actúan en varios países.

4. Empresas Transnacionales: las empresas transnacionales son las que no solo están establecidas en su país de origen, sino que también se constituyen en otros países, para realizar sus actividades mercantiles no sólo de venta y compra, sino de producción en los países donde se han establecido.

E. Según la cuota de mercado que poseen las empresas

1. Empresa aspirante: aquella cuya estrategia va dirigida a ampliar su cuota frente al líder y demás empresas competidoras, y dependiendo de los objetivos que se plantee, actuará de una forma u otra en su planificación estratégica.
2. Empresa especialista: aquella que responde a necesidades muy concretas, dentro de un segmento de mercado, fácilmente defendible frente a los competidores y en el que pueda actuar casi en condiciones de monopolio. Este segmento debe tener un tamaño lo suficientemente grande como para que sea rentable, pero no tanto como para atraer a las empresas líderes.
3. Empresa líder: aquella que marca la pauta en cuanto a precio, innovaciones, publicidad, etc., siendo normalmente imitada por el resto de los actuantes en el mercado.
4. Empresa seguidora: aquella que no dispone de una cuota suficientemente grande como para inquietar a la empresa líder.

1.2 La empresa a nivel mundial y en América Latina

El desarrollo de las empresas supone un aporte importante en la generación de comercio, es así que, para presentar el panorama de las empresas a nivel mundial, se ha tomado información de la Organización Mundial del Comercio, (WTO) por sus siglas en inglés; organismo que controla y recoge la información comercial alrededor del mundo.

En la figura 1, se presenta el volumen de exportaciones e importaciones de mercancías a nivel mundial, así como el crecimiento de las economías desarrolladas y emergentes.

Figura 1: Volumen de las exportaciones e importaciones de mercancías por niveles de desarrollo, 2012T1-2015T4



Figura 1: Volumen de las exportaciones e importaciones de mercancías por niveles de desarrollo, 2012T1-2015T4

Fuente: Secretaría de la Organización Mundial del Comercio (OMC),2016

Como se puede observar, el comercio a nivel mundial tiende a crecer en los períodos analizados, desde el 2012 al 2015 la tendencia tanto a nivel de países emergentes como desarrollados es en alza. Se destaca que los países emergentes o en desarrollo tienen un mayor volumen de crecimiento en cuanto a las exportaciones e importaciones a diferencia de las economías más desarrolladas, que por su parte mantienen valores por debajo del promedio mundial.

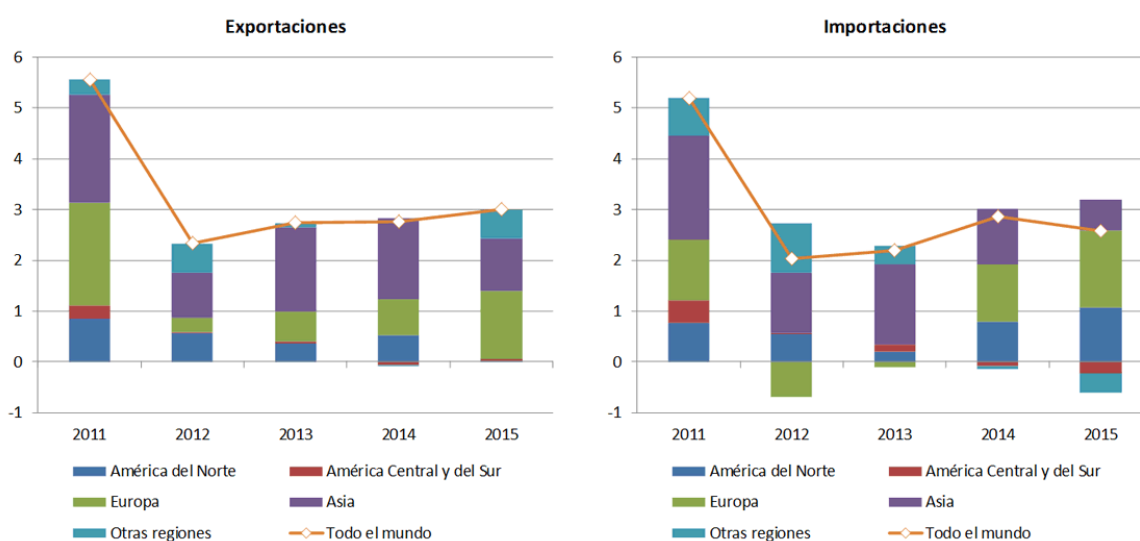


Figura 2: Contribución al crecimiento del volumen del comercio mundial por regiones, 2011-2015. Variación porcentual anual

Fuente: Secretaría de la Organización Mundial del Comercio (OMC),2016

Como se aprecia en la figura 2 el comercio internacional en los últimos cinco años ha ido en crecimiento, especialmente el volumen de exportaciones, los cuales presentan tendencia positiva a diferencia de las importaciones. Se destaca principalmente el aporte de las empresas asiáticas, las que aportan con cerca de la mitad de todo el comercio mundial. La región de América Latina, tiene una presencia muy pequeña dentro del comercio internacional.

En la figura 3, se presenta adicionalmente, el volumen del comercio internacional y su relación con el producto interno bruto (PIB) real, de las economías, clasificadas de acuerdo a la región. Como se puede apreciar, las economías de América Latina presentan los valores más bajos, tal como se lo evidenció en la figura 2.

Variación porcentual anual

	2012	2013	2014	2015	2016P	2017P
Volumen del comercio mundial de mercancías	2,2	2,4	2,8	2,8	2,8	3,6
Exportaciones						
Economías desarrolladas	1,1	1,7	2,4	2,6	2,9	3,8
Economías en desarrollo y emergentes	3,8	3,8	3,1	3,3	2,8	3,3
América del Norte	4,5	2,8	4,1	0,8	3,1	4,0
América Central y del Sur	0,9	1,2	-1,8	1,3	1,9	1,9
Europa	0,8	1,7	2,0	3,7	3,1	4,1
Asia	2,7	5,0	4,8	3,1	3,4	4,0
Otras regiones ^b	3,9	0,7	0,0	3,9	0,4	0,4
Importaciones						
Economías desarrolladas	-0,1	-0,2	3,5	4,5	3,3	4,1
Economías en desarrollo y emergentes	4,9	5,0	2,1	0,2	1,8	3,1
América del Norte	3,2	1,2	4,7	6,5	4,1	5,3
América Central y del Sur	0,7	3,6	-2,2	-5,8	-4,5	5,1
Europa	-1,8	-0,3	3,2	4,3	3,2	3,7
Asia	3,7	4,8	3,3	1,8	3,2	3,3
Otras regiones ^b	9,9	3,7	-0,5	-3,7	-1,0	1,0
PIB real a tipos de cambio del mercado (2005)	2,2	2,2	2,5	2,4	2,4	2,7
Economías desarrolladas	1,1	1,0	1,7	1,9	1,8	2,0
Economías en desarrollo y emergentes	4,7	4,5	4,2	3,4	3,5	4,2
América del Norte	2,3	1,5	2,4	2,3	2,3	2,5
América Central y del Sur	2,8	3,3	1,0	-1,0	-1,7	1,1
Europa	-0,2	0,4	1,5	1,9	1,8	2,0
Asia	4,4	4,4	4,0	4,0	4,0	3,9
Otras regiones ^b	3,8	2,6	2,5	0,9	1,7	2,9

Figura 3: Volumen del comercio de mercancías y PIB real, 2011-2017

Fuente: Secretaria de la Organización Mundial del Comercio (OMC), 2016

1.2.2 La empresa en América Latina

Las economías que se sitúan en América Latina, incluyendo América Central y del Sur, no han dado pasos importantes para mejorar sus economías, esto como se apreció en el apartado anterior, denota el bajo aporte que dan al comercio mundial. En la figura 4, se presenta la densidad el número de empresas por cada 1000 habitantes, información proporcionada por el Banco Mundial.

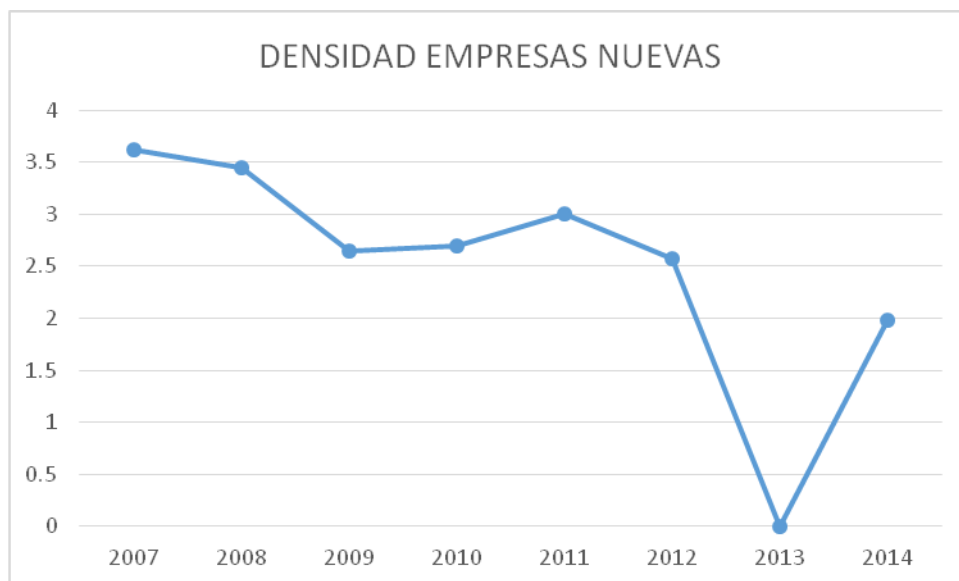


Figura 4. Densidad de nuevas empresas por 1000 Hab.

Fuente: Indicadores del desarrollo mundial. Banco Mundial, 2017

El crecimiento de nuevas empresas en América Latina y el Caribe en los últimos ocho años ha sido negativo, la tendencia muestra que cada año el número de empresas creados por 1000 habitantes entre 15 a 64 años, ha ido en disminución. Salvo el año 2011, donde se registra un leve aumento de este indicador. Sin embargo, para el 2012, 2013 y 2014 la tendencia a la baja se mantiene.

Es importante mencionar que para el año 2013 no se registran datos de este indicador; razón por la cual existe un valor fuera de la tendencia que pudiera distorsionar el análisis.

En el siguiente cuadro se presenta el comportamiento de este indicador a nivel de varias regiones del mundo.

Cuadro 1. Densidad de nuevas empresas por 1000 habitantes (15-64 años)

PAÍS/REGIÓN	Código país	AÑOS							
		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
América Latina y el Caribe (BIRF y la AIF)	TLA	3,621	3,452	2,647	2,694	2,999	2,5699	0	1,978
América del Norte	NAC	0,98	0,925	0,861	1,042	1,09	1,0717	0	1,28
Asia oriental y el Pacífico	EAS	5,549	4,231	4,456	5,189	5,01	5,8445	0	8,2827
Europa Central y del Báltico	CEB	4,878	4,487	4,187	4,752	5,807	5,5	0	6,303
Estados Unidos	USA	0	0	0	0	0	0	0	0
Oriente Medio y Norte de África	MEA	1,902	1,893	1,707	2,179	2,36	3,0478	1,27	4,1967
Oriente Medio y Norte de África (BIRF y la AIF)	TMN	0,55	0,579	0,593	0,591	0,588	0,5482	1,52	1,0367
Países menos desarrollados: clasificación de las Naciones Unidas	LDC	0,51	0,468	0,475	0,773	0,642	0,7503	0	1,1858
Países pobres muy endeudados (PPME)	HPC	0,277	0,294	0,336	0,396	0,545	0,679	0	0,8744
África al sur del Sahara (BIRF y la AIF)	TSS	1,714	1,875	1,798	1,797	1,654	2,064	0	2,2815

Fuente: Indicadores del desarrollo mundial. Banco Mundial, 2017

Como se aprecia los países orientales son los que registran una tasa de crecimiento positiva a lo largo de los años, y mayor que la del resto de países incluidos en la comparación. Es así que para el 2014, la densidad de empresas nuevas por 1000 habitantes en Asia Oriental es de 8, en comparación con América Latina, que por cada 1000 personas, se crean tan solo cerca de dos empresas. Cabe indicar que las estadísticas del Banco Mundial no registran información de este indicador a nivel de Estados Unidos, por lo que se puede comparar contra este país, y por ende el valor es cero para los años considerados.

1.3 La empresa en Ecuador

En Ecuador de acuerdo a lo que establece la Ley de Compañías, cuerpo legal que regula a las empresas en el país, en su Art.2 indica que existen cinco tipos de compañías:

1. La compañía en nombre colectivo;

2. La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
3. La compañía de responsabilidad limitada;
4. La compañía anónima; y,
5. La compañía de economía mixta.

En el cuadro 1, se muestra las principales características de las compañías existentes en el país.

