# LA PROVINCIA DE EL ORO ALGUNAS CONSIDERACIONES DE LOS SECTORES PRODUCTIVOS Y EMPRESARIALES

LENNY CAPA BENÍTEZ / JORGE SOTOMAYOR PEREIRA / FLOR VEGA JARAMILLO

Editorial UTMACH

REDES 2017
COLECCIÓN EDITORIAL

# La Provincia de El Oro algunas consideraciones de los sectores productivos y empresariales

Lenny Capa Benítez
Jorge Sotomayor Pereira
Flor Vega Jaramillo
Coordinadores

Primera edición en español, 2018

Este texto ha sido sometido a un proceso de evaluación por pares externos con base en la normativa editorial de la UTMACH

Ediciones UTMACH

Gestión de proyectos editoriales universitarios

135 pag; 22X19cm - (Colección REDES 2017)

Título: La Provincia de El Oro algunas consideraciones de los sectores productivos y empresariales. / Lenny Capa Benítez / Jorge Sotomayor Pereira / Flor Vega Jaramillo (Coordinadores)

ISBN: 978-9942-24-088-0

*Publicación digital*

**Título del libro:** La Provincia de El Oro algunas consideraciones de los sectores productivos y empresariales.

**ISBN:** 978-9942-24-088-0

**Comentarios y sugerencias:** editorial@utmachala.edu.ec

**Diseño de portada**: MZ Diseño Editorial

**Diagramación:** MZ Diseño Editorial

**Diseño y comunicación digital:** Jorge Maza Córdova, Ms.

© Editorial UTMACH, 2018

© Lenny Capa / Jorge Sotomayor / Flor Vega, por la coordinación

D.R. © UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA, 2018

Km. 5 1/2 Vía Machala Pasaje

www.utmachala.edu.ec

Machala - Ecuador

Advertencia: “Se prohíbe la reproducción, el registro o la transmisión parcial o total de esta obra por cualquier sistema de recuperación de información, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electro-óptico, por fotocopia o cualquier otro, existente o por existir, sin el permiso previo por escrito del titular de los derechos correspondientes”.

César Quezada Abad, Ph.D
**Rector**

Amarilis Borja Herrera, Ph.D
**Vicerrectora Académica**

Jhonny Pérez Rodríguez, Ph.D
**Vicerrector Administrativo**

**COORDINACIÓN EDITORIAL**

Tomás Fontaines-Ruiz, Ph.D
**Director de investigación**

Karina Lozano Zambrano, Ing.
**Jefe Editor**

Elida Rivero Rodríguez, Ph.D
Roberto Aguirre Fernández, Ph.D
Eduardo Tusa Jumbo, Msc.
Irán Rodríguez Delgado, Ms.
Sandy Soto Armijos, M.Sc.
Raquel Tinóco Egas, Msc.
Gissela León García, Mgs.
Sixto Chiliquinga Villacis, Mgs.
**Consejo Editorial**

Jorge Maza Córdova, Ms.
Fernanda Tusa Jumbo, Ph.D
Karla Ibañez Bustos, Ing.
**Comisión de apoyo editorial**

# Índice

**Capítulo I**

Estructura social y económica de la provincia de El Oro ..... 14

Jorge Sotomayor Pereira; Jonpiere Apolo Vivanco; Jimmy Quispe Gonzabay

**Capítulo II**

Evolución del sector empresarial de la provincia de El Oro ....30

Jonpiere Apolo Vivanco; Patricia Uriguen Aguirre; Verónica Ochoa Hidalgo

**Capítulo III**

Estructura administrativa del sector empresarial de la provincia de El Oro ..... 54

Patricia Uriguen Aguirre; Germán Morán Molina; Guillermo Ochoa Hidalgo

**Capítulo IV**

Estructura financiera del sector empresarial de la provincia de El Oro ..... 76

Flor Vega Jaramillo; Lenny Capa Benítez; Andrea Vega Granda

**Capítulo V**

Gestión comercial y de mercadeo de las empresas de la provincia de El Oro .....101

Jorge Sotomayor Pereira; Lenny Capa Benítez; Guillermo Ochoa Hidalgo

**Capítulo VI**

Análisis prospectivo del sector empresarial de la provincia de El Oro .....118

Andrea Vega Granda; Germán Morán Molina; Flor Vega Jaramillo

# Dedicatoria

Para mi madre Sayra Vivanco Villalba, la primera persona que me enseñó a soñar

Nervo Apolo Vivanco

A mi hija Josselyn

Lenny Capa Benítez

Con cariño para mi esposa Fernanda, mis padres y hermanos

Germán Morán Molina

A Dios y a mis padres. A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fuerzas para seguir adelante. A mis padres que son la inspiración de todo lo que realizo, a mis amigos que siempre me apoyan, y me motivan a ser mejor cada día

Guillermo Ocho Hidalgo

Dedico este libro a Dios, que es la fuente de inspiración diaria que me ha dado sabiduría y fortaleza para vencer cada obstáculo, a mi familia que es mi pilar fundamental, a mis amigos con los que estoy compartiendo este logro profesional

Verónica Ochoa Hidalgo

Con amor para mis padres, esposa e hijos

Jimmy Quispe Gonzabay

Con cariño para mi esposa, padres y hermanos

Jorge Sotomayor Pereira

Con amor para mis padres, esposo e hijos, sin ustedes no puedo vivir

Patricia Uriguen Aguirre

Con amor a Dios y a mis padres: Edith y Pedro

Andrea Vega Granda

Con cariño para mi esposo Eduardo y mis hijas: Camila y Sofía

Flor Vega Jaramillo

# Introducción

El Oro es una de las provincias más ricas del Ecuador. A la riqueza de sus tierras, donde se ha explotado banano, cacao, café, camarón, oro, se añaden dos elementos de especial importancia: un grupo poblacional en edad económicamente activa ávida de trabajar y producir y un clima que favorece la producción de bienes del sector primario de la economía, otorgándole a la región ventajas comparativas y competitivas al compararlas con otras provincias del país. Sin embargo, de lo anterior no existen mayores investigaciones que describan su tejido empresarial, así como la estructura financiera y de gestión comercial de las organizaciones que hacen vida en ella.

Este libro constituye una primera aproximación al estudio de aspectos generales de la provincia, así como de sus empresas. El mismo, es fruto del esfuerzo de un grupo de docentes que hemos iniciado algunas investigaciones sobre temas empresariales de la provincia; y esperamos que contribuya de manera decisiva a que los lectores entiendan las características sociales, económicas y productivas de El Oro.

En él se muestra el resultado de varias investigaciones que abordan temas como: origen y evolución del sector empresarial; los mecanismo de gestión comercial que ellas utilizan,

desde la perspectiva del consumidor; la estructura financiera, haciendo énfasis en variables como nivel de ventas, tributación, capital social y liquidez; y un estudio de escenarios para las empresas del sector empresarial en la provincia de El Oro, entre otros. Lo cual es muy ventajoso para los estudiantes ya que facilita o permite una aplicación práctica de los conocimientos adquiridos en su formación en la praxis administrativa y financiera de las empresas de El Oro, por nombrar solo uno de sus beneficios.

Sabemos, que es apenas el principio y que es mucho lo que hay que investigar en esta área, en la Provincia de El Oro, sin embargo en el futuro aspiramos a continuar realizando estudios de mayor alcance y profundidad, los cuales den origen a nuevos libros que expliquen nuestra realidad; y puedan utilizarse para el diseño de políticas que contribuyan al desarrollo.

El libro se divide en seis capítulos, cada uno de ellos recoge una de las investigaciones realizadas. En el primero, se brinda una visión completa, desde una perspectiva social, económica, geográfica y demográfica, respecto de la provincia de El Oro. Pensamos que no se puede realizar la descripción del sector empresarial local sin antes ofrecer una valoración de la conformación socio-económica-productiva de la misma.

El capítulo número dos, presenta la evolución del sector empresarial de la Provincia de El Oro, enfocándose en el comportamiento de la economía provincial que se ha basado tradicionalmente en el sector primario tendiente a la exportación, pasando por algunas fases de gran auge entre las que destacan; la fase minera, fase cafetalera, fase cacaotera, fase bananera, fase camaronera. En la coyuntura actual también se desarrollan actividades comerciales y financieras resaltando la imagen de El Oro como un polo de crecimiento económico.

El capítulo tres explica la estructura administrativa que es la que se ocupa de las relaciones formales en el interior del sector empresarial de la provincia de El Oro, estableciendo los objetivos productivos, económicos y de subsistencia.

El siguiente capítulo, número cuatro, se logra dar una visión general sobre las diferentes teorías financieras que se han dado a lo largo del tiempo y de esta manera lograr una mejor apreciación sobre la estructura financiera de las empresas de la provincia de El Oro, así como su diagnóstico financiero considerando el nivel de ventas y tributación, analizando la relación entre el rendimiento y la estructura financiera a partir de sus ratios contables, para realizar su respectiva valoración.

El capítulo número cinco se centra en describir los principales mecanismos de gestión comercial utilizados por las empresas de la provincia de El Oro, así como las fortalezas y debilidades derivadas de las mismas. La gestión comercial desde la percepción del consumidor y el cliente de hoy; para lo cual se evalúan estrategias comerciales aplicadas por las empresas locales y su relación con la comprensión de las necesidades del cliente; y a partir de este conocimiento se podrá sugerir determinadas técnicas que mejoren la capacidad comercial de las organizaciones empresariales, de tal manera que todas sean vistas como una herramienta de información; fiables y de precisión para garantizar el éxito comercial de las organizaciones.

Finalmente, en el capítulo seis se desarrolla un análisis sobre la perspectiva futura del sector empresarial, basado en la investigación realizada, situación económica de la provincia de El Oro, el país y el mundo; de acuerdo a la actividad económica primaria, secundaria y terciaria, durante el periodo de estudio del presente libro; con el fin de proporcionar una guía de apoyo para la toma de decisiones en la parte administrativa, financiera, económica y social.

Estamos convencidos que este libro permitirá a los estudiantes tener una visión más amplia de la provincia de El Oro, sus potencialidades y de la gestión de las empresas locales, lo cual redundará en una mejor formación de todos ellos. Esperamos que lo disfruten.

# 01 Capítulo

# Estructura Social y Económica de la Provincia de El Oro

Jorge Sotomayor Pereira; Nervo Apolo Vivanco; Jimmy Quispe Gonzabay

En el presente capítulo se intentó describir la provincia de El Oro desde tres perspectivas: demográfico, social y económico, lo cual proporciona una visión integral de esta región, además de evaluar su estructura y capacidad productiva.

Para lograr este cometido, se revisó la información proporcionada por fuentes oficiales tales como Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Banco Central del Ecuador, Servicio de Rentas Internas, entre otros. Asimismo, se realizó el análisis de un conjunto amplio de variables económicas, sociales, demográficas y su comportamiento histórico de la provincia. Y se encontró que El Oro es una provincia produc-

**Jorge Sotomayor Pereira:** Economista de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil; Diploma Superior en Gerencia Estratégica de Mercadeo de la Universidad Técnica Particular de Loja; Magister en Administración y Dirección de Empresas de la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil. Doctorando en Análisis Económico y Estrategia Empresarial en la Universidad de la Coruña – España. Profesor titular de la Universidad Técnica de Machala.

**Nervo Apolo Vivanco** Economista con Mención en Gestión Empresarial de la Universidad Técnica de Machala. Especialista en Tributación de la Universidad Técnica de Machala. Magister en Administración de Empresas de la Universidad Agraria del Ecuador.

**Jimmy Quispe Gonzabay** Economista con Mención en Gestión Empresarial, Especialización Finanzas, de la Escuela Superior Politécnica del Litoral. Diploma Superior en Pedagogía de la Educación Técnica y Profesional por el Instituto Héctor Alfredo Pineda Zaldívar (Cuba) y reconocido por la Universidad Estatal Península de Santa Elena. Magister en Economía y Dirección de Empresas de la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

tiva económicamente hablando, pues es la más importante productora de bananos, camarones y cacao, productos para la exportación que generan divisas al país, ganándose un rango de relevancia nacional por sus actividades productivas. Cuenta con una población joven, en edad productiva y en desarrollo, pero con poco acceso a internet. Por otra parte, esta provincia ha evolucionado positivamente y sigue creciendo en comparación con las demás que conforman el territorio nacional.

En el desarrollo del capítulo se profundiza en estos aspectos, mismos que son descritos para lograr una visión integradora de la provincia de El Oro.

## Perspectiva Demográfica

La República del Ecuador tiene una extensión de 283.561 kilómetros cuadrados, constituyéndose en una de las naciones más pequeñas de América Latina, aunque es una de las más ricas por su biodiversidad y riqueza natural; cuenta con 24 provincias que se distribuyen a lo largo de su geografía en tres regiones: costa, sierra y oriente (incluye a la región insular). Según censo del año 2010 proyectados al 2017 por Instituto Nacional de Estadística y Censos, INEC, este país cuenta con una población de 16.7776.977 habitantes, donde el 49,51% corresponde al género masculino y el 50,48% al género femenino, divididos en cinco clases sociales: alta (1,9%), media alta (11,2%), media (22,8), media baja (49,3) y baja (14,9). Según datos proporcionados por el portal ecuador en cifras, el coeficiente de Gini para el país a junio de 2017 era de 0,462, de lo cual se deduce que existe una alta concentración de la riqueza. La economía nacional, según (Paredes, 2000), ha sido históricamente débil, demostrado esto porque la tasa de crecimiento de su riqueza es similar al de la población. En este sentido la estructura económica del Ecuador, a criterio de (Acosta, 2009), es eminentemente extractivista: petróleo, oro, minerales, lo cual ha generado una relación “centro-periferia” que se abordará más adelante.

En este contexto, la Provincia de El Oro es una de las 24 demarcaciones ecuatorianas. Esta Provincia se ubica en la costa sur del país, su capital es Machala, conocida también como la "Capital bananera del mundo". Tiene una superficie total de 6.188 kilómetros cuadrados, constituyéndose en la quinta ciudad del país. Fundada el 23 de abril de 1.884, se caracteriza por sus grandes contrastes y riqueza productiva.

Según proyecciones del INEC, 2017), tomando como referencia el censo del año 2010, la provincia de El Oro al año 2017 tiene una población de 689.760 habitantes que representan el 8,3% del total de la región costa y el 4,1% del total nacional.

En lo que respecta a la identificación étnica y según el censo del año 2010 del (INEC, 2017), más del 80% del total de habitantes se considera de raza mestiza, 7,8% blanco, 6,9% afroamericano, 2,8% montubio, 0,7% indígena.

La mayor parte de la población de El Oro habita en la zona urbana: 536.651 habitantes, esto es el 77,8% del total provincial, el restante 22,2% reside en la zona rural (153.109 personas).

Asimismo y en relación a la distribución de la población por género, es posible observar, según datos del INEC, censo del año 2010, que ésta se encuentra dividida de una forma bastante equitativa, a saber: 348.837 habitantes son de género masculino, mientras que 340.923 lo son de género femenino, lo cual representa el 50,5% y 49,4% del total provincial, respectivamente.

En lo que respecta a la población por cantones, según datos proyectados del INEC tomando como base el censo del año 2010, se puede apreciar que la ciudad de Machala concentra el 40,57% del total provincial, seguido muy de lejos por Pasaje con el 12,21%, Santa Rosa ocupa el tercer lugar con el 11,48%, El Guabo y Huaquillas con el 8,71% y 8,31%, cada uno de ellos. Por otra parte Chilla es el cantón menos poblado con apenas el 0,35% del total provincial.

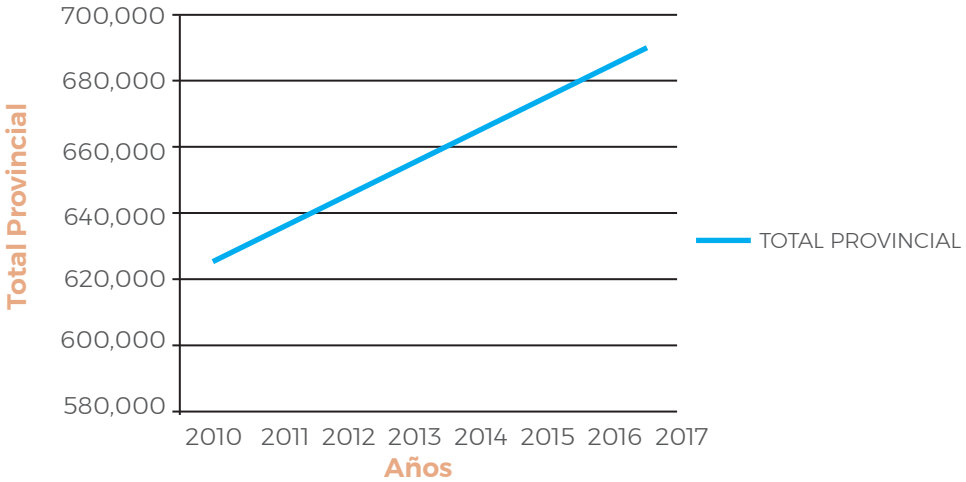
La Provincia de El Oro crece, para los últimos siete años, a una tasa promedio del 1,42%, aunque es notable el cambio en la tendencia, sobre todo si tomamos en cuenta que en el año 2010 la provincia crecía a una tasa del 1,5%, mientras que al 2017, la misma es del 1,3%.

La tabla 1, gráfico 1 y gráfico 2, se resume lo expuesto en líneas precedentes:

| Cantón | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| MACHALA | 256.022 | 259.620 | 263.161 | 266.638 | 270.047 | 273.390 | 276.669 | 279.887 |
| ARENILLAS | 27.870 | 28.436 | 29.002 | 29.566 | 30.129 | 30.690 | 31.250 | 31.809 |
| ATAHUALPA | 6.088 | 6.133 | 6.175 | 6.216 | 6.254 | 6.290 | 6.323 | 6.355 |
| BALSAS | 7.100 | 7.302 | 7.507 | 7.714 | 7.923 | 8.135 | 8.350 | 8.567 |
| CHILLA | 2.608 | 2.589 | 2.569 | 2.548 | 2.526 | 2.503 | 2.480 | 2.455 |
| EL GUABO | 51.874 | 53.041 | 54.212 | 55.385 | 56.559 | 57.736 | 58.915 | 60.095 |
| HUAQUILLAS | 50.122 | 51.160 | 52.200 | 53.237 | 54.272 | 55.304 | 56.336 | 57.366 |
| MARCABELÍ | 5.678 | 5.744 | 5.808 | 5.871 | 5.932 | 5.991 | 6.048 | 6.103 |
| PASAJE | 75.700 | 76.962 | 78.213 | 79.451 | 80.674 | 81.883 | 83.079 | 84.262 |
| PIÑAS | 27.063 | 27.411 | 27.752 | 28.086 | 28.411 | 28.729 | 29.039 | 29.343 |
| PORTOVELO | 12.711 | 12.859 | 13.005 | 13.146 | 13.284 | 13.417 | 13.547 | 13.673 |
| SANTA ROSA | 71.818 | 72.922 | 74.013 | 75.089 | 76.148 | 77.191 | 78.218 | 79.231 |
| ZARUMA | 25.189 | 25.281 | 25.361 | 25.432 | 25.493 | 25.544 | 25.584 | 25.615 |
| LAS LAJAS | 5.017 | 5.021 | 5.022 | 5.021 | 5.019 | 5.014 | 5.007 | 4.999 |
| TOTAL PROVINCIAL | 624.860 | 634.481 | 644.000 | 653.400 | 662.671 | 671.817 | 680.845 | 689.760 |
| % CRECIMIENTO POBL | | 1,540 | 1,500 | 1,460 | 1,419 | 1,380 | 1,344 | 1,309 |

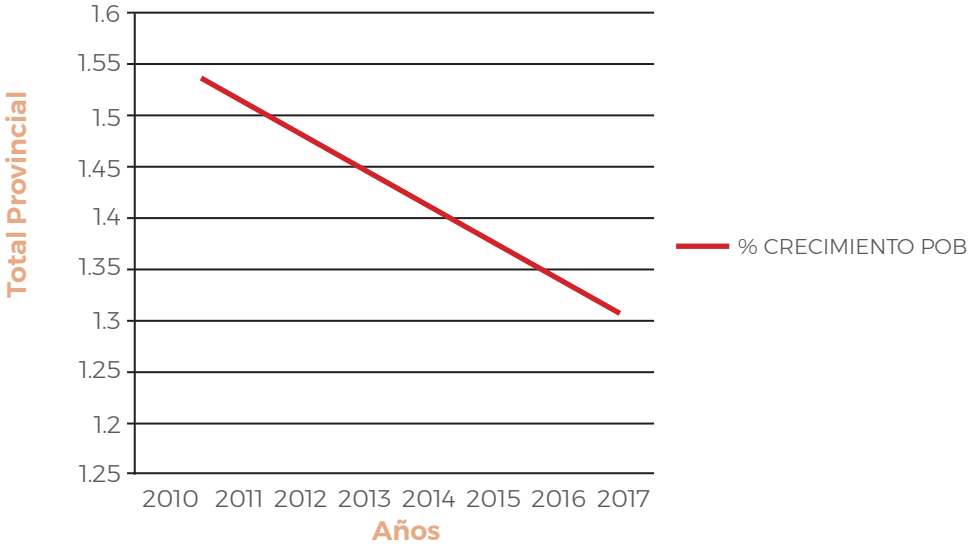
Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos, proyecciones censo año 2010

Gráfico 1: Crecimiento Poblacional de la Provincia de El Oro




Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos, proyecciones censo año 2010

Gráfico 2: Tasa de Crecimiento Poblacional de la Provincia de El Oro (% Anual)




Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos, censo año 2010

El Oro es una Provincia de gente relativamente joven y en edad de trabajar. Según datos proyectados del INEC sobre la base del censo del año 2010, la población de 0 a 14 años representa el 28,5% del total, mientras que la población de 15 a 64 años representa el 64,5% y la de 65 y más años apenas el 7%. La edad media de la población es de 26,2 años. Estos datos permiten concluir fácilmente la capacidad productiva que tiene El Oro en función de su mano de obra. De hecho el sistema de indicadores sociales de Ecuador define como PEA a aquellas personas que se encuentren en edad de trabajar y están en capacidad de dedicarse a la producción de bienes y servicios.