Cuadro 2. Clasificación compañías en Ecuador

TIPO DE COMPAÑÍA	CARACTERÍSTICAS		
	Nro. Socios	Tipo de responsabilidad	Capital mínimo
<u>En comandita simple</u>	Uno o varios	Limitada a sus aportes	No existe mínimo
<u>En comandita siimple dividida por acciones</u>	Uno o varios	Limitada a sus aportes	No existe mínimo, sin embargo el capital se divide en acciones nominativas de igual valor nominal
<u>Responsabilidad limitada</u>	Mínimo 3, y máximo 15	Limitada a sus aportes	400 USD
<u>Compañía anónima</u>	No existe mínimo	Responden por el monto de sus acciones	800 USD o más (Capital suscrito)
<u>Economía mixta</u>	No existe mínimo	Limitada a sus aportes	Aportes públicos y privados

Fuente: Ley de Compañías de Ecuador
Elaboración: la autora

De acuerdo a lo que establece el Servicio de Rentas Internas (SRI), las sociedades en Ecuador en relación al capital aportado, se dividen en: privadas, públicas y contribuyentes especiales; a continuación, el detalle:

a. Privadas

Son personas jurídicas de derecho privado:

1. Aquellas que se encuentran bajo el control de la Intendencia de Compañías como por ejemplo las Compañías Anónimas, de Responsabilidad Limitada, de Economía Mixta, Administradoras de Fondos y Fideicomisos, entre otras.
2. Aquellas que se encuentran bajo el control de la Superintendencia de Bancos como por ejemplo los Bancos Privados Nacionales, Bancos Extranjeros, Bancos del Estado, Cooperativas de Ahorro y Crédito, Mutualistas, entre otras.

3. Otras sociedades con fines de lucro o Patrimonios independientes, como por ejemplo las Sociedades de Hecho, Contratos de Cuentas de Participación, entre otras.
4. Sociedades y Organizaciones no gubernamentales sin fines de lucro, como por ejemplo las dedicadas a la educación, entidades deportivas, entidades de culto religioso, entidades culturales, organizaciones de beneficencia, entre otras.
5. Misiones y Organismos Internacionales, como embajadas, representaciones de organismos internacionales, agencias gubernamentales de cooperación internacional, organizaciones no gubernamentales internacionales y oficinas consulares.

b. Públicas

Son personas jurídicas de derecho público:

1. Del Gobierno Nacional, es decir las funciones: Ejecutiva, Legislativa y Judicial.
2. Organismos Electorales
3. Organismos de Control y Regulación
4. Organismos de Régimen Seccional Autónomo, es decir Consejos Provinciales y Municipalidades
5. Organismos y Entidades creados por la Constitución o Ley Personas Jurídicas creadas por el Acto Legislativo Seccional (Ordenanzas) para la Prestación de Servicios Públicos.

c. Contribuyentes Especiales

Los contribuyentes especiales son asignados por la Administración Tributaria en función de su importancia económica, conforme al análisis realizado por parte de la Dirección Nacional de Gestión Tributaria. Todos los contribuyentes que tengan esta característica tendrán obligaciones tributarias distintas a las demás sociedades.

1.4 Microempresa

Luego de revisar información sobre la evolución de la empresa a nivel mundial, en esta parte se introduce un tema importante del desarrollo de la microempresa en Ecuador; dado que este tipo de negocio constituye un aporte fundamental en el desarrollo empresarial del país.

1.4.2 Definiciones e importancia

Así como existen varias definiciones de empresa, el término microempresa también ha sido objeto de un sinnúmero de conceptos, a continuación, se incluyen un par de definiciones.

Una definición amplia de microempresa la plantea la Agencia de Estados Unidos para el desarrollo internacional (USAID):

Una microempresa es un negocio personal o familiar en el área de comercio, producción o servicios que tiene menos de 10 empleados, el cual es poseído y operado por una persona individual, una familia o un grupo de personas individuales de ingresos relativamente bajos, cuyo propietario ejerce un criterio independiente sobre productos, mercados y precios y además constituye una importante (sino la más importante) fuente de ingresos para el hogar. Tienden a ser negocios personales o familiares, son pequeñas, en relación a su tamaño de activos, número de empleados y a los volúmenes de ventas, aunque podría ser difícil asignar números precios a cada una de estas características. Son operadas por personas relativamente pobres con un nivel de educación bajos y con un limitado entrenamiento profesional y con el mínimo nivel de tecnología. Y son probablemente informales, en el sentido de no estar autorizadas a operar ni estar reguladas como las empresas de gran tamaño. (Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), 2005).

Una definición más general la proporciona Angulo (2005):

La empresa se concibe como una unidad de bienes y servicios donde el propietario es quien lleva a cabo la mayoría de las actividades del negocio. Dicha unidad, debido a su tamaño, tiene la capacidad para absorber entre tres y cinco personas asalariadas, quienes preferentemente son miembros de la familia, o en todo caso, personas de la comunidad donde se ubica la empresa. (Angulo, 2005).

Entre los principales aspectos que caracterizan a la microempresa, según la Organización Mundial del Trabajo, son:

- Bajos niveles de ingreso, de productividad y nivel tecnológico
- La administración y control de la empresa recae en el propietario del negocio
- Dirección poco especializada, mano de obra poco cualificada
- Carencia de eficiencia interna
- Uno de mano de obra familiar principalmente

- Vulnerabilidad a cambios repentinos del entorno
- Escaso volumen de capital y de inversión

1.4.3 Clasificación de las microempresas

Las microempresas se clasifican en cuatro segmentos, de acuerdo a factores relacionados con: la acumulación de capital, actividades que desarrollan, número de personas, etc. (Talledo & Solórzanos, 2013).

a. Según la acumulación de capital

	Microempresa de subsistencia	Microempresa de acumulación simple	Microempresa de acumulación ampliada
Características	Propietario mal remunerado	Realizan prácticas contractuales puntuales para cubrir costos laborales	Producen excedentes y puede remunerarse al propietario
	Descapitalización de la actividad productiva	No generan excedentes de producción	Crean puestos de trabajo
	Incapacidad para cubrir costos laborales	Capaces de cubrir costos operacionales	Capacidad para pagar de acuerdo a la ley

b. Según la actividad que desarrolla

	Microempresa productiva	Microempresa comercial
Características	Transformación de materia prima a producto terminado	Venta directa de bienes y servicios, sin valor agregado

c. Según el número de personas

	Unipersonal	Societaria
Características	El propietario del capital es de una sola persona	Existe dos o más personas en el negocio

d. Según el número de funciones que desarrollan

	De función única	De dos funciones	Funciones múltiples	Producción por copia	Producción innovadora
Características	Desarrolla una sola actividad	Desarrollan dos actividades con el mismo grado de importancia	Desarrollan varias funciones, presenta una gestión más complicada	Producen bienes y servicios existentes en el mercado, sin añadir valor agregado	Producen bienes y servicios, introduciendo mejoras a los mismos

1.4.4 Evolución de las microempresas

El panorama del desarrollo empresarial del Ecuador, muestra que, de acuerdo a datos de la Superintendencia de Compañías, el país registra un total de 38,000 compañías, de las cuales el 56% representan las microempresas. Por otro lado, de acuerdo al nivel de ventas, y que constituye otro indicador para medir el tamaño de un negocio; según datos del Servicio de Rentas Internas (SRI); el 64% del tejido empresarial del país, se encuentra constituido por microempresas.

De acuerdo a datos del Banco Central de Ecuador (BCE) al 2013, las microempresas contribuyen con el 50% del empleo nacional y con el 32% del ingreso del país. Entre 2007 y 2013, las micro y pequeñas empresas registraron un incremento del 37% pasando de 66000 a 93000 negocios.

En la figura 7, se muestra la distribución de las empresas en Ecuador de acuerdo a su tamaño, datos tomados del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC).

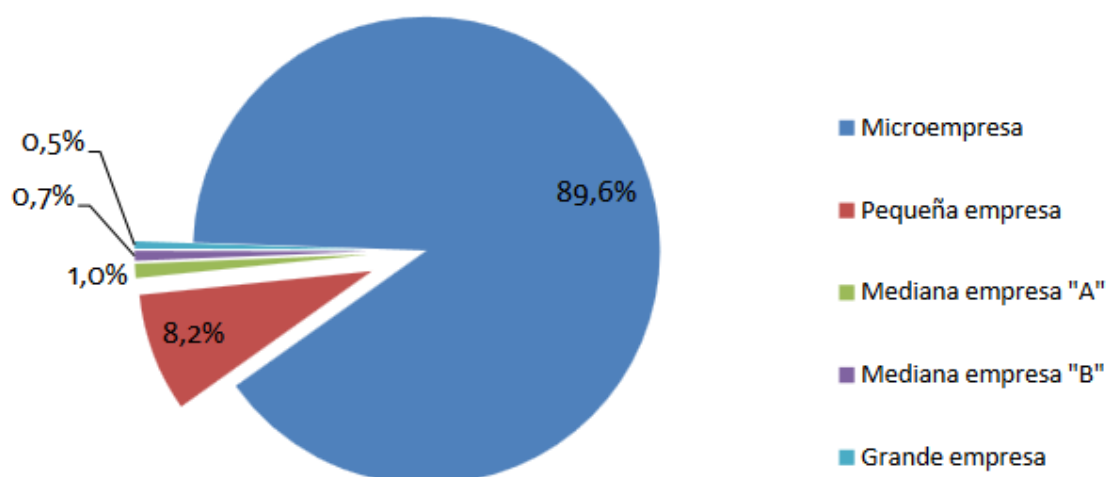


Figura 7. Clasificación de las empresas por su tamaño
Fuente: Ecuador en cifras, 2012. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

De acuerdo al Censo Económico del 2010, el tejido empresarial del Ecuador se encuentra conformado por microempresas (89,6%), la presencia de pequeña empresa es del 8.2% y a nivel de medianas y grandes empresas la presencia es incipiente en nuestro país.

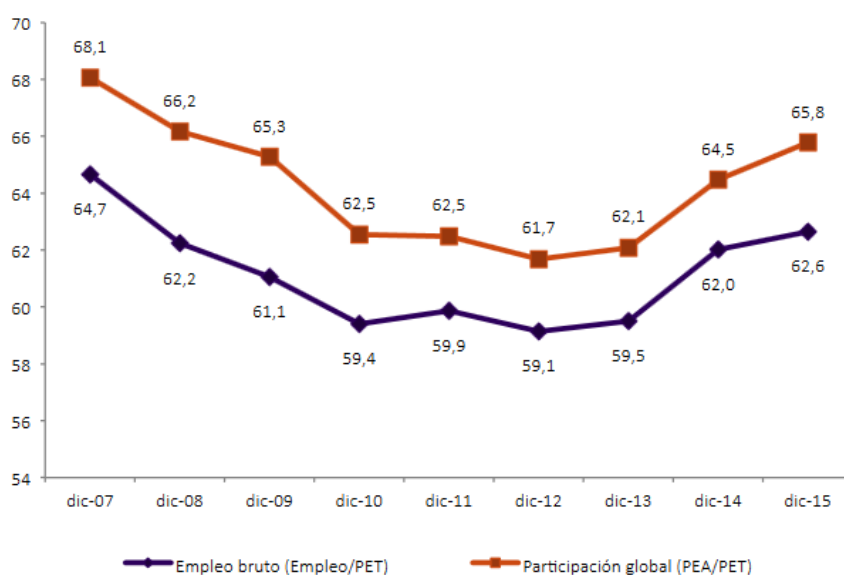


Figura 8: Evolución de la tasa de empleo bruto desde 2007 al 2015.
Fuente: Panorama laboral y empresarial del Ecuador al 2016. INEC.

Se aprecia que la tasa de empleo bruto no presenta un comportamiento creciente, del 2007 al 2010 se observan una caída en los niveles de empleo; sin embargo, en los últimos cuatro años se generan aumentos en este indicador lo que es positivo

para el país ya que la participación de personas ocupadas en función de la Población Económicamente Activa, también crece.

En lo que se refiere a la localización de las empresas a lo largo del territorio nacional, se aprecia en la figura 9, que Pichincha y Guayas concentra el mayor número de empresas con el 21,5% y 19,2% respectivamente. Las provincias de Azuay y El Oro cuentan con un 5% de participación del total del tejido empresarial nacional. La Provincia de Loja, aporta con el 3.6% y la provincia de Zamora Chinchipe con tan solo el 1.1%.

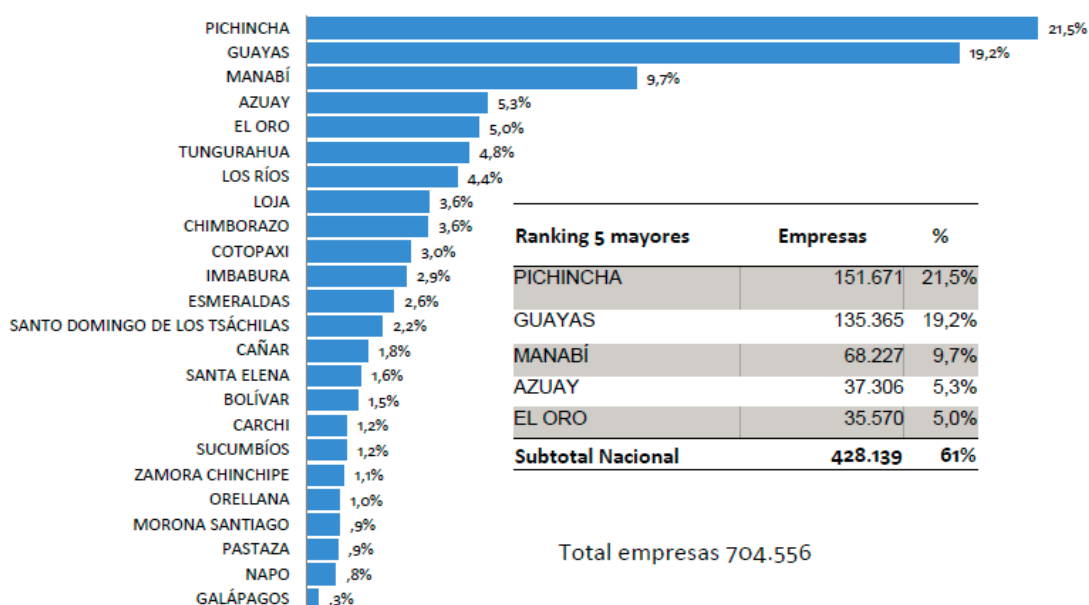


Figura 9. Concentración microempresas por provincia, 2012
Fuente: Panorama laboral y empresarial del Ecuador al 2016. INEC

En relación a la generación de ingresos por tipo de empresa, en la figura 10 se muestra esta información.

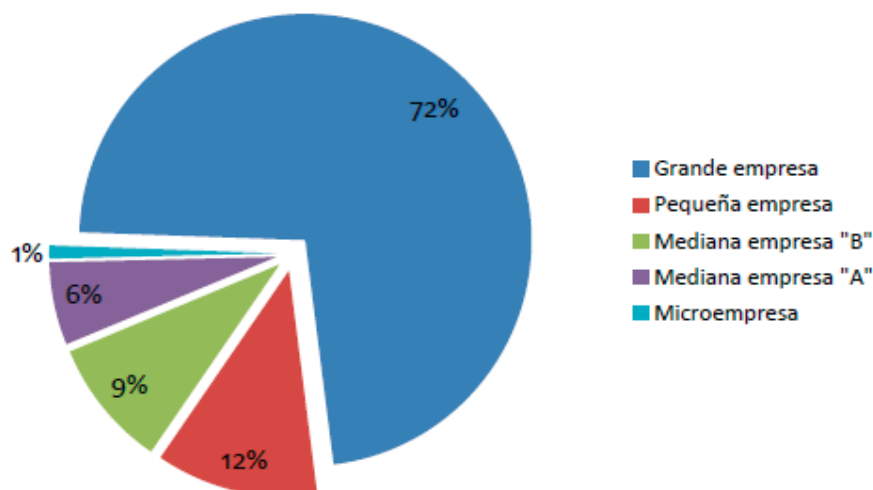


Figura 10. Ventas totales por tipo de empresa al 2012.
Fuente: Panorama laboral y empresarial del Ecuador al 2016. INEC

A pesar de que en número las empresas de gran tamaño no son representativas en la composición del tejido empresarial nacional, éstas generan el 72% de los ingresos por ventas, el aporte de la pequeña empresa es importante en esta variable, ya que ocupa el segundo lugar como mayor generadora de ingresos y el sector de la microempresa tan solo aporte con el 1%, a pesar de que en número representa más del 80% del total de empresas registradas en el Ecuador.

Otro factor importante es la distribución de empleo por sexo, es así que de acuerdo a datos del INEC, desde el 2008 hasta el 2015, la presencia de mujeres ha ido en crecimiento, aunque no se registran cambios significantes en dicho comportamiento. La figura 11, muestra estos datos.

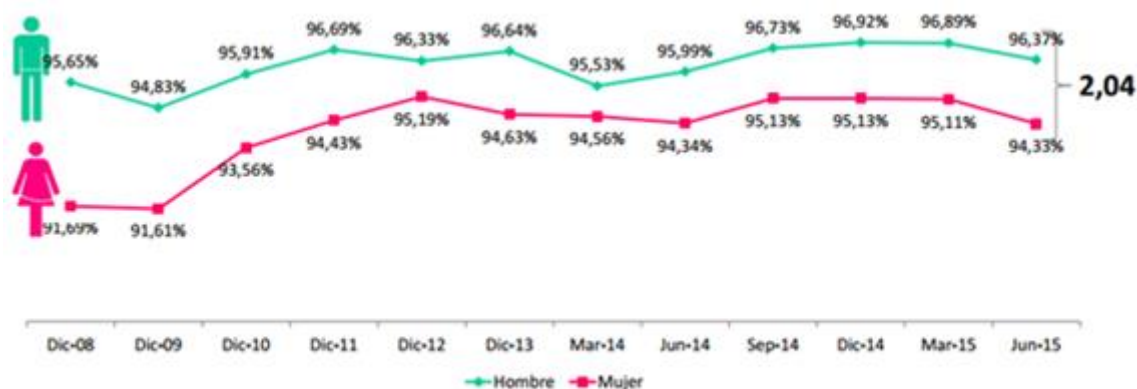


Figura 11. Población con empleo por sexo en Ecuador
Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2016.

De esta manera se ha presentado la evolución de las microempresas en el Ecuador, resaltando nuevamente la importancia que estas tienen para el país, a nivel de generación de empleos, ingresos, inclusión, entre otros factores que aportan al desarrollo del país.

1.5 La gestión administrativa

La administración de un negocio constituye un elemento fundamental y clave que garantice el crecimiento y sostenibilidad de cualquier negocio, sea este pequeño, mediano o una gran empresa.

1.5.1 Etapas de la gestión administrativa

Las microempresas dada sus características, deben poner especial atención en la gestión de sus unidades productivas, aplicando en todo momento las etapas previstas en la gestión administrativa, las cuales se describen a continuación.

Figura 12. Etapas del proceso administrativo



Fuente: <http://proceso-adm.blogspot.com.es>, 2017.

El proceso administrativo se constituye de cuatro fases importantes, las cuales son de gran ayuda en el proceso de toma de decisiones de una empresa. A continuación, se describe cada fase, de acuerdo a lo indicado por (Freeman, Freeman, & Gilbert, 1996).

1.5.2.1 Planeación

Constituye la primera etapa de todo proceso administrativo. Para (Freeman, Freeman, & Gilbert, 1996), planear implica que los administradores piensen con antelación en sus metas y acciones, y que basan sus actos en algún método, plan o lógica, y no en corazonadas. Además, la planificación requiere definir los objetivos o metas de la organización, estableciendo una estrategia general para alcanzar esas metas y desarrollar una jerarquía completa de planes para coordinar las actividades. Koonts y O'donnel, considera a la planeación como: “una función administrativa que consiste en seleccionar entre diversas alternativas los objetivos, las políticas, los procedimientos y los programas de una empresa”.

La planeación responde básicamente a la pregunta: ¿Qué hay que hacer?

Las necesidades de planear se derivan del hecho de que todo organismo social en un medio que constantemente está experimentando, cambios tecnológicos, económicos, políticos, sociales, culturales. Planear por tanto, consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo, y la determinación de tiempos. (Freeman, et al). Los elementos propios de la planeación son:

- Propósitos – Investigación- Estrategias – Políticas
- Procedimientos – Programas – Presupuestos – Cursos de acción

1.5.1.2 Organización

La etapa de Organización, constituye la fase en la cual la empresa u organización, establece la estructura necesaria para la sistematización adecuada y racional de los recursos. En esta fase se definen las jerarquías, disposiciones, corrección y agrupación de actividades, con el fin de poder llevar a cabo las funciones en cada estamento que conforma la organización. Esta fase a su vez incluye de manera general las siguientes etapas:

- División del Trabajo: consiste en la separación y delimitación de las actividades, con el fin de realizar una función con la mayor precisión, eficiencia y el mínimo esfuerzo.
- Jerarquización: Es la disposición de las funciones de una organización por orden de rango, grado o importancia.

- Departamentalización: Es la división y el agrupamiento de las funciones y actividades específicas, con base en su similitud.

1.5.1.3 Dirección

Constituye la segunda fase del proceso administrativo, y comprende la influencia del administrador en la realización de planes, obteniendo una respuesta positiva de sus empleados mediante la comunicación, la supervisión y la motivación. (Freeman, et al). Los principales elementos de la dirección son:

- a) Ejecución de los planes de acuerdo con la estructura organizacional.
- b) Motivación.
- c) Guía o conducción de los esfuerzos de los subordinados.
- d) Comunicación.
- e) Supervisión.
- f) Alcanzar las metas de la organización.

1.5.1.4 Control

Se configura como una fase fundamental de la administración, puesto que; aunque una empresa cuente con magníficos planes, una estructura organizacional adecuada y una dirección eficiente, el ejecutivo no podrá verificar cuál es la situación real de la organización y no existe un mecanismo que se cerciore e informe si los hechos van de acuerdo con los objetivos. (Freeman, et al).

El control consiste en verificar si todo ocurre de conformidad con el plan adoptado, con las instrucciones emitidas y con los principios establecidos. Tiene como fin señalar las debilidades y errores a fin de rectificarlos e impedir que se produzcan nuevamente. (Henry Fayol).

1.5.3 Las cinco fuerzas de Porter.

El modelo de las cinco fuerzas de Porter es una herramienta de gestión desarrollada por el profesor e investigador Michael Porter, que permite analizar una industria o sector, a través de la identificación y análisis de cinco fuerzas en ella. Por medio del diamante de Porter, se puede conocer el grado de competencia que existe en una

industria y, en el caso de una empresa dentro de ella, realizar un análisis externo, que sirva como base para formular estrategias destinadas a aprovechar las oportunidades y/o hacer frente a las amenazas detectadas.

A continuación, se presenta el diamante de Porter, así como una explicación de cada elemento, información que fue tomada del libro Competitive Strategy de Michael Porter.

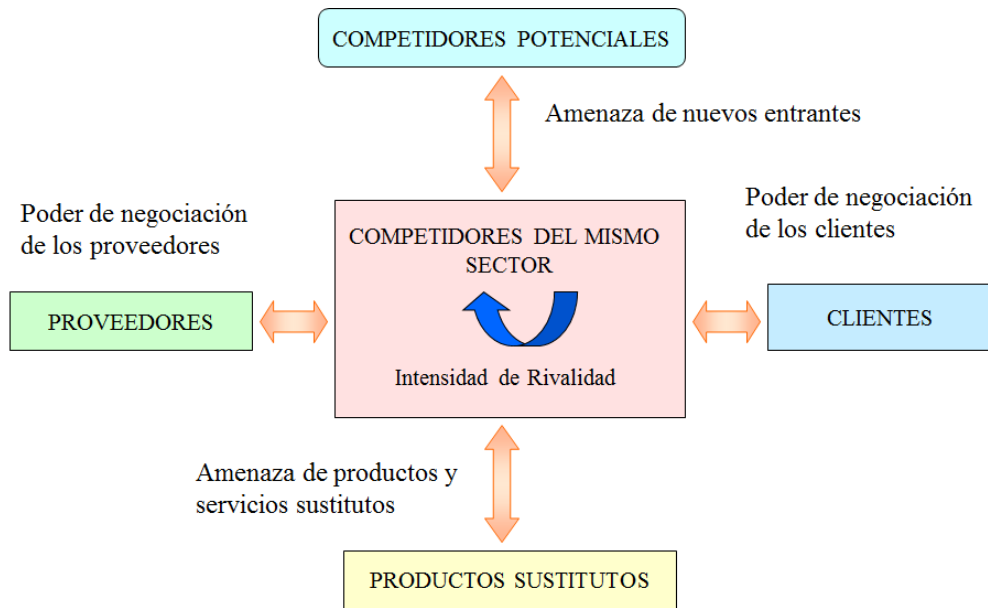


Figura 12. Diamante de Porter

Fuente: <http://planadmeestrategico.blogspot.com.es/2013/09/las-5-fuerzas-de-porter.html>, 2017

Según Porter (1985), el dividir una industria en estas cinco fuerzas permite lograr un mejor análisis del grado de competencia en ella y, por tanto, una apreciación más acertada de su atractivo; mientras que, en el caso de una empresa dentro de la industria, un mejor análisis de su entorno y, por tanto, una mejor identificación de oportunidades y amenazas.

A continuación, un resumen de cada una de estas fuerzas:

1.5.2.1 Rivalidad entre competidores¹

Generalmente la fuerza más poderosa de todas, hace referencia a la rivalidad entre empresas que compiten directamente en una misma industria, ofreciendo el mismo tipo de producto. Una fuerte rivalidad entre competidores podría interpretarse como una gran cantidad de estrategias destinadas a superar a los demás, estrategias que buscan aprovechar toda muestra de debilidad en ellos, o reacciones inmediatas ante sus estrategias o movidas.

A continuación, algunos factores que provocan el aumento de la rivalidad entre competidores:

- ✓ La demanda por los productos de la industria disminuye.
- ✓ Existe poca diferenciación en los productos.
- ✓ Las reducciones de precios se hacen comunes.
- ✓ Los consumidores tienen la posibilidad de cambiar fácilmente de marcas.
- ✓ Los costos fijos son altos.
- ✓ El producto es perecedero.
- ✓ Las fusiones y adquisiciones en la industria son comunes.

A medida que la rivalidad entre competidores se hace más intensa, las ganancias de la industria disminuyen, haciendo que ésta se haga menos atractiva y que, por tanto, disminuya el ingreso de nuevos competidores.

Analizar la rivalidad entre competidores nos permite comparar nuestras ventajas competitivas con las de otras empresas rivales, y así formular estrategias que nos permitan superarlas. Entre estas estrategias se incluyen:

- ✓ Aumentar la calidad de los productos.
- ✓ Reducir los precios.
- ✓ Dotar de nuevas características a los productos.
- ✓ Brindar nuevos servicios.
- ✓ Aumentar la publicidad.
- ✓ Aumentar las promociones de ventas.

¹ Tomado del texto: competitive strategy: techniques for analyses industries and competitors. Michael Porter (1985).

1.5.2.2 Amenaza de entrada de nuevos competidores²

Este punto hace referencia a la entrada potencial a la industria de empresas que producen o venden el mismo tipo de producto. Cuando las empresas pueden ingresar fácilmente a una industria, la intensidad de la competencia aumenta; sin embargo, ingresar a un mercado no suele ser algo sencillo debido a la existencia de barreras de entrada. Entre éstas se pueden mencionar:

- ✓ La necesidad de lograr rápidamente economías de escala.
- ✓ La necesidad de obtener tecnología y conocimiento especializado.
- ✓ La falta de experiencia.
- ✓ Una fuerte lealtad del consumidor hacia determinadas marcas.
- ✓ Grandes necesidades de capital.
- ✓ Falta de canales adecuados de distribución.
- ✓ Políticas reguladoras gubernamentales.
- ✓ Altos aranceles.
- ✓ Falta de acceso a materias primas.
- ✓ Posesión de patentes.
- ✓ saturación del mercado.