## Perspectiva Social

En lo que tiene que ver con indicadores sociales se puede apreciar claramente similitudes entre el comportamiento de ciertos indicadores provinciales y nacionales. Así por ejemplo y siempre bajo información del Instituto Nacional de Estadística y Censos, año 2010, que el 91,9% de los orenses afirman profesar algún tipo de religión. De todos ellos, el 80,4% ha abrazado la religión Católica, seguido por el 11,3% que es Evangélico, el 1,29% Testigos de Jehová y el 6,96% restante pertenece a otras religiones.

En cuanto a los años de escolaridad la situación no es prometedora: los hombres estudian en promedio 9,5 años y las mujeres 9,8 años. Para el año 2010 el 4,1% de los orenses eran analfabetos (cifra ligeramente inferior a la del año 2001 donde este índice se ubicó en el 5,5%).

El acceso a las tecnologías de información y comunicación es un aspecto que debe tomarse en cuenta en esta provincia y que es hasta cierto punto contradictorio. Según el censo del INEC del año 2010 el 78,4% de los habitantes poseían teléfono celular pero apenas el 11,9% utilizaban el internet, el 22,4% utilizan computadora y el 24,9% contaban con tele-

visión por cable. El analfabetismo digital era del 25,9% (personas de 10 años y más que en seis meses no han utilizado computadora, teléfono celular o internet).

## Perspectiva Económica

Ecuador es un país poseedor de condiciones agroecológicas únicas, lo cual ha facilitado la producción y exportación de bienes primarios (Waters, 2000) El Oro, de la misma forma que Ecuador, es una Provincia eminentemente agrícola. La producción de bienes primarios de exportación ha configurado la estructura productiva provincial. Banano, cacao, café, camarón y oro se han constituido en los pilares sobre los cuales se ha fundamentado el desarrollo local. Las condiciones climáticas, tierras fértiles y mano de obra abundante han permitido que se desarrollen en la Provincia condiciones altamente favorables hacia la producción de bienes agrícolas, propiciando una estructura productiva y de tenencia de medios de producción altamente desigual, lo cual ha caracterizado incluso la distribución de la riqueza. Históricamente la producción de banano ha estado asociada a la provincia de El Oro, la cual se fortaleció, por las políticas de desarrollo del entonces Presidente Galo Plaza, por el crecimiento de la demanda del producto en Norteamérica y por la crisis de las bananeras centroamericanas atacadas por el "mal de Panamá"[1] .

Así por ejemplo, en la tabla 2, se muestran los detalles con respecto al banano en las superficies cultivadas, las cosechadas, la producción y el rendimiento por hectárea:

[1] Enfermedad provocada por el hongo Fusarium oxysporum que ataca las raíces de algunas variedades de banano, se transmite a través del suelo y el agua.

Tabla 2: Producción del banano año 2014 (superficies sembradas y cosechadas, rendimiento por hectárea y producción)

| Provincia | Año 2014 | | | |
|---|---|---|---|---|
| | Superficie sembrada (Ha) | Superficie cosechada (Ha) | Producción (t) | Rendimiento (t/Ha) |
| Total Nacional | 196.673 | 186.225 | 6.907.376 | 37,09 |
| Los Ríos | 84.119 | 81.226 | 3.493.173 | 42,98 |
| Guayas | 41.270 | 40,846 | 1.834.843 | 44,92 |
| El Oro | 35.417 | 34.171 | 1.061.852 | 31,07 |
| Cañar | 6.460 | 5.770 | 112.518 | 19,50 |
| Otros | 29.407 | 24.172 | 404.990 | 16,75 |

Fuente: (Ministerio de Agricultura y, 2014)

Como se puede observar el total de hectáreas de banano sembradas en el Ecuador es de 196.673, de las cuales 186.225 se encuentran cosechadas. La Provincia de El Oro es representa el 18% del total sembrado en Ecuador, así como el 26,56% del total producido en el año 2014. El rendimiento por hectárea en El Oro (31,07 t/ha)) es inferior al de Guayas y Los Ríos (44,92 y 42,98 t/ha, respectivamente) y también menor al promedio nacional, que es de 37,09 toneladas por hectárea. Según (Banco Central del Ecuador, 2017), el banano ecuatoriano se destina principalmente a Estados Unidos (15,39%), Alemania (11,9%) y Turquía (7,8%)

La industria camaronera, según Revista Líderes (2013), aporta al país con la generación de 168.000 plazas de empleo directo e indirecto. En este contexto el camarón es otro de los productos que tiene la Provincia de El Oro y que sostiene su desarrollo. También, describe que en Ecuador existen 210.000 hectáreas dedicadas a la producción de este marisco, de las cuales el 60% se encuentran en la Provincia de El Guayas, 9% en Esmeraldas, 9% en Manabí, 7% en Santa Elena y 15% en El Oro.

La importancia y relevancia del sector primario de la Provincia de El Oro se puede demostrar si se analiza la evolución del Valor Agregado Bruto para los últimos años. A valores constantes se puede observar que esta área de la economía representa, para el año 2014, el 26,6% de toda la economía provincial (excluyendo al sector petrolero). Por otra parte los servicios en la Provincia de El Oro se constituyen en el sector más dinámico de la economía, el cual llega al 63,1% del Valor Agregado Bruto. De lo anterior resulta, que al sumar el VAB del sector primario y el de los servicios, se obtiene un valor de 89,7% del VAB de El Oro, lo que evidencia que estos sectores generan un altísimo valor agregado a la provincia, dejando al de las manufacturas en una penosa situación, generándose una gran debilidad de la economía local por el limitado desarrollo del sector secundario (apenas el 4,7% del VAB). De ahí que los esfuerzos del gobierno por cambiar la matriz productiva y generar inversiones para sustituir importaciones se vuelve una prioridad en la provincia de El Oro. La tabla 3 y gráfico 3 que se presenta a continuación resume lo señalado previamente:

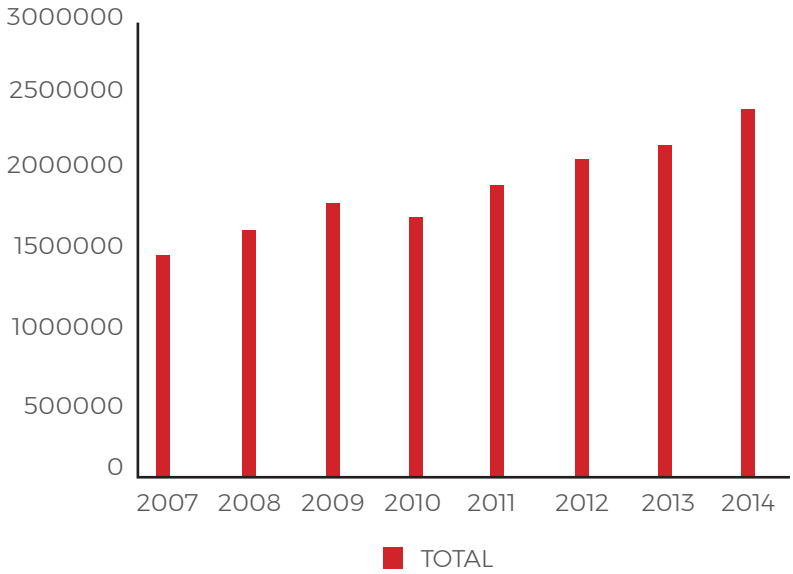
Tabla 3: Evolución del Valor Agregado Bruto Provincial de El Oro, Período 2007-2014

| Años | Sector Primario | Sector Petrolero | Sector Secundario | Sector Terciario | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| 2007 | 344.957 | 40.808 | 47.644 | 1.051.967 | 1.485.376 |
| 2008 | 384.655 | 41.286 | 43.276 | 1.166.698 | 1.635.915 |
| 2009 | 447.743 | 51.117 | 51.945 | 1.240.964 | 1.791.769 |
| 2010 | 417.284 | 39.173 | 66.541 | 1.179.122 | 1.702.120 |
| 2011 | 523.393 | 54.931 | 77.571 | 1.273.689 | 1.929.584 |
| 2012 | 503.957 | 81.791 | 77.131 | 1.428.751 | 2.091.631 |
| 2013 | 544.475 | 81.842 | 103.899 | 1.435.857 | 2.166.073 |
| 2014 | 648.165 | 133.683 | 113.965 | 1.533.787 | 2.429.600 |

Fuente: Banco Central del Ecuador año 2017

Elaboración: Los autores

Gráfico 3: Evolución del Valor Agregado Bruto Provincial de El Oro, Período 2007-2014
(Miles de Dólares)




Fuente: Banco Central del Ecuador, año 2017

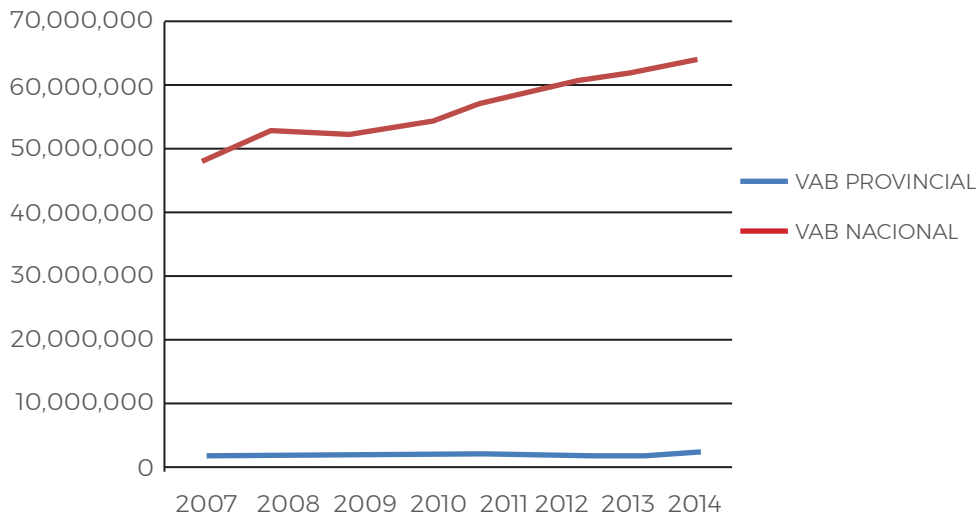
En este sentido, si se analiza la participación de la Provincia de El Oro en el total nacional es posible apreciar su importancia: hasta el año 2014 la producción local representa el 3,6% del total de Ecuador, cifra que, aunque reducida, refleja el aporte al crecimiento de la nación. El aspecto a resaltar en esta valoración estriba en el hecho que las provincias que mayor participación tienen en la composición del VAB son Pichincha, capital política, y Guayas, capital económica, demarcaciones sobre las que recae gran parte del crecimiento nacional y que, en términos de geografía económica, tienden a llamarse "centro", en detrimento de otras regiones mucho menos productivas, las cuales se nombran como "periferia". La tabla 4 y los gráficos 4 y 5 que se presenta a continuación evidencian lo señalado:

Tabla 4: Valor Agregado Bruto Provincial y Nacional, Variaciones Porcentuales, Período 2007-2014 - (Miles de Dólares)

| Años | VAB Provincial | Variación % | VAB Nacional | Variación % |
|---|---|---|---|---|
| 2007 | 1.485.376 | ------ | 48.510.903 | ---------- |
| 2008 | 1.635.915 | 10,1% | 52.307.689 | 7,8% |
| 2009 | 1.791.769 | 9,5% | 51.497.866 | -1,5% |
| 2010 | 1.702.120 | -5% | 53.999.566 | 4,8% |
| 2011 | 1.929.584 | 13,4% | 58.818.996 | 8,9% |
| 2012 | 2.091.631 | 8,4% | 61.163.872 | 3,9% |
| 2013 | 2.166.073 | 3,5% | 64.183.964 | 4,9% |
| 2014 | 2.429.600 | 12,% | 66.665.007 | 3,8& |