Pero a pesar de estas barreras, algunas veces las empresas logran ingresar fácilmente a una industria cuando cuentan con productos de una calidad superior al de los existentes, precios más bajos o una mejor publicidad.

El análisis de esta fuerza competitiva, permite a las empresas establecer estrategias de negocio que les permite hacer frente a la competencia, entre estas se indican:

- ✓ Aumentar la calidad de los productos.
- ✓ Reducir los precios.
- ✓ Aumentar los canales de ventas.
- ✓ Aumentar la publicidad.
- ✓ Ofrecer mejores condiciones de ventas, por ejemplo, ofrecer un mayor financiamiento o extender las garantías.

² Ibidem

1.5.2.3 Amenaza de ingreso de productos sustitutos³

Como su nombre lo indica, hace referencia al ingreso potencial de empresas que producen o venden productos alternativos a los de la industria. La presencia de productos sustitutos suele establecer un límite al precio que se puede cobrar por un producto (un precio mayor a este límite podría hacer que los consumidores opten por el producto sustituto).

Los productos sustitutos pueden ingresar fácilmente a una industria cuando:

- ✓ Los precios de los productos sustitutos son bajos o menores que los de los productos existentes.
- ✓ Existe poca publicidad de productos existentes.
- ✓ Hay poca lealtad en los consumidores.
- ✓ El costo de cambiar de un producto a otro sustituto es bajo para los consumidores.

El análisis de la amenaza de ingreso de productos sustitutos nos permite formular estrategias destinadas a impedir el ingreso de empresas que produzcan o vendan estos productos o, en todo caso, estrategias que nos permitan competir con ellas.

Algunos ejemplos de estas estrategias son:

- ✓ Aumentar la calidad de los productos.
- ✓ Reducir los precios.
- ✓ Aumentar los canales de ventas.
- ✓ Aumentar la publicidad.
- ✓ Aumentar las promociones de ventas.

1.5.2.4 Poder de negociación de los proveedores⁴

El poder de negociación de los proveedores hace alusión al poder con que cuentan los proveedores de la industria para aumentar sus precios y ser menos concesivos. Por lo general, mientras menor cantidad de proveedores existan, mayor será su poder de negociación, ya que, al no haber tanta oferta de materias primas, éstos pueden fácilmente aumentar sus precios y ser menos concesivos.

³ Ibidem

⁴ Ibidem

Pero además de la cantidad de proveedores que existan en la industria, el poder de negociación de éstos también tiende a aumentar cuando:

- ✓ Existen pocas materias primas sustitutas.
- ✓ El costo de cambiar de una materia prima a otra es alto.
- ✓ Las empresas realizan compras con poco volumen.

El análisis del poder de negociación de los proveedores nos permite formular estrategias destinadas a reducir su poder de negociación, y así lograr mejores condiciones o un mayor control sobre ellos.

Algunos ejemplos de estas estrategias son:

- ✓ Adquirir a los proveedores.
- ✓ Producir las materias primas que uno necesita.
- ✓ Realizar alianzas estratégicas con los proveedores que permitan, por ejemplo, reducir los costos de ambas partes.

1.5.2.5 Poder de negociación de los consumidores⁵

Este último componente del diamante de Porter, se refiere al poder con que cuentan los consumidores o compradores de la industria para obtener buenos precios y condiciones. Cualquiera que sea la industria, lo usual es que los compradores siempre tengan un mayor poder de negociación frente a los vendedores; sin embargo, este poder suele presentar diferentes grados dependiendo del mercado.

Por lo general, mientras menor cantidad de compradores existan, mayor será su capacidad de negociación, puesto que, al no haber tanta demanda de productos, éstos pueden reclamar por precios más bajos y mejores condiciones.

Pero además de la cantidad de compradores que existan en la industria, el poder de negociación de éstos también tiende a aumentar cuando:

- ✓ No hay diferenciación en los productos.
- ✓ Los consumidores compran en volumen.
- ✓ Los consumidores pueden fácilmente cambiarse a marcas competidoras o a productos sustitutos.
- ✓ Los consumidores están bien informados acerca de los productos, precios y costos de los vendedores.

⁵ Ibidem

- ✓ Los vendedores enfrentan una reducción en la demanda.

El análisis del poder de negociación de los consumidores nos permite formular estrategias destinadas a reducir su poder de negociación, y así captar un mayor número de clientes u obtener una mayor lealtad de éstos.

Algunos ejemplos de estas estrategias son:

- ✓ Buscar una diferenciación en los productos.
- ✓ Ofrecer mayores servicios de postventa.
- ✓ Ofrecer mayores y mejores garantías.
- ✓ Aumentar las promociones de ventas.
- ✓ Aumentar la comunicación con el cliente.

El análisis de las cinco fuerzas de Porter, es fundamental para toda organización, sea ésta una micro, pequeña, mediana o grande empresa; monitorear constantemente el mercado y la industria donde opera el negocio permitirá realizar una mejor administración del mismo, y con ello la permanencia en el mercado, en un entorno cada vez más competitivo.

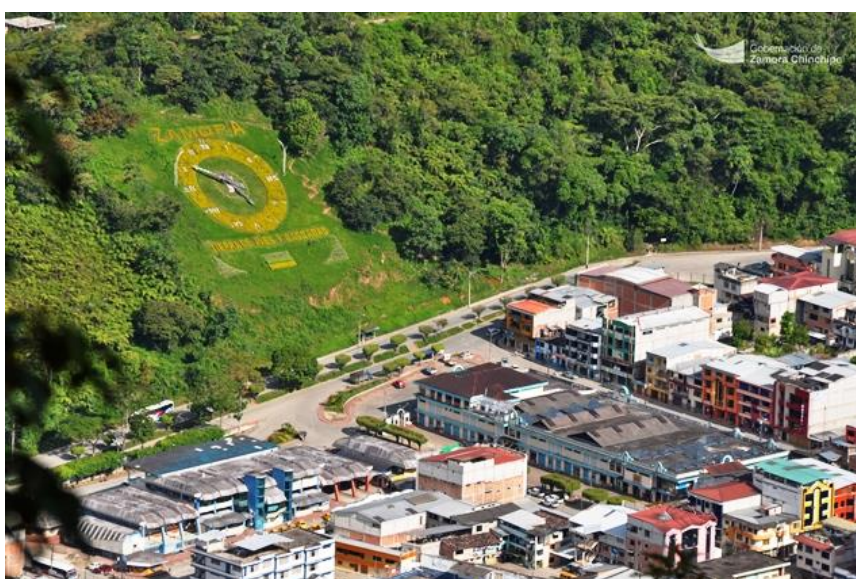
De esta manera se culmina con el capítulo I, donde se ha indicado el marco conceptual y referencial relacionado con el tema de tesis planteado, en el siguiente capítulo se presenta la localización del territorio objeto de estudio.

CAPÍTULO II. SITUACIÓN EMPRESARIAL PROVINCIA ZAMORA CHINCHIPE

En este capítulo se realizará la descripción de la zona seleccionada para el presente trabajo, para ello se divide la presentación de información en relación a los dos cantones más importantes que conforman la provincia de Zamora Chinchipe como lo son Zamora y Yantzaza.

2.1 Antecedentes del cantón Zamora y Yantzaza

2.1.1 Cantón Zamora



Fuente: Gobernación de Zamora. <http://www.gobernacionzamora.gob.ec>

De acuerdo a información contenida en la página oficial de la gobernación de la provincia de Zamora Chinchipe al 2017, el cantón Zamora conocido como tierra de aves y cascadas, constituye la capital de la provincia de Zamora Chinchipe, cuenta con una población de 25,510 habitantes. Destacan la presencia de los grupos étnicos: Shuar, Saraguro y Mestizo.

2.1.1.1 Historia

El cantón es conocido por ser uno de los primeros cantones y uno con los de mayor extensión territorial en la provincia.

Hoy conocida como ciudad de aves y cascadas, Zamora, está bañada por el Bombuscaro y el caudaloso Zamora, y su historia se remonta a los inicios de la

conquista española, que aun cuando, los recuerdos de esta etapa siguen sonando a un atropello, también se destaca el encuentro de dos culturas que siendo distintas, logran el mestizaje que caracteriza a nuestros pueblos de América y que datan de la riqueza de un mundo diverso y cada días más tolerante, digno y orgulloso.

Es en 1549, que Mercadillo y Benavente, luego de grandes peripecias, fundan la ciudad de Zamora de los Alcaldes en las cercanías de Nambija, tomando como punto de referencia la desembocadura del río Yacuambi y Yayamayu, que posteriormente toma el nombre de río Zamora, lugar donde hoy se encuentra la comunidad de Soapaca, constituyéndose en una de las primeras intensiones de lograr este asentamiento.

Sin embargo, cuenta la historia que, por segunda ocasión, Zamora se funda en las inmediaciones de las hoy conocidas localidades de Guaguayme, junto a las estribaciones de la cordillera Chivatos, donde existe una considerable extensión de terreno plano con una ligera inclinación hacia el este.

La investigación de los historiadores locales, ha permitido descubrir que cerca de 1800, por tercera y definitiva ocasión se funda Zamora en el lugar actual donde se levanta nuestra bella urbe, entre las confluencias de los ríos Bombuscaro y Jambue, sitios que pertenecían a las comunidades shuar de Martín Ujukam, Serembo y Unupi.

No obstante, hay que mencionar que, es el 06 de octubre de 1549 la fecha que ha sido recocida por las autoridades y población local, como la fecha de conmemoración de la fundación española de la ciudad de Zamora, por lo que debemos resaltar algunos hechos que narra nuestra escueta reseña.

Zamora ciudad de aves y cascadas, sin duda, por sus orígenes, por su historia, es una las pujantes urbes que día a día se abre camino en el tiempo, con el esfuerzo de sus autoridades, de hombres y mujeres pujantes que desde el amanecer labran la tierra, escarban sus entrañas y caminan hacia adelante, con paso firme, con dignidad y orgullo de pertenecer a esta noble y fértil zona de la patria.

Zamora es una tierra que funsiona culturas, española, inca y shuar, debe permanecer en nuestra mente y corazón como símbolo de hermandad, que las cortinas de la noche no opaquen las ilusiones de contemplar su aurora y la biodiversidad de guarda en sus montañas y valles.

Zamora es admirada, sin duda por su reloj gigante, por su monumento al minero, por su parque y su bella catedral, pero lo que más destacable es sin duda la solidaridad,

honradez, unidad y amor de su gente, que hoy se une para celebrar su fundación y gritar a vida Voz que vida Zamora por siempre.

El cantón Zamora es la entrada de la región Sierra desde la ciudad de Loja al resto de la provincia por medio de la Carretera Troncal Amazónica, en un tramo de 62 kilómetros. Esta ciudad ha experimentado un gran crecimiento debido a la inmigración de sus habitantes y las remesas recibidas sobre todo de países europeos. Gran parte de sus habitantes son originarios de la provincia de Loja. Esto según información que reposa en la página oficial del GAD Zamora.

2.1.1.2 Atractivos turísticos

Zamora es considerada una zona con alto potencial turísticos, dentro de sus principales atractivos turísticos se incluyen:

✓ El reloj más grande del mundo

Se encuentra construido en la zona urbana del cantón, las manecillas fueron construidas con metales seleccionados de acuerdo a sus propiedades a través de un software exclusivo para tal efecto. Además, el acero inoxidable utilizado en las máquinas contiene cromo, níquel y otros elementos resistentes al clima que se presenta en el sector.

✓ Río Bombuscaro

Su nombre proviene del shuar Wampushkar, que significa “aguas claras” y es conocido por la gran biodiversidad que existen en los bosques ubicados a su alrededor.

✓ Parque Nacional Podocarpus (PNP)

Se ubica entre las provincias de Zamora Chinchipe y Loja, y su nombre proviene del Romerillo o Podocarpus, que constituye la única conífera nativa del Ecuador. La temperatura de la zona oscila entre 8 y 15 grados centígrados y en las zonas bajas la temperatura es de 20 grados o más. Esta zona se destaca por ser una de las más ricas del mundo, registra más de 630 especies, que representan alrededor del 40% de las aves que existen en el país.

✓ Parque lineal Zamora

Se encuentra ubicado en la zona urbana de la ciudad de Zamora, es el sitio propicio para desarrollar actividades culturales como: exposiciones, obras de teatro, conciertos de música.

✓ Cascada velo de novia

Ubicada a 20 km de la ciudad de Zamora en la vía a Loja, se encuentra la cascada “Velo de Novia”, denominada de esta manera porque sus caídas y color del agua generan un parecido con un velo de novia; también se la conoce como “La Rápida”, por la velocidad de la caída de sus aguas que nacen de las estribaciones del Parque Nacional Podocarpus.

2.1.2 Cantón Yantzaza



Fuente: <https://germaniacm1980.wordpress.com>

De acuerdo a la información que se registra en la página oficial del GAD de Yantzaza; se constituye en el cuarto cantón en el orden de creación dentro de la provincia de Zamora Chinchipe su nombre es de origen shuar, compuesto de dos términos o palabras del idioma de esta raza. **YANTSA** = Luciérnaga y **ENTSA** = Quebrada o río de las luciérnagas. Hoy en la actualidad es conocido como el valle de las Luciérnaga. Su nombre se ha castellanizado, suprimiéndose la vocal y consonantes terminológicas ENT para sustituirlas por la Z en vez de S, quedando por tanto con el nombre de YANTZAZA.

Este canto se encuentra ubicado a 78° 45' 32" de Longitud Oeste y 3° 4' 42" de Latitud Sur y a 811msnm.

2.1.2.1 Historia

La historia del cantón Yantzaza fue tomada de la página oficial del GAD de ese cantón.

El Cantón Yantzaza se crea en la Provincia de Zamora Chinchipe, el día jueves 26 de febrero de 1981 y publicado en el Registro Oficial Nro. 388; Numeral 55 que dice: NORTE.- Desde la intersección entre la línea de cumbre de la Cordillera de Campana Urcu y el paralelo geográfico hacia el Este, hasta alcanzar dichas nacientes, de estas el río Pachicutza, aguas abajo, hasta su afluencia en el río Chuchumbleta; de esta afluencia en el río Chuchumbleta aguas abajo, hasta su desembocadura en el río Zamora; de esta desembocadura, el paralelo geográfico hacia el Este, hasta su intersección con los límites Internacionales. ESTE.- Los límites Internacionales.

SUR.- De los límites Internacionales, el Paralelo Geográfico hacia el Oeste, hasta alcanzar la afluencia de la quebrada Piedra Liza en el río Zamora; de esta afluencia, la quebrada Piedra Liza, aguas arriba, hasta sus orígenes en el cerro Pan de Azúcar.

OESTE.- Del cerro Pan de Azúcar, la línea de cumbre de la cordillera de Campana Urcu, hacia el Norte, hasta su intersección con el Paralelo Geográfico que viene del Este de las nacientes del río Pachicutza.

2.1.2.2 Atractivos turísticos

Dentro de los atractivos turísticos que este cantón presente, de acuerdo a información del Ministerio de Turismo, se incluyen:

✓ Cascada el Tobogán

El nombre de la cascada se origina en la forma que tiene la roca por el curso del agua. Se encuentra ubicada en la parroquia Chicaña sector El Salado a 24 kilómetros de la ciudad de Yantzaza, tiene una altura aproximada 15 metros. Aquí se puede tomar un baño, practicar fotografía y deleitarse con la observación de la flora existente.

✓ Cueva del Oso

Esta cueva se encuentra en la parroquia Chicaña, sector El Salado, tiene aproximadamente 50 metros de largo. El recorrido de la cueva dura alrededor de una hora, en el cual se puede observar las estalactitas y estalagmitas, formaciones naturales que se han fortalecido a través del tiempo. Además, se visualizan murciélagos, reptiles y otros animales del bosque que entran a proveerse de sales minerales para su alimentación.

✓ Refugio silvestre “El Zarza”

El Refugio de Vida Silvestre que cuenta con una superficie de 3643 hectáreas, fue creado el 28 de junio de 2006. Se ubica en el cantón Yantzaza, en la parroquia Los Encuentros, barrio El Zarza.

✓ Artesanías en hilo de Seda

Este atractivo artesanal se encuentra en el barrio Quiringue, de la parroquia Chicaña a 14 kilómetros de la ciudad de Yantzaza. La seda es una fibra textil muy apreciada obtenida a partir de la secreción con la que fabrica su capullo el gusano, en esta actividad se involucran diferentes etapas: hilado, teñido, tejido y finalmente se obtiene una materia prima lista para ser utilizada en el desarrollo empresarial. El Hilo es utilizado para la elaboración de carteras, bufandas, chales, collares y aretes.

✓ Etnia Shuar

Los Shuar, integran un grupo étnico que se encuentra asentado en el cantón Yantzaza, en sus tres parroquias que lo integran. Los residentes del barrio San Juan Kayap están empeñados en el rescate de sus costumbres y tradiciones, las mismas que por años han sido olvidadas.

2.2 Indicadores principales

A continuación, se incluyen los principales indicadores económicos de los cantones Zamora y Yantzaza.

2.2.1 Población:

De acuerdo a datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, el cantón Zamora y Yantzaza en cuanto a la distribución de la población, se encuentra constituido por:

Tabla 2. Censo de Población

	Zamora	%	Yantzaza	%
Hombres	13315	52%	9456	51%
Mujeres	12195	48%	9219	49%
Total	25510	1	18675	1

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC. 2017

Tanto en el cantón Zamora como Yantzaza, se encuentran constituidos por un número casi igual entre hombres y mujeres, la presencia de hombres en los dos cantones es un poco mayor, no siendo representativa la diferencia porcentual.

En la gráfica 1, se presenta la distribución población por zonas. Se observa que la mayor parte de la población se ubica en la zona rural de la provincia, concentrando más del 50% en cada cantón.

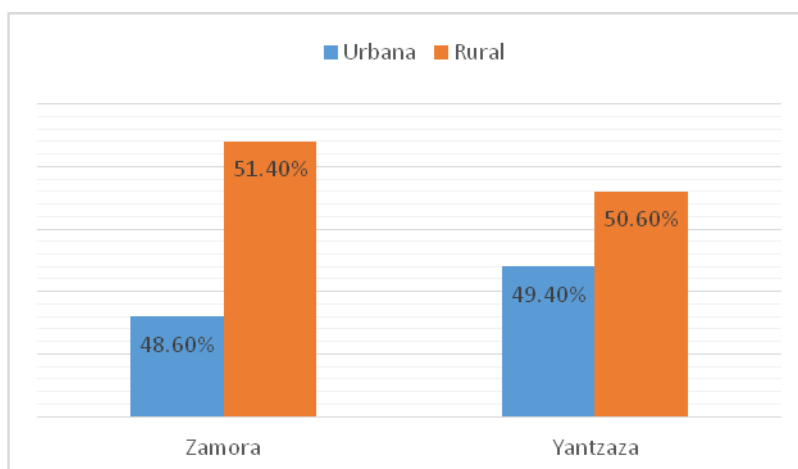


Figura 13. Distribución poblacional por zona

Elaborado: el autor

2.2.2 Población por rama de actividad

Es importante conocer cómo se encuentra distribuida la población por tipo de actividad, en la gráfica 2 se presenta esta información respecto de Zamora y Yantzaza.

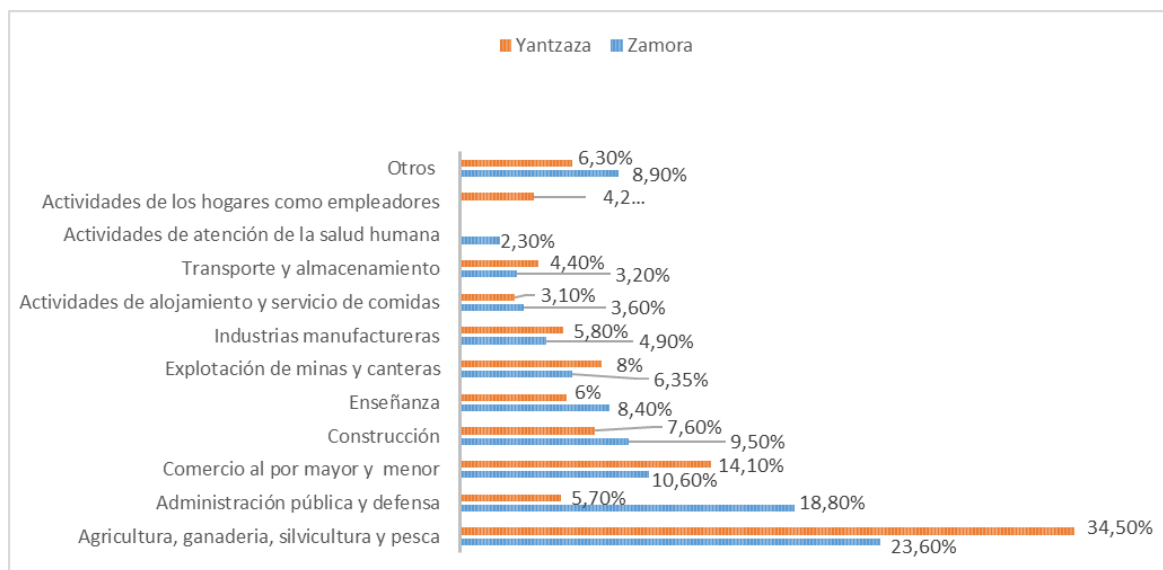


Figura 14. Composición poblacional por rama de actividad

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC. 2017

Se observa que en el cantón Zamora y Yantzaza, predomina la actividad primaria, con mayor representatividad en Yantzaza, donde el 34,5% de la población se ocupa en actividades relacionadas con agricultura y ganadería. En el caso de Zamora sobresale en segundo lugar quienes trabajan en la administración pública con un 18,8%. Esta actividad por su parte en el cantón Yantzaza no es representativa. Siendo el comercio al por mayor y menor la segunda actividad con mayor dominio en Yantzaza.

2.2.3 Participación en la actividad económica

Otro dato importante lo constituye la participación de la población en la actividad económica, es así que de acuerdo a datos del GAD de Zamora y Yantzaza, estos cantones hasta el año 2015, registraban un total de 1922 y 781 emprendimientos respectivamente; esto de acuerdo al catastro de patentes proporcionado por cada Municipio.

En cuanto al empleo que se genera por actividad económica, de acuerdo a datos del censo económico del 2010, la provincia de Zamora Chinchipe, en sus dos principales cantones, se encuentra distribuido de la siguiente manera:

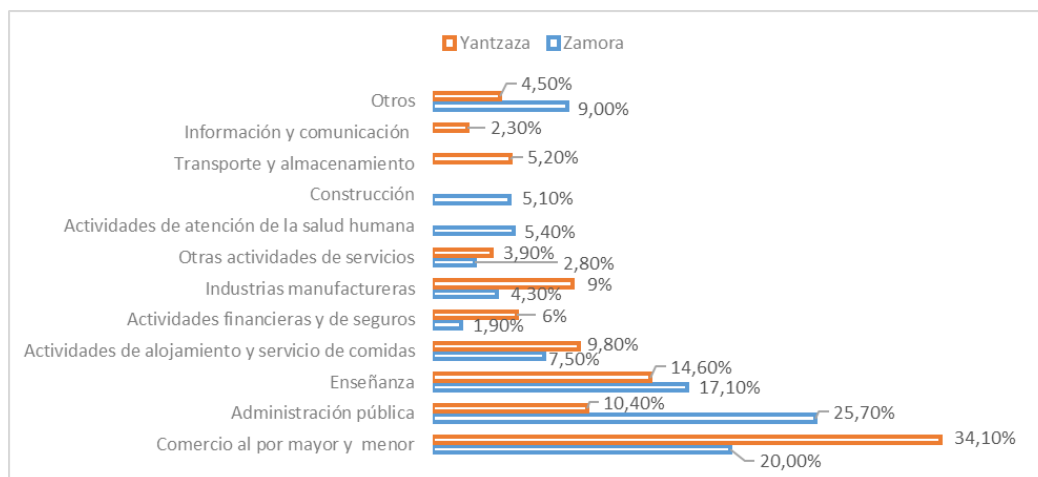


Figura 15. Personal ocupado por rama de actividad

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC. 2017

Como se observa las actividades que generan mayores fuentes de empleo en los dos cantones es diversa. Es así que, la industria manufacturera constituye el quinto sector en generación de empleo en Yantzaza, así como la enseñanza, la cual es una importante fuente de empleo en este cantón. En el caso de Zamora, en cambio la administración pública concentra un mayor porcentaje de personal ocupado, seguido del comercio al por mayor y menor; la industria manufacturera es mínima en este cantón, así como las actividades de tipo financiero que tan solo contribuye con el 1,9% de personal ocupado, siendo mayor en Yantzaza, donde este sector concentra el 6%.

De esta manera se ha dado a conocer la historia y principales indicadores de los cantones objeto de la presente investigación. En el siguiente capítulo se presentan el análisis de resultados en relación al tema planteado.

**CAPÍTULO III. GESTIÓN EMPRESARIAL DE LAS MICROEMPRESAS EN
ZAMORA CHINCHIPE**

En este capítulo se incluyen los principales resultados obtenidos de la encuesta realizada en la provincia de Zamora Chinchipe, cantones de Zamora y Yantzaza.

3.1 Aspectos metodológicos

Para dar respuesta a los objetivos planteados en el presente estudio; la metodología utilizada es de tipo exploratoria – descriptiva. Con los datos obtenidos de la encuesta se procede a extraer los principales resultados de acuerdo a los tres ejes considerados y que se indican en el apartado de discusión de resultados.

Cabe indicar que el análisis se realiza de una base de datos levantada previamente por parte de la sección de Finanzas y Gestión Bancaria de la Universidad Técnica Particular de Loja en el año 2015 – 2016; donde a través del proyecto denominado: Finanzas populares y solidarias, una alternativa al desarrollo local con impulso al emprendimiento, obtuvieron información a un total de 659 microempresarios, distribuidos de la siguiente manera:

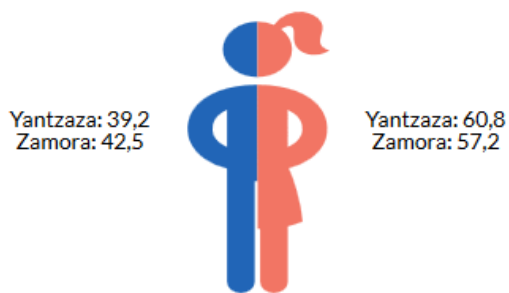
- Zamora: 299
- Yantzaza: 360

A continuación, se presentan los principales resultados del trabajo; para ello se analiza en primer lugar los estadísticos descriptivos de datos generales de cada cantón, para luego presentar los resultados de acuerdo a los tres ámbitos considerados para analizar la gestión administrativa de las microempresas ubicadas en las zonas estudiadas.