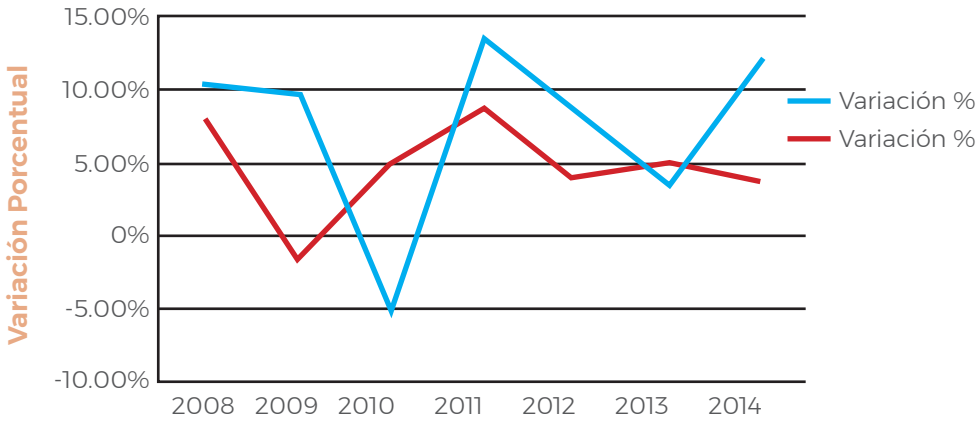
Fuente: Banco Central del Ecuador año 2017
Elaboración: Los Autores

Gráfico 4: Evolución del Valor Agregado Bruto Nacional y Provincial (2007-2014)




Fuente: Banco Central del Ecuador año 2017
Elaboración: Los Autores

Tabla 5: Valoraciones porcentuales del VAN nacional y provincial, periodo 2008-2014




Fuente: Banco Central del Ecuador año 2017

Elaboración: Los Autores

Finalmente y para completar esta aproximación a la estructura social y productiva de la provincia de El Oro, se procederá a analizar sus niveles de tributación, los cuales se presentan en la tabla 5 y el gráfico 6 y gráfico 7:

Tabla 5: Niveles de recaudación en la Provincia de El Oro – Año 2016, en Dólares

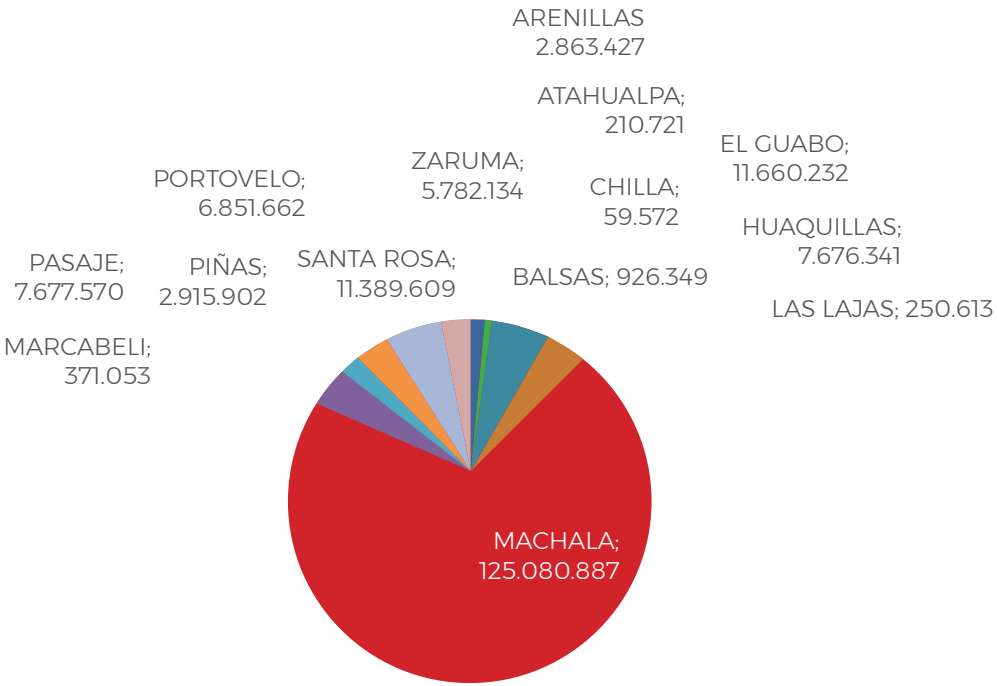
| Cantón | Valor | Participación Cantonal % |
|---|---|---|
| ARENILLAS | 2.863.427 | 1,558615388 |
| ATAHUALPA | 210.721 | 0,114699272 |
| BALSAS | 926.349 | 0,504228607 |
| CHILLA | 59.572 | 0,032426123 |
| EL GUABO | 11.660.232 | 6,346876322 |
| HUAQUILLAS | 7.676.341 | 4,178372002 |
| LAS LAJAS | 250.613 | 0,136413213 |
| MACHALA | 125.080.887 | 68,08380142 |
| MARCABELI | 371.053 | 0,201970896 |

| | | |
|---|---|---|
| PASAJE | 7.677.570 | 4,179040969 |
| PIÑAS | 2.915.902 | 1,587178485 |
| PORTOVELO | 6.851.662 | 3,729484226 |
| SANTA ROSA | 11.389.609 | 6,199571302 |
| ZARUMA | 5.782.134 | 3,147320686 |
| TOTAL | 183.716.074 | |

Fuente: (SRI, 2017)

Se puede observar con absoluta claridad que el cantón que más aporta en la Provincia es Machala, 68% del total, seguido por El Guabo (6,3%) y Santa Rosa (6,1%). Los tres cantones contribuyen con el 80,4% del total de recaudación provincial. Esto es debido a que éstos concentran la mayor cantidad de productores bananeros y camaroneros de la provincia.

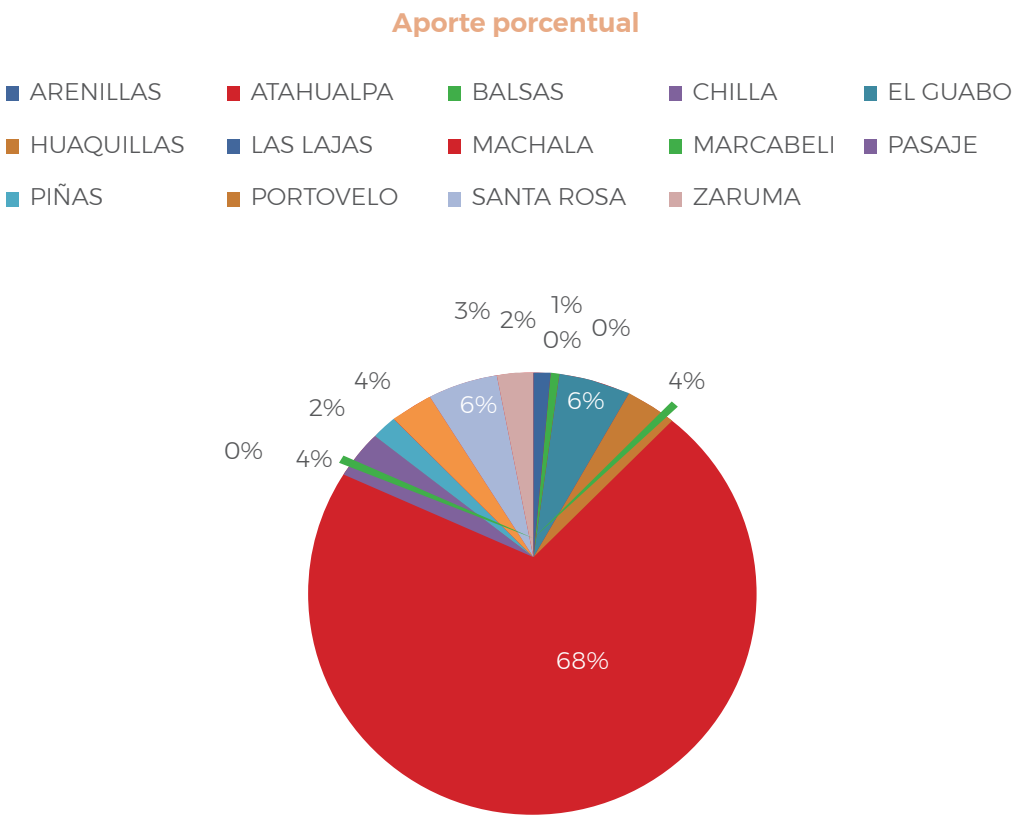
Gráfico 6: Nivel de recaudación interna de la Provincia de El Oro




Fuente: Servicio de Rentas Internas, Año 2017

Por otra parte los cantones que menos contribuyen dentro de la Provincia son Las Lajas y Chilla con el 0,03% cada uno. Si se realiza una analogía a los conceptos de "centro-periferia", fácilmente se puede concluir que el "centro" de la Provincia de El Oro lo constituyen los cantones de Machala, Santa Rosa y El Guabo y la "periferia" Chilla, Las Lajas y Atahualpa.

Gráfico 7: Aporte porcentual de la recaudación interna de la provincia de El Oro




Fuente: Servicio de Rentas Internas, Año 2017

## Conclusiones

Queda claro entonces que la Provincia de El Oro, pese a su gran diversidad y capacidad productiva, es una región con grandes contradicciones: rica en recursos y débil en su desarrollo, potencialmente productiva y sin embargo con un limitado crecimiento del sector manufacturero, privilegiando en gran medida al sector primario y al de servicios, elemento que algunos estudiosos llaman "paradoja de la abundancia" o "maldición de la abundancia de recursos naturales". Según (Gudynas, 2009: 1) lo explica de la siguiente forma: "los más recientes reportes anuales y estudios técnicos del BID defienden un determinismo geográfico del desarrollo: los países más ricos en recursos naturales y más cercanos al Ecuador (a la línea ecuatorial) están condenados a ser más atrasados y pobres". Machala, su eje económico, concentra la mayor cantidad de población, producción y gestión de recursos, en detrimento de otros cantones donde el desarrollo social y económico es altamente limitado. Se impone entonces un análisis y la aplicación de políticas que coadyuven a generar una reconversión del sector productivo local, orientarlo a la producción de bienes de valor agregado y servicios especializados que, unidos a un flujo sostenido de inversión privada y pública, permitan la creación de empresas, fomento del empleo, con los consiguientes beneficios que éstos traen: empleo, generación y distribución de riqueza.

## Referencia bibliográfica


Acosta, A. (2009). *La maldición de la abundancia.* Abya Yala.

Banco Central del Ecuador. (2017). Obtenido de https://www.bce.fin.ec/

Gudynas, E. (2009). El regreso del determinismo: la fatalidad tropical del subdesarrollo en América Latina. *Boletín* CF+S, 1.

INEC. (2017). *INEC.* Recuperado el Agosto de 2017, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas

Ministerio de Agricultura y, G. (2014). *Ministerio de Agricultura y Ganadería.* Recuperado el Agosto de 2017

Paredes, P. (2000). *El libro de la dolarización.* Quito: Lucio Paredes.