3.2 Análisis y discusión de resultados

3.2.1 Datos generales

Dentro de los datos generales se considera: edad, sexo, estado civil, nivel de educación.



Se observa un predominio de microempresarios de sexo femenino, siendo el cantón Yantzaza el que concentra un mayor número de mujeres emprendedoras.

Figura 16. Sexo por cantón
Fuente: base de datos
Elaboración: al autor

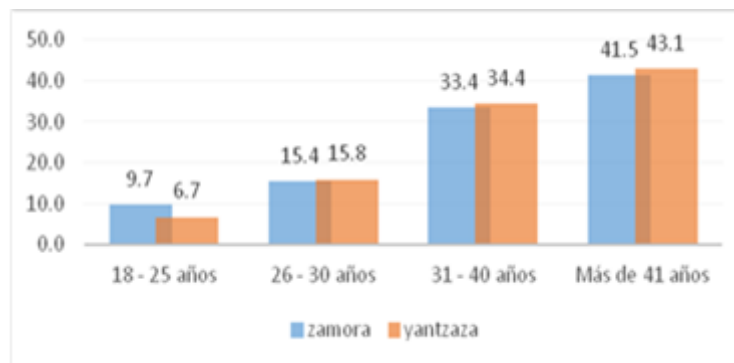


Figura 17. Edad por cantón
Fuente: base de datos
Elaboración: al autor

Es importante destacar que, en los cantones de estudio, existe una importante concentración de microempresarios con edad superior a los 30 años, la distribución de este criterio es similar para Zamora y Yantzaza. La gente joven por tanto, prefiere disponer de otro tipo de empleo asalariado, en lugar de emprender en nuevos negocios.

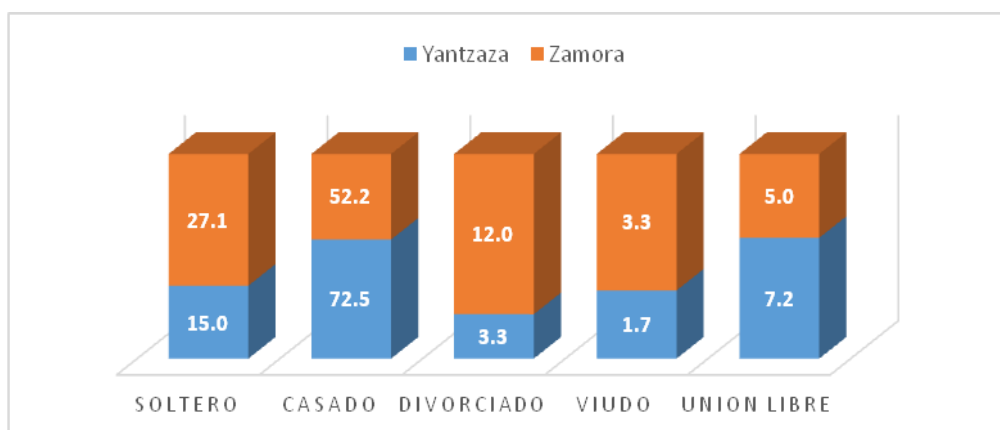


Figura 18. Estado civil
Fuente: base de datos
Elaboración: al autor

En cuanto a la variable estado civil, de la información levantada, se extrae que tanto en Yantzaza como Zamora predominan los microempresarios de estado civil casados, seguidos por aquellos microempresarios solteros. Yantzaza concentra más del 70% de su población microempresarial con estatus casado.

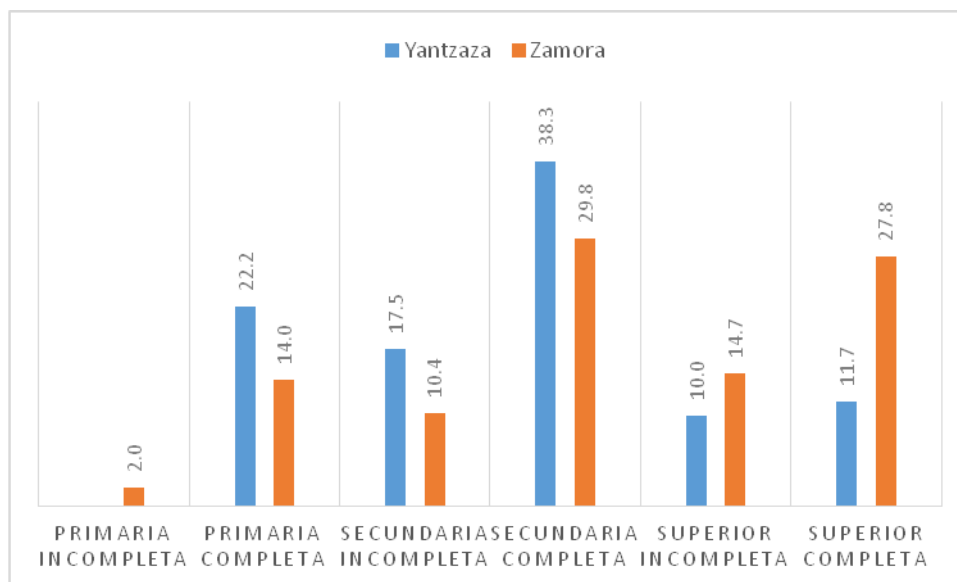


Figura 19. Nivel de educación
 Fuente: base de datos
 Elaboración: al autor

Es importante destacar que en un 30% los microempresarios de la zona de estudio, han culminado los estudios secundarios. Sin embargo, existe un comportamiento diferente para cada cantón, siendo así que, en el cantón Yantzaza se observa un importante porcentaje (22,2) de microempresarios que cuentan con primaria completa y tan solo el 11% ha culminado sus estudios superiores. Por otro lado, en el cantón Zamora, se aprecia que el 27,8% de los microempresarios cuentan con estudios de tercer nivel y el 10,4% de los microempresarios no ha culminado la secundaria.

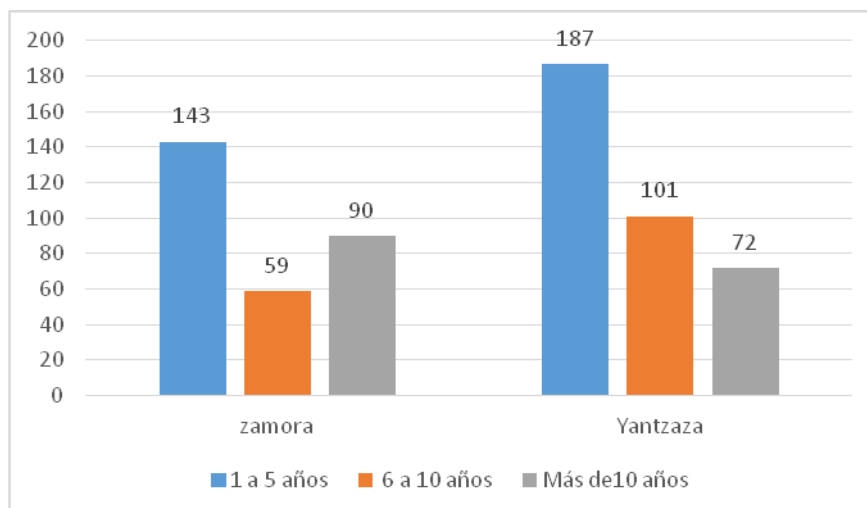


Figura 20. Años de funcionamiento del negocio
Fuente: base de datos
Elaboración: al autor

Una variable importante que se incluyó en el levantamiento de información, lo constituye los años de funcionamiento del negocio, es así que, en los dos cantones predominan los negocios nuevos. El 49% y el 52% de las microempresas de Zamora y Yantzaza respectivamente, son negocios que no cuentan con más de cinco años de funcionamiento. En Yantzaza además, existe un importante número de microempresas (28%) que cuentan entre seis a diez años de funcionamiento, mientras que en Zamora el 31% son empresas con experiencia ya que se encuentran funcionando por más de diez años.

3.2.2 Producción y ventas

Dentro de la gestión administrativa, conocer el proceso productivo, así como la gestión de compras y ventas son componentes de suma importancia para la sostenibilidad de una organización. A continuación, el análisis de las principales preguntas que se incluyen en este apartado.

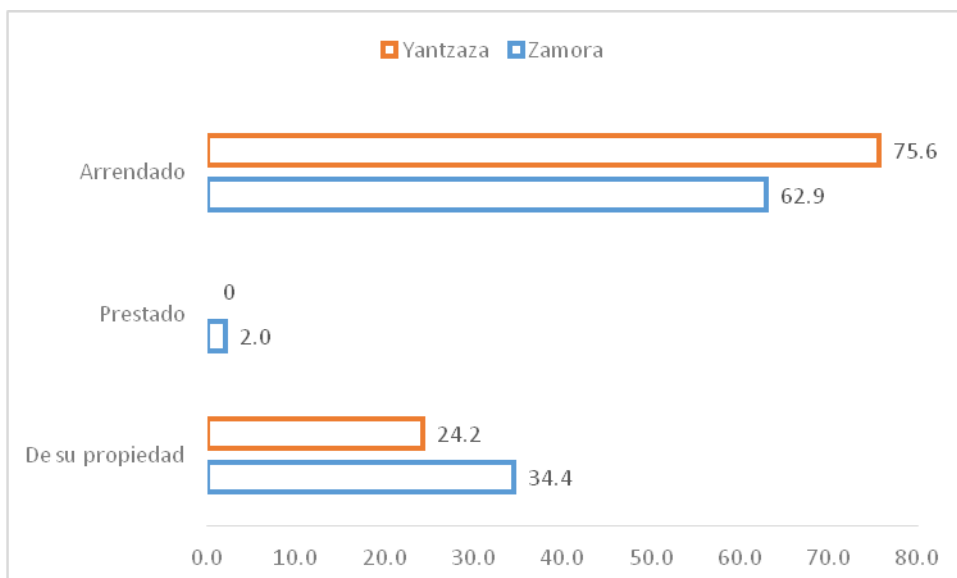


Figura 21. Lugar de funcionamiento del negocio
 Fuente: base de datos
 Elaboración: al autor

Dentro del proceso productivo, una variable a considerarse lo constituye el lugar de funcionamiento del negocio, ya que ello tiene implicaciones financieras importantes dentro de la administración del negocio. Se observa de acuerdo a los resultados obtenidos, que en los dos cantones los microempresarios operan sus negocios en locales que no son de su propiedad. Sin embargo, existe un número menor de microempresarios que atienden sus negocios en locales de su propiedad, tal como se aprecia en la figura 15.

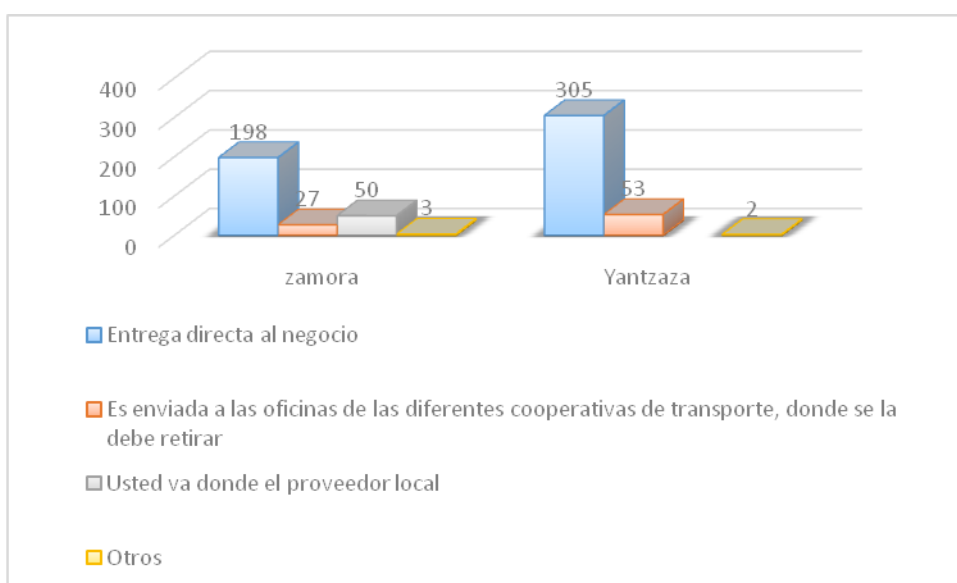


Figura 22. Proceso de recepción de mercadería
 Fuente: base de datos
 Elaboración: al autor

En cuanto al proceso de recepción de mercadería, dado que predomina en los dos cantones el comercio al por mayor y menor, la mercadería se receipta en mayor porcentaje a través de entrega directa en el negocio, esto se aprecia con mayor concentración en el cantón Yantzaza. En Zamora, se observa que el 17% de los microempresarios retira la mercadería directamente desde el proveedor, en tanto que en Yantzaza el 15% de microempresarios retiran la mercadería de las diferentes cooperativas de transporte.