Revista Líderes. (s.f.). *La industria nacional del camarón reflotó con fuerza 2013.* Recuperado el Agosto de 2017, de http://revistalideres.ec/lideres/industria-nacional-camaron-refloto-fuerza.html

Sistema de indicadores sociales , d. (2017). *Sistema de indicadores sociales de Ecuador.* Obtenido de http://www.siise.gob.ec/siiseweb/PageWebs/Empleo/ficemp_T01.htm

SRI. (2017). *Servicio de Rentas Internas.* Recuperado el 20 de Agosto de 2017, de www.sri.gob.ec

Waters, W. F. (2000). El desarrollo de las agroexportaciones en el Ecuador: la primera respuesta empresarial. En L. Martínez, *Antología de estudios rurales (pág. 299).* Quito: Flacso.

# 02 Capítulo

# Evolución del sector empresarial de la provincia de El Oro

Jonpiere Apolo Vivanco; Patricia Uriguen Aguirre; Verónica Ochoa Hidalgo

Este capítulo trata sobre la evolución del sector empresarial de la provincia de El Oro, el mismo que se encuentra ligado al desarrollo de los distintos sectores en la economía. La provincia de El Oro sobresalía por la explotación aurífera siendo el principal centro de extracción de riqueza mineral de la colonia. En los siglos XVII y XVIII la agricultura entra en auge gracias a las comunidades aborígenes, destacando la producción de cacao y la ganadería. El sector empresarial orense ha evolucionado como resultado de todo un proceso de articulación del país al mercado mundial, a la potencialidad de sus recursos naturales y por su ubicación estratégica en el territorio nacional.

**Nervo Apolo Vivanco:** Economista con Mención en Gestión Empresarial de la Universidad Técnica de Machala. Especialista en Tributación de la Universidad Técnica de Machala. Magister en Administración de Empresas de la Universidad Agraria del Ecuador.

**Patricia Uriguen Aguirre:** Economista con mención en Gestión Empresarial, especialización finanzas de la Escuela Superior Politécnica del Litoral, Diploma Superior en Innovaciones Educativas de la Universidad Tecnológica San Antonio de Machala, Magister en Administración de Empresas de la Universidad Técnica de Machala - Docente titular de la Universidad Técnica de Machala.

**Verónica Ochoa Hidalgo:** Contadora Pública Autorizada de la Universidad Estatal de Milagro. Ingeniera Comercial de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Magister en Administración de Empresas Mención en Recursos Humanos y Marketing de la Universidad de Guayaquil.

Con la finalidad de presentar la evolución y conformación actual del tejido empresarial de la provincia de El Oro se tomó como insumo fuentes secundarias de información, es decir, aquella existente en entidades, tales como Instituto Nacional de Estadísticas y Censos e Intendencia de Compañías, lo cual permitirá explicar la estructura citada por sectores de producción y tamaño de organización.

## Sector primario

El sector primario comprende las actividades que se basan en la extracción de bienes y recursos procedentes de medio natural, es decir la agricultura, ganadería, pesca, caza, explotación forestal y minera.

Al volverse sedentario el hombre, la primera actividad económica ejercida fue la obtención de recursos primarios, agregando los primeros enseres para su logro. Arados de palos, y rudimentarios corrales fueron las primeras herramientas que utilizó para mejorar el resultado de su actividad. Entonces desde ahí el hombre, con mayor o menor tecnología desarrolla y obtiene así los productos de la tierra. La agricultura o ganadería que desarrolla un país ampliamente tecnificado, al compararlo con un país subdesarrollo; el primero, por la aplicación de tecnología avanzada, en espacios muy pequeños obtiene grandes rendimientos (cultivos o explotaciones ganaderas intensivas) en contraposición al bajo resultado que obtienen los países no tecnificados, que no aplican técnicas desarrolladas, como ser fertilizantes, inseminación artificial, técnicas de riego, etc. (Mochón y Beker, 2014)

La contribución del sector primario al crecimiento económico, durante las primeras etapas de la industrialización, es fundamental para el éxito económico. La industrialización progresa, su contribución disminuye en tamaño, pero no en importancia. Así, un sector primario en continua expansión (al menos en términos de producción) puede mantener satisfecha la demanda interna por alimentos y, al mismo tiempo, exportar el exceso de la producción. Esto se traduce en una contribución al crecimiento por la vía de las divisas y de la producción. (Cruz y Polanco, 2014).

El sector primario, por otra parte, contribuye al crecimiento económico por medio de las divisas que aporta para financiar los requerimientos de importaciones del conjunto de la economía, particularmente de bienes de capital. En este contexto, no debe olvidarse la contribución que el sector primario hace al crecimiento por la vía de la balanza de pagos. El mecanismo es muy simple: el saldo comercial positivo del sector primario, contribuye al saldo (positivo o negativo) de la balanza comercial total, aliviando así cualquier restricción al crecimiento por la vía de la balanza de pagos. (Cruz & Polanco, 2014: 6)

Finalmente, el sector primario provee de la comida necesaria para una población que, conforme se emplea y crece su ingreso, demandará cantidades y variedades mayores de alimento (Huang y Bouis, 2001)

## Evolución empresarial del sector primario

El crecimiento empresarial en el sector primario, fue producto del desarrollo de varias actividades que lo conforman, dentro de las que se destacan la recuperación de los cultivos agrícolas, cosecha de camarón, cría de ganado entre otros. Las condiciones climáticas y geográficas que caracterizan a la provincia le permiten contar con una gran cantidad de emprendimientos, que han aportado al desarrollo económico de la provincia.

El objetivo principal de esta sección es analizar la evolución del número de empresas de la provincia de El Oro y cuáles son las aportaciones del sector al crecimiento de la economía provincial. El sector primario es el más dinámico, debido a que concentra las actividades de producción.

Subsectores como el agrícola, ganadero y el acuicultor han fortalecido el crecimiento económico en la provincia, es importante describir las principales mercancías y lugares donde se producen;

- Subsector Agrícola, con la cosecha de banano, cacao y café como productos principales, este tipo de produc-

tos se dan en cantones como Machala, El Guabo, Huaquillas, Santa Rosa y Pasaje principalmente.

- Subsector Ganadero, con la cría de ganado vacuno, porcino y avícola, siendo fuerte este sector en la parte alta de la provincia (Zaruma, Piñas, Atahualpa, Balsas, Marcabelí, las Lajas, Arenillas) cantones que cuentan con gran cantidad de pastizales.
- Subsector Acuícola, principalmente con el cultivo de camarón en las zonas de Machala, Santa Rosa, Arenillas, entre otras.

Un ejemplo del crecimiento de la economía de la provincia de El Oro es el incremento del número de empresas, lo que ha permitido la creación de fuentes de empleo mejorando la calidad de vida de sus habitantes.

Se detalla a continuación, en la tabla 1, la evolución del número de empresas y el porcentaje de crecimiento tomando en cuenta su tamaño:

Tabla 1: Número de empresas del sector primario, según el tamaño

| Estructura | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|---|---|---|---|---|
| Microempresa | 4.313 | 4.379 | 4.334 | 4.400 |
| Pequeña | 838 | 888 | 932 | 954 |
| Mediana | 166 | 214 | 273 | 268 |
| Grande | 10 | 14 | 17 | 18 |
| Total | 5.327 | 5.495 | 5.556 | 5.640 |
| Variación | | 3,15% | 1,11% | 1,51% |

Fuente: (INEC, 2017)

Elaborado por: Los Autores

La mayor concentración de empresas se agrupa como microempresas, se estima que el 80% de las empresas en El Oro pertenecen a este grupo, y en su mayor parte pertenecen al subsector agrícola que representa alrededor del 40% de este grupo que en su mayoría se dedican al cultivo del banano. (CONESUP, 2001)

En promedio, 903 empresas se clasifican como pequeñas y representan alrededor del 16% del total de donde los subsectores que más intervienen en este grupo son el agrícola y el avícola con la cría de aves de corral.

Se promedia que el 4,5% de empresas en la provincia se encuentran dentro del grupo de medianas y grandes empresas, siendo éstas las de menor proporción; sin embargo, son las que más aportan al crecimiento del PIB de la provincia, principalmente las medianas con la cosecha de banano y cacao, la producción de camarón y cría de aves. (MIPRO, 2013)

Un análisis más detallado revela la evolución empresarial en la provincia desde el año 2012 hasta el 2015 tomando como referencia el nivel de ventas realizadas por las empresas del sector primario, ver tabla 2 y gráfico 1.

Para el año 2012, las variaciones climáticas no impactaron profundamente en las cosechas y eso permitió que el volumen de ventas del sector primario creciera en el 2013 un 27% y un 18% para el 2014, sin embargo, para finales del 2015 factores externos como la crisis económica mundial y devaluaciones monetarias de países vecinos ocasionaron la caída del nivel de ventas de las empresas en un 1% , en el 2016 se agudiza la crisis y el gobierno pone en marcha beneficios que potencien al sector, tales como; créditos productivos a bajas tasas de interés, insumos con precios especiales para los productores, entre otros.

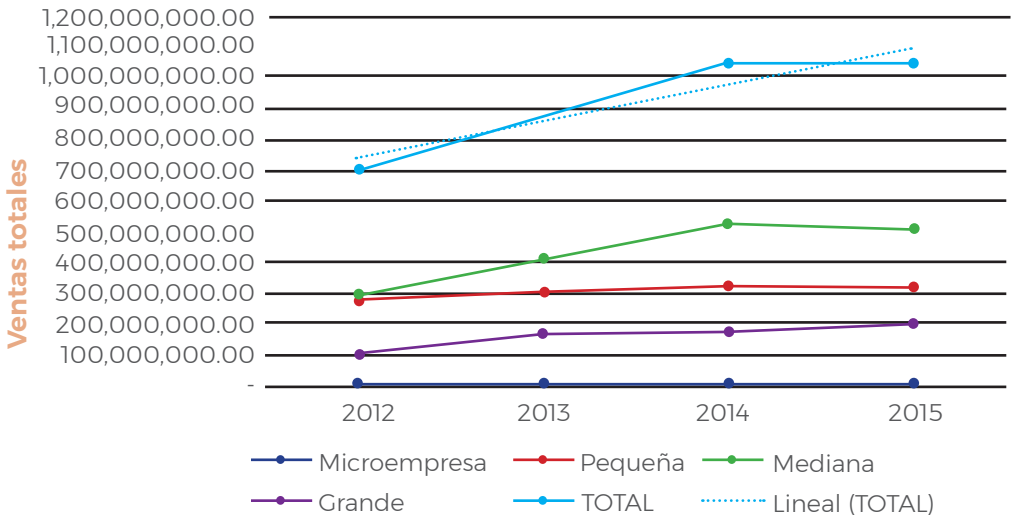
Tabla 2: Venta anuales de las empresas, según su tamaño

| Estructura | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|---|---|---|---|---|
| Microempresa | 6.664.416 | 4.393.411 | 4.273.950 | 5.879.578 |
| Pequeña | 280.085.436 | 303.683.334 | 328.871.369 | 316.913.917 |
| Mediana | 296.087.056 | 398.475.773 | 521.060.677 | 500.100.427 |
| Grande | 109.805.841 | 171.243.472 | 180.430.530 | 206.475.862, |
| Total | 692.644.761 | 877.798.003 | 1.034.430.530 | 1.029.371.799 |
| Variación | | 27% | 18% | -1% |

Fuente: (INEC, 2017)

Elaborado por: Los Autores

Gráfico 1: Evolución de ventas totales según tamaño de Empresa




Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2016
Elaborado por: Los Autores

La tabla 2 y el gráfico 1, aclaran lo ocurrido con el nivel de ingresos de las empresas desde el año 2012 al 2015, tomando en cuenta el tamaño de las mismas.