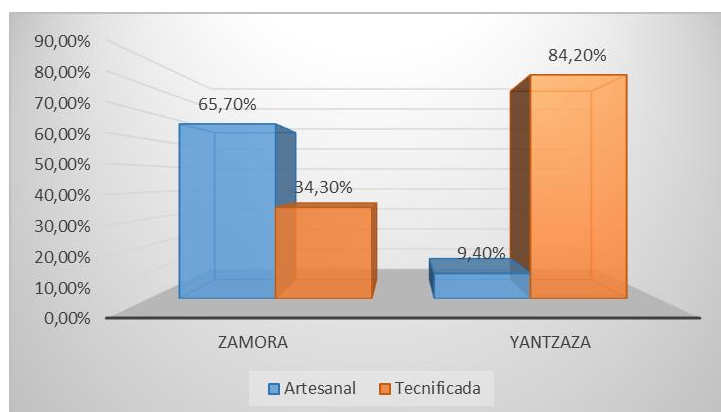
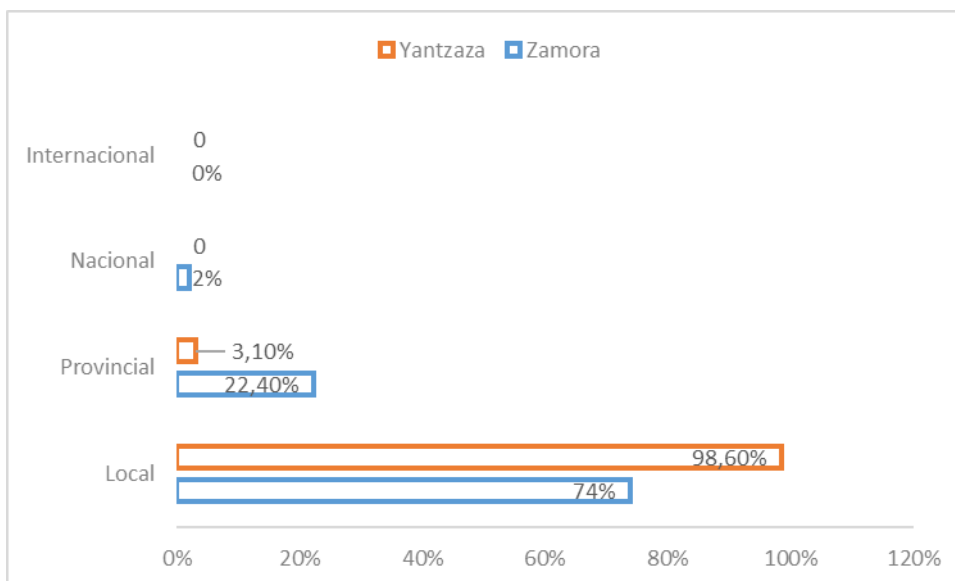


Figura 23. Tipo de producción
Fuente: base de datos
Elaboración: al autor

En cuanto al tipo de producción que se genera en los cantones de estudio, de los datos levantados, se destaca que en Yantzaza predomina la producción de tipo tecnificada, mientras que en Zamora existe un mayor porcentaje de producción artesanal. Si bien estos datos son diferentes para cada cantón, siendo la principal actividad económica el comercio tanto al por mayor y menor, estos datos presentan error de interpretación por parte del encuestado, ya que en su mayoría quienes realizan actividad de intermediación comercial indicaron que su producción es tecnificada, generando datos incorrectos en esta variable analizada.

3.2.3 Distribución y comercialización

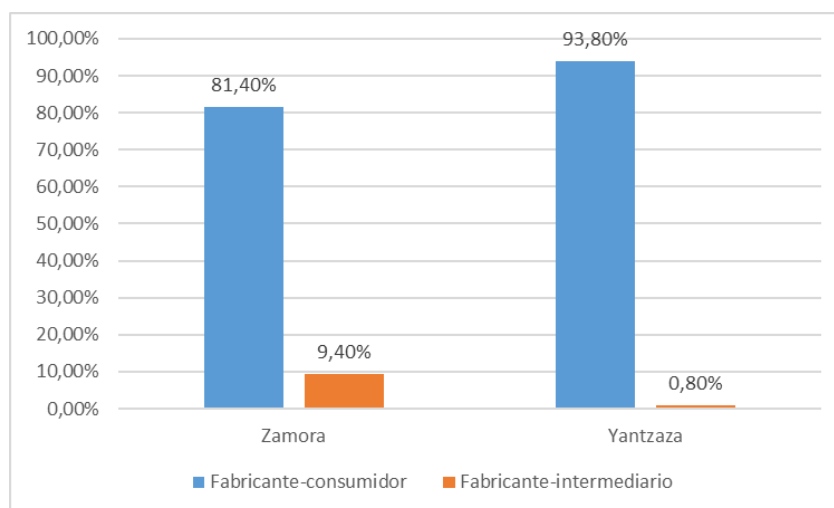
El proceso de distribución y comercialización es clave dentro de toda empresa; ya que constituye un elemento sobre el cual se puede innovar cuando los productos que se venden carecen de valor agregado. A continuación, se incluye el análisis de aquellas preguntas relacionadas con este ámbito de la gestión empresarial.



Fuente: base de datos
Elaboración: al autor

Tal como se incluye en la figura 18, las microempresas de los cantones Zamora y Yantzaza, trabajan localmente en su mayoría, existe en el caso de Zamora un 22,4% de microempresas que cuentan con presencia en otros cantones de la provincia de Zamora y en menor cantidad a nivel de otras provincias.

Figura 19. Canales de distribución



Fuente: base de datos
Elaboración: al autor

Dada la naturaleza de la mayoría de negocios de los cantones de Zamora y Yantzaza, no sorprende que en gran proporción el canal de distribución sea directo, (fabricante – consumidor), además al ser negocios pequeños, éste tipo de distribución se constituye en el canal más apropiado y de menor costo. Cabe

indicar que, al ser actividades de pequeña escala, la comercialización directa, se figura como una opción práctica y efectiva.

Figura 20. Formas de adquisición (compra)

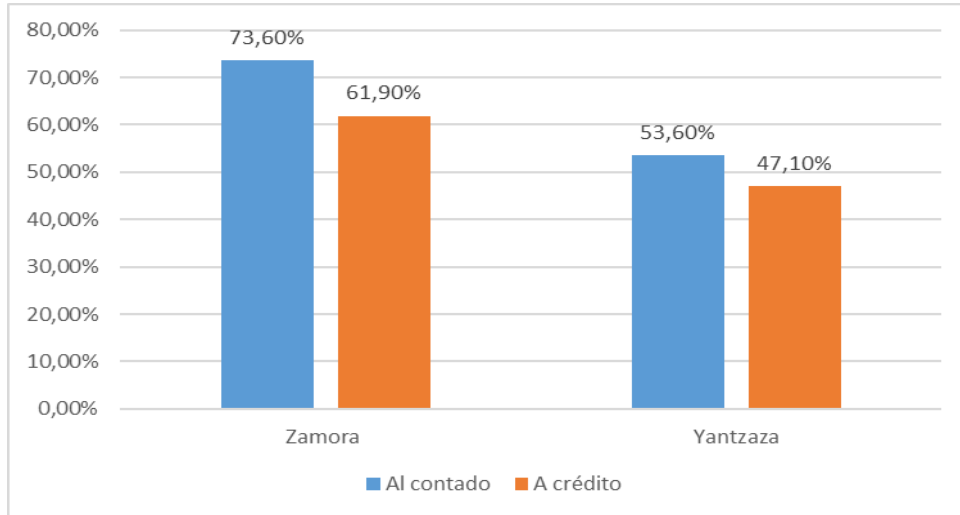


Figura 24. Mercado donde opera
Fuente: base de datos
Elaboración: al autor

En la figura 24, se presenta las formas de adquisición de las mercaderías que tienen los microempresarios de los cantones estudiados. Se presenta una preferencia por comprar al contado en mayor proporción que comprar a crédito. Las compras a crédito se basan fundamentalmente en el crédito directo con el proveedor. Las compras a consignación no son una forma recurrente entre los microempresarios, por lo que no se incluyen datos al respecto.

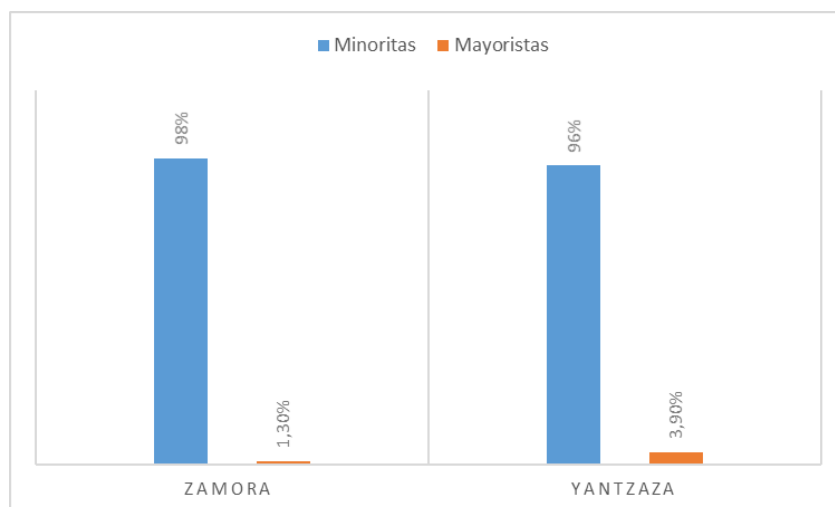


Figura 25. Formas de venta de los productos
Fuente: base de datos
Elaboración: al autor

En cuanto al proceso de venta, se aprecia que en Zamora y Yantzaza, los microempresarios prefieren vender al detal en un 98% y 96% respectivamente. La venta a mayoristas no es significativa, ello en virtud de que al ser microunidades, éstas por el momento no cuentan con la capacidad suficiente para satisfacer demandas grandes de productos.

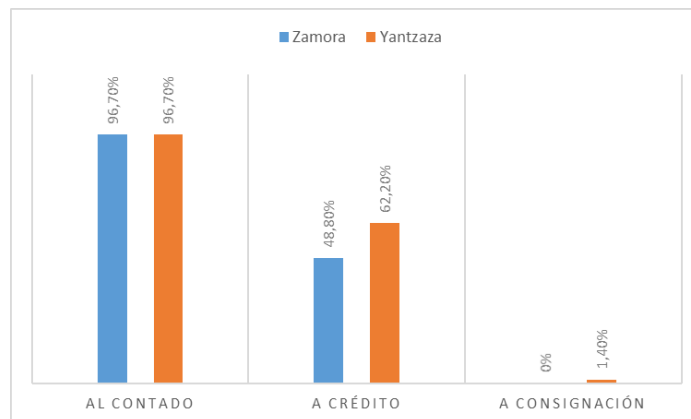


Figura 26. Tipo de venta
 Fuente: base de datos
 Elaboración: al autor

Otro elemento a considerar en el estudio, lo constituye la forma de vender que tienen los microempresarios de la zona estudiada. Es así que, al igual que el proceso de compra, las ventas cerca de su totalidad se realizan al contado. Las ventas a crédito también son significativas dentro de los cantones de Zamora y Yantzaza. Las ventas a consignación al igual que las compras no constituyen una modalidad de venta de importancia entre los microempresarios. Es importante destacar que las ventas a crédito, son aquellas que se generan por crédito directo a clientes, no necesariamente las realizadas vía tarjeta de crédito, ya que éstas son consideradas por los microempresarios como ventas al contado.

Es importante indicar que los porcentajes que se incluyen en la figura 20, no suman el 100%, esto debido a que se originaron respuestas múltiples por parte de los encuestados.

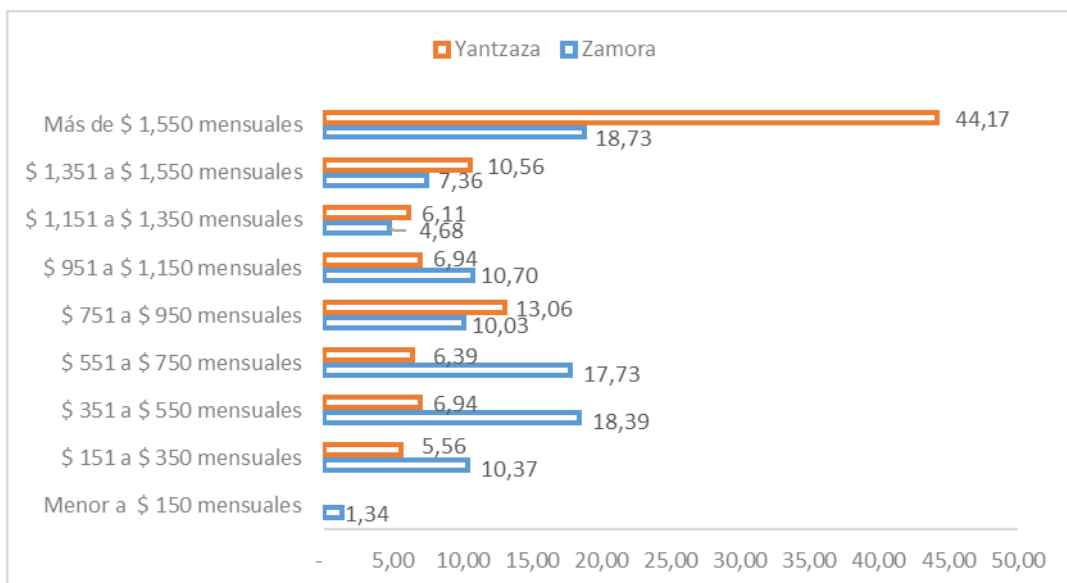


Figura 27. Ingresos por ventas
Fuente: base de datos
Elaboración: al autor

Analizando la información relacionada con el ingreso mensual por ventas, se observa que el comportamiento de esta variable difiere cada cantón. Es así que, en el caso de Yantzaza, cerca del 45% de microempresarios registran un ingreso mensual superior a 1,500 dólares, seguido de aquellos que obtienen entre 750 a 950 dólares (13%). Por su parte en el cantón Zamora, los microempresarios que obtienen ingresos superiores a 1,500 dólares tan solo es del 18.73%; el grupo de microunidades que registran ingresos entre 351 a 550, se ubica en el segundo lugar de importancia con un 18,39%, seguido por aquellos que registran entre 551 a 750 dólares mensuales por concepto de sus ventas, los cuales representan el 17,73%.

3.2.4 Manejo administrativo del negocio

Con el fin de analizar las proyecciones que tienen los microempresarios en cuanto al crecimiento y desarrollo de su emprendimiento, a continuación, se incluyen tres preguntas relacionadas con el manejo y perspectivas del negocio.

En la figura 28, se presenta información respecto al porcentaje de utilidades que obtienen del proceso de intermediación y/o producción y venta que realizan. Se destaca como bien se aprecia, que en el cantón Yantzaza, las microempresas a criterio de los encuestados, registran una utilidad entre el 36% al 45%; siendo un

valor importante ya que en el cantón Zamora dicho valor es mucho menor, ya que el 27% de los microempresarios indican que su utilidad tan solo es del 5% al 15%.

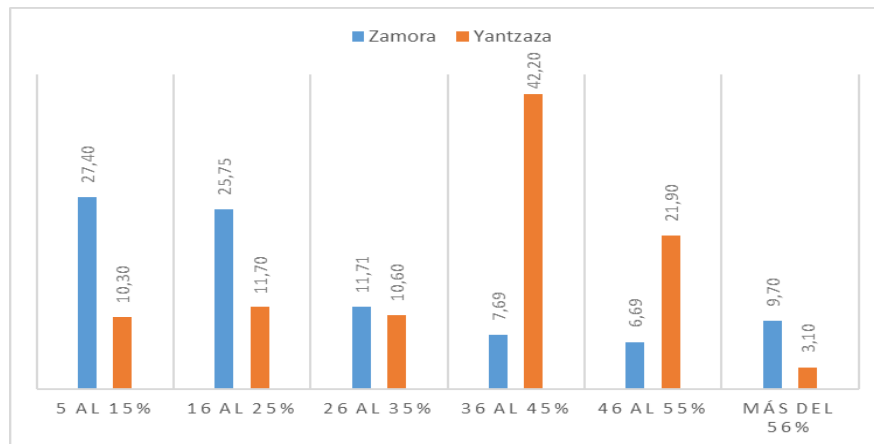


Figura 28. Utilidades del negocio
Fuente: base de datos
Elaboración: al autor

Se aprecia además que en el cantón Yantzaza, existe un porcentaje importante de microempresarios (21,9%) cuyas utilidades son hasta el 55%. Y por su parte tan solo el 9,7% de los microempresarios del cantón Zamora, registran utilidades mayores al 56%

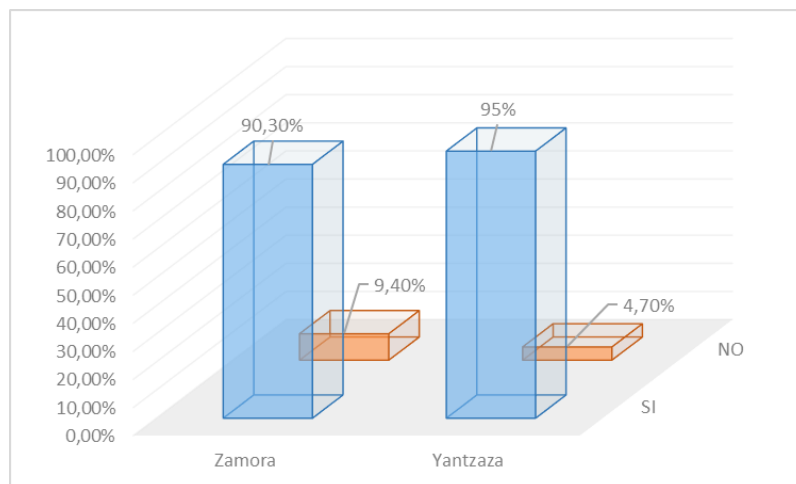


Figura 29. Reinvierte utilidades
Fuente: base de datos
Elaboración: al autor

Uno de los elementos fundamentales para el crecimiento de una empresa lo constituye la reinversión de utilidades, en caso de los cantones estudiados, se aprecia según los datos levantados que existe una significativa participación de microempresarios quienes reinvierten sus utilidades, el principal destino de esta reinversión lo constituye la capitalización del negocio. En el caso del cantón Zamora, cerca del 10% utilizan estos excedentes para temas familiares, a diferencia de Yantzaza, donde la preferencia se inclina al microemprendimiento.

El porcentaje de microempresarios que manifestaron que no reinvierten sus utilidades, corresponde aquellos que registran excedentes bajos, o en su defecto aquellos que utilizan dicho excedente para cubrir gastos personales.

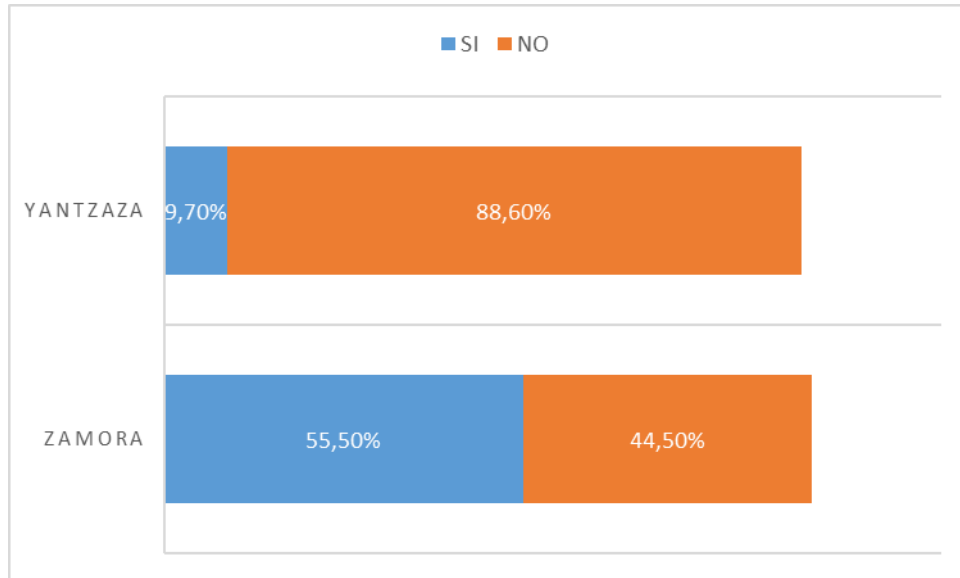


Figura 30. Emprendimiento en otro negocio

Fuente: base de datos

Elaboración: al autor

Finalmente, se consultó a los microempresarios si estarían dispuestos o han pensado en generar un nuevo emprendimiento; se observa que en el cantón Yantzaza, los microempresarios en un 88,6% no estarían dispuestos a emprender en un nuevo negocio, ellos por su parte, prefieren fortalecer el negocio que tienen; ya que como se evidenció en preguntas anteriores, la ganancia que estos generan es superior al 50%. Por su parte los microempresarios del cantón Zamora en un 55,5% si consideran en emprender en un nuevo negocio; el servicio de comidas, así como la venta de ropa y calzado se presentan como las actividades económicas más importantes para emprender.

CONCLUSIONES

Luego de concluido el trabajo de investigación, a continuación, se presentan las conclusiones derivadas del mismo, y que corresponden a un juicio razonado del investigador en función de la información levantada.

1. A pesar de que Zamora constituye la cabecera cantonal de la provincia de Zamora Chinchipe y el cantón con el mayor número de habitantes; el desarrollo microempresarial aún es débil, comparando con el tejido empresarial del cantón Yantzaza. El dinamismo económico de éste último ha permitido que dicho cantón se presente como un lugar propicio para hacer negocios.
2. En general el perfil del microempresario de los cantones Zamora y Yantzaza se caracteriza por negocios liderados en su mayor parte por mujeres; el microempresario en promedio adulto joven (mayor de 30 años), con predominio de estado civil casado en más del 50%. En cuanto a su formación académica, son personas que cuentan con estudios secundarios completos y en menor porcentaje con estudios de pregrado; en el cantón Zamora existe un mayor número de microempresarios con mejor nivel de formación que en Yantzaza. La principal actividad económica la constituyen el comercio al por mayor y menor, donde se incluyen negocios como: venta de mercaderías (abarrotes, ropa, calzado, etc); servicios de venta de comida, cybers, etc., dichos negocios tan solo cuentan entre uno a cinco años de funcionamiento.
3. El desarrollo productivo a nivel industrial es escaso en los dos cantones, lo que se evidencia en la proliferación de negocios de compra y venta de mercaderías, carentes de valor agregado. Además, se pudo apreciar que aquellos microempresarios que desean generar nuevos negocios, no ven como una opción la generación de empresas en otros sectores que no sean el comercio al por mayor y menor.
4. El tejido empresarial del cantón Yantzaza es mucho más dinámico, lo que se traduce en un buen ecosistema de negocios para los emprendedores, ya que es el cantón donde los microemprendimientos generan en más del 40% ingresos mensuales superiores a 1,500 dólares, a diferencia del cantón

Zamora, donde su clima empresarial es más estático, y los ingresos percibidos no superan los 900 dólares en su mayoría.

5. Si bien son negocios a pequeña escala, el aporte de los gobiernos locales, sistema financiero, y demás actores de la localidad ha sido un factor fundamental, para el desarrollo microempresarial de cada cantón, de manera especial de Yantzaza.

RECOMENDACIONES

En este apartado se presentan las principales recomendaciones, que se generan a partir de la investigación realizada y de las conclusiones del mismo. Dichas recomendaciones se plantean como sugerencias que pueden ser consideradas por los diversos actores, sin tratar de imponer ninguna acción específica.

1. El apoyo a los emprendedores constituye un elemento clave para el desarrollo. Por ello, resulta necesario que se generen acciones que permitan apoyar nuevos emprendimientos, de manera especial los que se orienten a la creación de industria. Esto debería ser un llamado para que profesionales jóvenes se inserten en el desarrollo productivo de la zona, generando fuentes de empleo y sobre todo capitalizando las capacidades que cada cantón presenta.
2. Las organizaciones encargadas de fortalecer el desarrollo empresarial, deberían acercarse más a los microempresarios, de tal manera que permitan conocer sus necesidades y en función de ello establecer los planes de acción tendientes a mejorar el crecimiento y desarrollo de cada negocio. En este sentido la academia desempeña un papel importante, ya que a través de sus investigaciones se deben plantear soluciones efectivas y prácticas que en conjunto con los demás actores se puedan llevar a cabo y apoyar el desarrollo sostenible del tejido empresarial de cada cantón.
3. El sistema financiero constituye un factor clave para el desarrollo empresarial. Los actores de este sistema deben tener mayor cercanía con los empresarios, de tal manera que generen confianza mutua y se creen productos que se adapten a las particularidades de los diversos sectores económicos, sobre todo de aquellos que se ubican en actividades del sector primario de la economía.
4. Es necesario fortalecer las capacidades administrativas en los microempresarios, para ello la universidad, debería a través de sus departamentos generar planes de intervención tendientes a lograr esta meta, ello contribuirá a que los microempresarios cuenten con las competencias necesarias para gestionar de manera adecuada sus negocios, y con ello mantenerlos en el tiempo.

BIBLIOGRAFÍA

- Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID). (Marzo de 2005). Microempresas y microfinanzas en Ecuador: resultados del estudio de línea base de 2004.
- Angulo, N. (2005). El derecho humano al desarrollo frente a la mundialización del mercado. IEPALA.
- Chiavenato, I (1993). Iniciación a la organización y técnica comercial. México, Mc Graw Hill
- Freeman, J., Freeman, E., & Gilbert, D. (1996). Administración. México: Prentice Hall Hispanoamericana .
- Gobierno provincial de Zamora Chinchipe: (<http://zamora-chinchipe.gob.ec/>). Recuperado, febrero 2017.
- Guzmán, V. (2009). <http://ocw.uma.es/>. Recuperado el Noviembre de 2015, de <http://ocw.uma.es/ciencias-sociales-y-juridicas/economia-de-la-empresa-i/guia-de-aprendizaje/material-de-clase-1/GuzmanParraOcwT1.pdf>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador (INEC): <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>. Recuperado, diciembre 2016.
- Münch, L. y Martínez, J. (2012). *Fundamentos de la Administración*. México, Df: Trillas, S. A. de C. V.
- Organización mundial del comercio (OMC): https://www.wto.org/spanish/thewto_s/thewto_s.htm
- Pallares, Z., Romero, D., Herrera, M. (2005). Hacer empresa. Fondo editorial Nueva Empresa, cuarta edición
- Ribeiro, L. (2001). Generar Beneficios. Ediciones Urano S.A.
- Servicio de rentas internas: (HYPERLINK "<http://www.sri.gob.ec/web/guest/135>" <http://www.sri.gob.ec/web/guest/135>), consultado el 12 de enero de 2017
- Superintendencia de compañías del Ecuador: (<http://www.supercias.gob.ec/portalscvs/>), consultado, diciembre 2016.
- Talledo, V., & Solórzanos, D. (Mayo de 2013). Estructura del sector microempresarial formal e informal en la ciudad de Guayaquil, sector Este. . Guayaquil, Guayas, Ecuador : Universidad Politécnica Salesiana.
- USAID: <http://www.rfr.org.ec/index.php/proyectos-en-ejecucion/proyecto-saltodai.htm>. Recuperado, diciembre 2016.

World Bank:

<http://databank.bancomundial.org/data/reports.aspx?source=indicadores-del-desarrollo-mundial>. Recuperado, enero 2017.