La producción bruta del sector primario en el año 2012 fue de $692 millones que representa el 12,87% de la producción nacional de dicho sector, en el año 2011 la economía ya comenzó a dar síntomas de desaceleración, sin embargo, para el 2012 se pusieron en marcha planes que ayudarían a mejorar los resultados económicos. La ganadería recibió incentivos para mejorar la producción de leche e incrementar las cabezas de ganado de carne, se impulsó programas para la reactivación agrícola, principalmente para sembradíos de café y cacao. Esto ayudó para que en el 2013 la economía de este sector tuviera un crecimiento del 27%, incrementando los ingresos a $878 millones.

Para el 2013 el número de medianas y grandes empresas se incrementan gracias a los incentivos del gobierno de turno, se crean y cambian de grupo 48 empresas medianas y 4 cla-

sificadas como grandes, las mismas que han aportado en mayor medida al crecimiento de la producción provincial. Las ventas de las medianas y grandes empresas fueron aproximadamente de $570 millones de un total de $878 millones totales del sector en el año en mención. Se describen a continuación los hechos trascendentales para el crecimiento económico del sector:

- La actividad camaronera tiene un gran crecimiento debido a situaciones externas, se puede afirmar que desde los años 70 se ha convertido en una de las principales fuentes de ingresos para la provincia quien es la principal comercializadora del país, sus ventas representaron en el 2013 el 30% aproximadamente de la producción nacional de esta especie. (Ministerio Coordinador de la Producción del Ecuador [MCPEC], 2013)
- El banano es el principal producto agrícola de la provincia, en el 2013 la actividad bananera representó el 70% de las actividades económicas de la provincia y los sembradíos y exportaciones representan el 35% aproximadamente del Ecuador. (INEC. 2014)

En el 2014 la variación es positiva pero en menos proporción al del año anterior, los ingresos se incrementan en un 18% gracias al aumento de la producción de banano, ocasionado por lo mejora de los precios internacionales que incentivaron al productor. La producción bruta provincial del sector primario de la provincia ascendió a $1.034 millones, el crecimiento del sector desde el 2012 ha resultado muy significativo llegando casi a duplicar su producción bruta en el 2014. En dicha evolución destacan los subsectores pesqueros y agrícolas que han dinamizado la economía, lo que hace a esta provincia fuente eminente de productos alimenticios y materias primas agroindustriales.

El 2015 hay una caída de los ingresos del 1% con relación a los del año anterior, son varios los factores que justifican el relativo estancamiento de los rendimientos económicos de la provincia, entre las posibles situaciones para el estancamiento económico a más de la crisis económica mundial

se destacan el poco acceso a tecnificación y las grandes diferencias que se van alcanzando con el mejoramiento de los procesos productivos frente a lo de países como Perú y Colombia. Además la provincia a finales del 2015 empezó a enfrentar una sequía, lo que incidió de alguna manera para que el crecimiento del valor agregado bruto sea nulo.

## Sector Secundario

Agrupa las actividades económicas encargadas de la transformación de los bienes y recursos extraídos del medio natural (materias primas) en productos elaborados. (Molina, 2005) Con la combinación de materias primas, generalmente obtenidas del sector primario, el hombre al comienzo de la era industrial, desarrolla una actividad que con el correr del tiempo, se torna en una gran generadora de mano de obra, brindado bienestar y trabajo a una gran parte de la población que, hasta el advenimiento de la Revolución Industrial, solo se dedicaba a la actividad agropecuaria o a pequeñas industrias artesanales. Se dio origen así a una gran cantidad de actividades de transformación de materia prima, naciendo LA INDUSTRIA, que se agrupa o clasifica de acuerdo a su ESPECIALIDAD así tenemos, por ejemplo; Automotriz, alimenticia, metalúrgica, textil, electrónica, construcción y gráfica. (Mochón y Beker 2014)

Sin industrias (que son las que generan no solo el producto sino el conocimiento), no importa que se importe porque eso que se importa ya está condicionando los límites de desarrollo, que no los impone el usuario sino el productor, que ha diseñado algo para llegar de A hasta B y no más allá. Además, la importación crea la dependencia tecnológica, cae más rápidamente en la obsolescencia y condiciona usos, aplicaciones y posibilidades de innovación. En otros términos, impide la competitividad y simplemente nos convierte en usuarios y tecnócratas (administradores de la tecnología adquirida). (Rendo 2011).

Las actividades esenciales del sector son la construcción y la industria. El número de trabajadores empleados en el sec-

tor secundario es muy pequeño en los países subdesarrollados (cerca del 10%) y moderado en los países desarrollados (en torno al 30%) a causa de los adelantos tecnológicos.

En el caso del Ecuador, según (MCPEC, 2013) convergen en este sector una serie de subsectores que por ser transformadores de materia prima pertenecen a esta gran división; es el caso de la "artesanía" que, por el uso débil de capitales, oferta bienes con costos de producción y precios altos, a diferencia de la industria que por las fuertes inversiones para la construcción, montaje y operación emplea tecnología de punta y economías de escala, lo que permite abaratar costos y disminuir los precios finales, desalentando y deprimiendo la competencia.

## Evolución empresarial del sector secundario

El sector secundario de la economía sustenta su desarrollo principalmente en la industria manufacturera y minera, sin embargo, su aporte al PIB de la provincia es alrededor del 10%. La manufactura tiene relación directa con la producción alimenticia exportable, procesamiento de banano, cacao y camarón, elaboración de cartón y fundas plásticas, alimentos balanceados. Las minas con la explotación de canteras y exportación de oro se constituyen en gran apoyo para este sector, a las ramas antes mencionadas se suman; la elaboración de hielo, derivados de caucho, producción de cuero, fabricación de bebidas gaseosas, metales, explotación maderera, confecciones y construcción.

A continuación se presenta un análisis del crecimiento del número de empresas en la provincia, las cuales están ligadas a las exportaciones alimenticias y mineras que se realizan. El sector secundario concentra sus actividades en aportar valor agregado a los productos que sustentan el sector primario.

La manufactura, minería, construcción, agua y energía son subsectores que apuntalan el desarrollo económico de la provincia, seguidamente se detalla las principales mercancías y lugares donde se producen;

- Subsector Manufacturero, la producción de alimentos y bebidas, productos textiles, confecciones y cuero, fabricación de muebles y madera, elaborados principalmente en Machala, Santa Rosa, Huaquillas, Pasaje y Balsas.
- Subsector Minas y Canteras, Extracción de metales preciosos: platino, plata, oro y extracción de otros minerales como: carbón, magnesita, silicio, además de la explotación de canteras de arena, piedras, lastre entre otros. Machala, Santa Rosa, Pasaje, Piñas, Zaruma, Portovelo, Atahualpa, Las Lajas.
- Subsector de la Construcción, viviendas, edificios, hoteles, escuelas, centros de salud, carreteras, etc. Proyectos desarrollados en el cantón Machala principalmente.
- Subsector Agua y Energía, dentro de la distribución de agua se dan actividades como: purificación de agua, gestión de sistema de alcantarillados, recolección de solidos peligrosos, etc. En las actividades de generación de energía eléctrica tenemos; venta de electricidad vía sistemas de distribución de energías, gestión de intercambiadores eléctricos, estos servicios han tenido mayor repercusión en los cantones de Machala, Pasaje, Santa Rosa, Huaquillas y el Guabo.

En la tabla 3, se especifica la evolución del número de empresas y el porcentaje de crecimiento tomando en cuenta su tamaño:

Tabla 3: Número de empresas del sector secundario, según el tamaño

| Estructura | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|---|---|---|---|---|
| Microempresa | 3.397 | 3.822 | 4.265 | 4.642 |
| Pequeña | 258 | 264 | 304 | 268 |
| Mediana | 53 | 63 | 62 | 52 |
| Grande | 23 | 19 | 18 | 20 |
| Total | 3.731 | 4.168 | 4.649 | 4.982 |
| Variación | | 11,71% | 11,54% | 7,16% |

Fuente: (INEC, 2017)
Elaborado por: Los Autores

Al igual que en el sector primario, la mayor parte de las empresas se agrupan como microempresas que representan aproximadamente el 91,5% del total de empresas de este sector. Las empresas manufactureras son las de mayor número, en el 2012 fueron 1.906 empresas y para el 2013 se registraron 2.589 empresas lo que supone un crecimiento del 26,38% de este subsector.

Las pequeñas empresas representan en promedio el 6,5% del total, los subsectores que tienen mayor predominancia son el de las manufacturas con la producción de alimentos y construcción mediante proyectos de viviendas, entre los dos subsectores suman el 70% de empresas del sector secundario.

Las medianas y grandes empresas de este sector representan el 2% del total de empresas, lo que expresa el débil desarrollo del mismo, sin embargo, la minería ha logrado fortalecerse mediante la conformación de empresas de gran tamaño. (MIPRO, 2013)

A continuación se presenta la evolución empresarial en la provincia desde el año 2012 hasta el 2015 tomando como referencia en nivel de las ventas realizadas por las empresas del sector secundario, ver tabla 4 y gráfico.

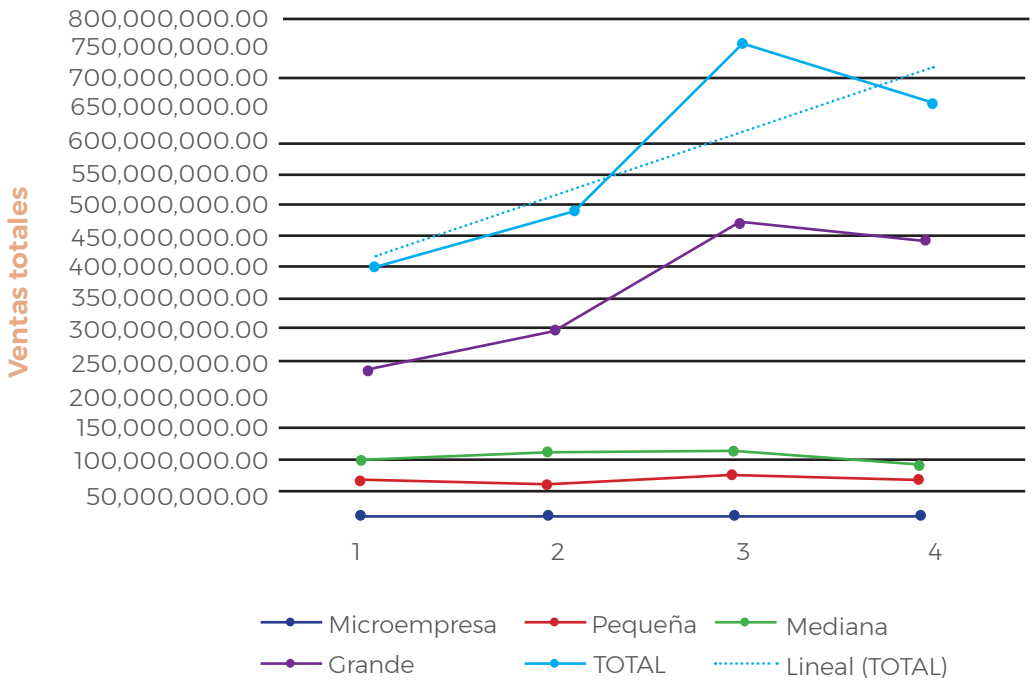
El gobierno desde el 2008 ha incremento la inversión pública a niveles muy importantes, para el 2012 se realizaron fuertes inversiones que dinamizaron el sector, la provincia es testigo del crecimiento de la producción del 2013 siendo del 23,07%, intensificando dicho crecimiento en el 2014 año en el que llega al 48,21% con respecto al año anterior, a finales del 2014 la crisis mundial disminuye significativamente los ingresos del Ecuador, las exportaciones disminuyen, los precios de los productos de exportación decrecen, se elevan los costos de producción, generando la caída del PIB provincial en el 2015, cayendo al -10,32% en el sector secundario.

Tabla 4: Venta anuales de las empresas, según su tamaño

| Estructura | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|---|---|---|---|---|
| Microempresa | 5.843.185 | 6.105.286 | 6.105.927 | 5.971.629 |
| Pequeña | 64.019.462 | 64.737.616 | 81.984.735 | 67.528.894 |
| Mediana | 103.379.543 | 118.512.274 | 121.389.067 | 91.297.623 |
| Grande | 227.988.586 | 304.450.696 | 522.403.128 | 491.564.423 |
| Total | 401.230.776 | 493.805.872 | 731.882.857 | 656.362.569 |
| Variación | | 23,07% | 48,21% | -10,32% |

Fuente: (INEC, 2017)
Elaborado por: Los Autores

Gráfico2: Evolución de ventas totales por tamaño de Empresa




Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo
Elaborado por: Los Autores

La tabla 4 y el gráfico 2, ayudan a establecer que ocurrió con el nivel de ingresos de las empresas desde el año 2012 al 2015, tomando en cuenta el tamaño de las mismas.

Las cifras anteriores indican que el sector secundario en el 2012 aportó el 0,74% del total de la producción nacional en este sector, es importante mencionar que la mayor parte de los ingresos de este sector a nivel nacional provienen de la explotación petrolera la cual no existe en la provincia. Este sector aportó con $440 millones al PIB nacional, datos que ponen en evidencia el pobre desarrollo del sector en El oro en comparación con su aporte en el sector primario. La Explotación de minas y canteras son los puntales de este sector aportando con el 47% de los ingresos, que representan alrededor de $187 millones procedentes en su gran mayoría de la producción de grandes empresas sin embargo, la pequeña industria y microempresarios aportan significativamente al desarrollo del sector. Este año la industria manufacturera aportó con el 37% de ingresos en el sector secundario de la provincia y a pesar de que la mayor parte de las empresas son consideradas como pequeñas y microempresas, estas no fueron las que alentaron el sector debido a que reportaron ingresos por $62 millones, mientras que las medianas y grandes empresas aportaron $125 millones al PIB provincial.

En el año 2013 la economía secundaria sufrió algunas transformaciones, las mismas que se dan por distorsiones económicas a nivel internacional, la manufactura pasa a ser el subsector que más genera recursos teniendo un crecimiento del 62,65% con respecto al año anterior, la explotación de minas y canteras decrece en un 23,36% tomando como base el año 2012 y el sector de la construcción presenta un crecimiento del 69,86%. Se detallan los principales eventos que transformaron la situación del sector:

- La producción manufacturera es otro sector de suma importancia para el desarrollo de la provincia, según los datos presentados la producción bruta industrial fue de $241 millones que representa el 49,82% del sector, de esta manera se evidencia que la manufactura cons-

tituyó una fuente de trabajo y crecimiento para la provincia. La industria alimentaria, productos textiles, confección y cuero, además de la fabricación de muebles destacan en el subsector que busca dar valor agregado a los productos.

- La explotación de minas y canteras pasó de generar $187 millones en el 2012 a $143 millones en el 2013, estas cifras denotan que la minería no fue reconocida como área estratégica de la economía en la provincia, peor aún no se alcanzó la forma correcta de aprovechar los recursos naturales de manera que aporten al desarrollo económico y social bajo normas ambientales que sustenten su explotación. Otra de las causas fue la caída del precio del oro, desvalorizándose en un 28% en relación al precio del año anterior y convirtiéndose en el peor desplome de los últimos 32 años en el país.
- La construcción fue el subsector que más creció en el 2013, incrementándose en un 69,86% y generando $96 millones a la producción provincial, el gobierno impulsó una serie de políticas, incentivos y beneficios económicos y sociales con el fin de dinamizar el sector tales como; reducción de tasas de interés para créditos hipotecarios, construcción de viviendas denominadas de interés social y créditos bajos para los grandes proyectos de construcción. (Gobierno Provincial Autónomo de El Oro [GAP EL ORO], 2013)

La producción bruta en el 2014 crece 48,21% con relación al 2013 y casi duplicando el valor agregado obtenido en el 2012, genera $731 millones de ingresos para la provincia, destacan subsectores como; La construcción crece 18,88% obteniendo así un crecimiento constante gracias a las políticas de gobierno para dinamizar este subsector y a la mejora del poder adquisitivo de la población; La manufactura generó $270,5 millones principalmente su incremento se generó por la producción, elaboración y conservación de carne, pescado y camarón, así como productos minerales no metálicos, es importante mencionar que a pesar del crecimiento el desempeño de este subsector está sujeto a restricciones

comerciales de insumos que permiten su desarrollo. La Explotación de minas y canteras es la actividad que más destaca con un crecimiento del 132% generando ingresos por $333 millones, esta expansión economía se da gracias al incremento del precio del oro y al crecimiento de proyectos de construcción que incrementaron la comercialización de materiales explotados en canteras.

Una abrupta caída de la economía se da en el 2015 género una contracción de la producción, la situación del sector externo asociada a la fuerte reducción de las ventas a mercados importantes como Estados Unidos y Europa, fueron los principales factores que generaron el deterioro de este sector. La industria manufacturera a pesar de la desaceleración que registró, disminuyendo su crecimiento a un 12% aproximadamente fue la actividad que más destacó en el 2014, la distribución de agua y energía generaron $15 millones que a pesar de ser una cantidad mínima fue otra de las actividades con crecimiento del valor agregado bruto.

En conclusión en el 2015 la desaceleración económica se manifestó en el escaso dinamismo en subsectores importantes como la minería y la construcción y su descenso en el nivel de ingresos. La actividad minera decreció -9,33% generando $31 millones menos que en el 2014. La actividad de la construcción disminuye su producción -68,11% siendo el subsector más afectado donde se dejaron de percibir $78 millones menos que el 2014, generando la desestabilización del sector terciario.

## Sector Terciario

“Incluye todas aquellas actividades que no producen bienes materiales de forma directa y, por tanto, no encajan dentro de los sectores primario y secundario” (Suarez, 2008). Estas actividades son conocidas como “servicios”. Actualmente se ubican bajo esta denominación: el comercio, hoteles y restaurantes, los transportes y las comunicaciones, las finanzas, un conjunto de actividades auxiliares (asesoría, informática, etc.), los servicios sociales y personales, las actividades

relacionadas con el ocio y otras muy diversas. (Hernández & Thompson, 2014)

Gil & Portilla (2002, 10) afirman "La tecnología es el conocimiento de los métodos de producción, es decir, el know-how, las invenciones y las innovaciones que nos ayudan a obtener más de los recursos escasos." Las causas de este crecimiento han sido las siguientes:

- El aumento del nivel económico y del nivel de vida permite el consumo de servicios cada vez más numerosos y especializados. (Correa, Castaño & Mesa, 2010)
- Los cambios operados en los otros sectores económicos han favorecido al sector terciario: la mecanización agraria primero y la crisis industrial después, trasvasaron población al sector terciario; y la actual tercerización de la industria fomenta numerosos servicios a la producción.
- El desarrollo de ciertas actividades terciarias, como el turismo y los servicios públicos relacionados con la creación de la administración autonómica y europea y con el desarrollo del estado del bienestar, ha impulsado los servicios hoteleros, administrativos, sanitarios y educativos.
- La creciente incorporación de la mujer al trabajo fuera del hogar se realiza básicamente en este sector, e impulsa ciertos servicios como las guarderías y la ayuda doméstica. (UNICEF, 2010)

Según CONESUP (2001) en los países desarrollados, más del 60% de la población activa trabaja en el sector terciario, mientras que la cifra es mucho más variable en los países subdesarrollados (de un 10% a un 40%). En el Ecuador, el sector terciario de la economía es el sector que mayor población laboral ocupa; es también el más heterogéneo que concentra el 55% de la población económicamente activa del país. La mayor parte, esto es el 35% de la misma, se ubica en "comercio, hoteles y restaurantes"; y el 32% en "servicios sociales y personales".

## Evolución empresarial del sector terciario

En la provincia se identifican cuatro (4) principales actividades que sustentan el sector: las comerciales; de transporte; información y comunicación; hoteles y restaurantes. Existen otras que también podrían incluirse en este sector pero las hemos clasificado como sector de apoyo de la economía.

El sector terciario en la provincia de El Oro produce alrededor de $1.653 millones gracias al aporte del comercio, subsector que tiene el mayor flujo de comercio de la región 7 del país. Es el sector que mayor población laboral utiliza, ya que aproximadamente el 55% desarrolla actividades relacionadas con el comercio. (GAP EL ORO, 2013)

Subsectores como el comercio, transporte, información - comunicación y hoteles – restaurantes son los que conforman el sector, a continuación se detallan los principales productos y sectores donde se producen en la provincia.

- Subsector Comercio, el comercio al por menor y mayor caracteriza al sector, principalmente venta de productos agrícolas, vestimenta, víveres, vehículos, entre otros. En todas las ciudades de la provincia este subsector es dinámico, sobresaliendo Machala y Huaquillas.
- Subsector Transporte, el transporte de pasajeros y carga, y otras actividades relacionadas como alquiler de equipo de transporte, almacenaje, manipulación de carga entre otros, El cantón Machala por el número de personas que lo habitan sobresale en el transporte de pasajeros, además en el de carga por las actividades que se realizan en Puerto Bolívar.
- Subsector de la Información y Comunicación, se incluye la producción y distribución de productos informáticos, distribución de medios para transmitir información, comunicaciones y datos, además actividades como edición de software, películas y grabaciones de sonido, por último se destacan las actividades de programación de radio y televisión. El cantón Machala es el principal sector donde se desarrollan estas actividades.

- Subsector Hoteles y Restaurantes, el alojamiento temporal, el abastecimiento de comidas y bebidas para su consumo inmediato son actividades propias del subsector y se desarrollan en todo la provincia, en el cantón Machala generan la mayor parte de los ingresos.

Se detalla a continuación en la tabla 5, la evolución del número de empresas y el porcentaje de crecimiento tomando en cuenta su tamaño:

Tabla 5: Número de empresas del sector terciario, según el tamaño

| Estructura | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|---|---|---|---|---|
| Microempresa | 19.145 | 21.977 | 23.306 | 23.712 |
| Pequeña | 1.585 | 1.649 | 1.764 | 1.629 |
| Mediana | 269 | 272 | 288 | 297 |
| Grande | 49 | 56 | 69 | 66 |
| Total | 21.048 | 23.954 | 25.427 | 25.704 |
| Variación | | 13,81% | 6,15% | 1,09% |

Fuente: (INEC, 2017)
Elaborado por: Los Autores

En la Provincia de El Oro el sector terciario es el que mayor población laboral ocupa, la mayor parte de las empresas de este sector están agrupadas como microempresas, representando el 91% del total. Las empresas dedicadas al comercio en el 2012 fueron 15.909 y para el 2015 18.321, denotando un crecimiento del 15,16%, siendo esta actividad la de mayor importancia del subsector. (MIPRO, 2013)

Empresas agrupadas como pequeñas son inferiores en número a las agrupadas como microempresas, sin embargo generan ingresos superiores, representan alrededor del 7% de las empresas de este subsector. (SENPLADES, 2013) afirma que el comercio sigue siendo la actividad de mayor impacto para su crecimiento, el transporte, la comunicación y los hoteles sirven como apoyo para su desarrollo.

A continuación se presenta la evolución empresarial en la provincia desde el año 2012 hasta el 2015 tomando como

referencia el nivel de las ventas realizadas por las empresas del sector terciario, ver tabla 6 y gráfico 3.

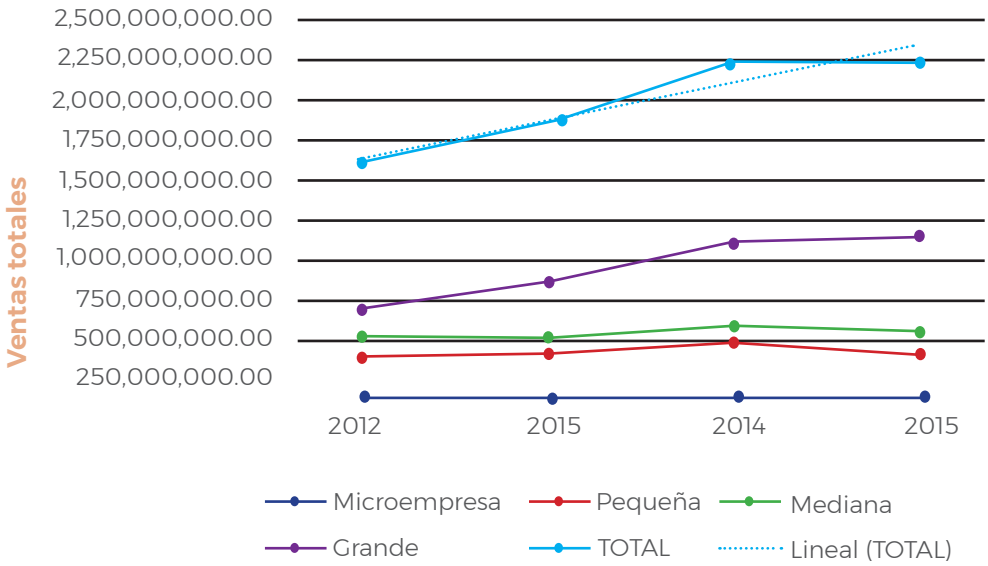
Es un área dinámica de la economía, intensiva en conocimiento y mano de obra, generando impacto directo en la población de la provincia, el gobierno ha impulsado el desarrollo de actividades relacionadas con las labores materiales no productoras de bienes, en el 2013 ya se denota un crecimiento en el nivel de ingresos, creciendo en un 11,28% con relación al año 2012. Para el año 2014 el gobierno sigue con la política de mantener un gasto público elevado lo que ayuda a dinamizar la economía he incrementa las ventas del subsector en un 20,26%, es importante mencionar que es dicho año la inflación en el país llegaría a un 3,67% siendo mayor a la del 2013 que cerró el año en 2,7%, en el año 2015 la crisis también golpea a este sector, aunque no decreció como en los sectores antes descritos su crecimiento fue mínimo, incrementándose en un 0,24% porcentaje que denota la situación económica de dicho año.

Tabla 6: Venta anuales de las empresas, según su tamaño

| Estructura | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|---|---|---|---|---|
| Microempresa | 24.509.255 | 27.307.520 | 27.212.336 | 25.914.312 |
| Pequeña | 384.006.590 | 435.298.357 | 479.841.728 | 444.229.135 |
| Mediana | 520.509.288 | 511.332.870 | 587.851.402 | 598.436.091 |
| Grande | 724.634.712 | 871.209.036 | 1.129.633.425 | 1.161.354.138 |
| Total | 1653.659.845 | 1.845.147.783 | 2.224.538.891 | 2.229.933.676 |
| Variación | | 11,58% | 20,56% | 0,24% |

Fuente: (INEC, 2017)
Elaborado por: Los Autores

Gráfico 3: Evolución de ventas totales por tamaño de Empresa




Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo
Elaborado por: Los Autores

La tabla 6 y el gráfico 3 ayudan a describir que ocurrió con el nivel de ingresos de las empresas desde el año 2012 al 2015, tomando en cuenta el tamaño de las mismas.

En el año 2012 el sector terciario generó $1.653 millones, el comercio tanto al por mayor como al por menor es la actividad de mayor participación en la producción total de servicios en El Oro, aportando con $1.551 millones que representan el 94% del valor agregado bruto que genera este sector. El transporte, las comunicaciones e información y los hoteles y restaurantes aportaron $102 millones representando tan solo el 6% de ingresos generados por el sector, demostrando así la debilidad de estas actividades en la provincia.

GAP EL ORO (2013) menciona que los altos precios del petróleo dinamizan la economía del Ecuador en el 2013 y, por ende, la provincia ve incrementados sus ingresos, las actividades de servicio generan $1.845 millones aumentando un

11,58% con respecto al 2012, este crecimiento se da gracias a la expansión de subsectores qué se describen a continuación:

- La actividad comercial en El Oro ha tenido un gran desarrollo, en el año 2013 tuvo un crecimiento del valor agregado de 11,47% tomando como referencia el 2012, este incremento es el resultado en gran medida del aumento del consumo gracias al dinamismo de la economía respaldado por el incremento del gasto Publio y por el incremento del ingreso salarial.
- EL transporte genera aproximadamente $84 millones, incrementando un 19,89% los ingresos en relación al año 2012, la provisión de transporte de carga pesada se dinamiza gracias al incremento de las exportaciones de bienes, el alquiler de transporte con operario y las actividades de correo y mensajería también ayudaron al desarrollo del subsector.
- La información y comunicación aportó $13,6 millones de donde las pequeñas empresas generaron $7 millones de representando el %55 de ingresos generados por el sector, es importante resaltar la nula participación de grandes empresas en este subsector.
- Las actividades hoteleras y de restaurantes aportaron $18,7 millones en ingresos a la economía de la provincia durante el 2013, donde las pequeñas empresas aportaron el 80.18% de dichos valores, en este año se desacelera el sector por la disminución de turistas, cayendo un -12,12% del valor agregado bruto provincial.

El sector terciario en la provincia logró un importante desarrollo en el 2014 y se registró un crecimiento del PIB sectorial de 20,56%. A su vez el subsector comercial tuvo un incremento del 20,29%, esta actividad es la de mayor peso en el sector y su comportamiento no solo depende de la evolución del consumo, también se dio como resultado de las medidas que aplicó el gobierno con el propósito de desalentar las importaciones. El subsector Hoteles y Restaurantes aportaron $25,3 millones aproximadamente al valor actual bruto

del sector, donde las pequeñas empresas son las de mayor significancia generando el 76,04% de los ingresos generados por estas actividades.

A pesar de los efectos negativos a nivel financiero por la crisis mundial, en comparación a otros sectores de la economía provincial el sector terciario en el 2015 tiene un ligero crecimiento, siendo este del 0,24%, denotando un estancamiento de la economía, visualizada principalmente en la disminución del consumo de la población. En particular el comercio no decreció en su actividad por la estabilidad en las ventas del comercio minorista, presentando un crecimiento del 0,67%. Otra actividad de gran importancia dentro del sector es el transporte que presentó un decrecimiento en el nivel de los ingresos teniendo una caída del -2,67%

La apreciación del dólar y la caída del precio del petróleo son los factores que golpearon al sector terciario trazando un curso complicado de la economía en el 2015. Con la necesidad de generar liquidez el gobierno realizó una serie de ajustes entre las que destacan; el recorte presupuestario y la aplicación de las salvaguardias utilizadas como un mecanismo de restricción de las importaciones, además la imposición de cupos de importación impactó en las ventas de vehículos, artículos electrónicos y electrodomésticos.

## Referencia bibliográfica


CONESUP, S. (2001). Programa Conjunto Juventud, empleo y migración para reducir la inequidad en el Ecuador *(Vol. 1).* EL ORO.

Correa, Jaime & Castaño, Carlos & Mesa, R. (2010). Desempeño financiero empresarial en Colombia en 2009: *Un análisis por sectores. Perfil de Coyuntura Económica, (15), 149–170.* Retrieved from http://www.scielo.org.co/pdf/pece/n15/n15a8.pdf\t

Cruz, M. & Polanco, M (2014). El sector primario y el estancamiento económico en México. *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía.* Recuperado de: http://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=11831301001

Gil, H., & Portilla, J. (2002). Conceptos económicos básicos, 2. Retrieved from http://users.alliedmods.net/~faluco/apuntespak/4A/Economia-ApuntesProfesores.pdf

Gobierno Provincial Autónomo de El Oro. (2013). Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la provincia de Loja. Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9), 1689–1699. https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004

Haung, J., y H. Bouis (2001), " Structural changes in the demand for food in Asia: Empirical devidence from Taiwan", Agricultural Economics, vol. 26, pp. 57-69

INEC. (2014). Encuesta de superficie y producción agropecuaria continua. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (p. 23). Quito.

INEC, I. N. (08 de Julio de 2017). *INEC.* Obtenido de INEC: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/

López, D & Thompson, M; (2014). Apoyo financiero para fomentar el desarrollo de proyectos de investigación para la salud. *Revista de Especialidades Médico-Quirúrgicas.* Recuperado dehttp://www.redalyc.org/articulo.oa?id=47331518013

Ministerio Coordinador de la Producción del Ecuador. (2013). Agenda Productiva Territorial El Oro 2013 : Informe Ministerio Coordinador de La Producción, 1(07), 52.

MIPRO, F. S. E.-. (2013). Estudios industriales de la micro, pequeña y mediana empresa. FLACSO, Sede Ecuador (p. 307). Retrieved from http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08

Monchon, F., & Beker, V. A. (2008). Economia principios y aplicaciones (pp. 113–116). México, DF. Retrieved from.

Molina Herrera, J. (2005). La economía de la provincia de Almería. Journal of Chemical Information and Modeling (Vol. 53).

Rendo A. (2011). EL CUENTO ECONÓMICO. Revista Ciencias Estratégicas. Disponible en: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=151322413001

SENPLADES. (2013). Diagnóstico Socioeconómico y Territorial de la Provincia de El Oro.

Suarez, M. (2008). El papel de las instituciones en el cambio económico de México. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/pdf/prode/v39n154/v39n154a3.pdf

UNICEF (2010). Sectores Económicos.

Recuperado de: https://www.unicef.org/ecuador/LIBRO_DE_EL_ORO_Parte2.pdf

# 03 Capítulo Estructura Administrativa del Sector Empresarial de la provincia de El Oro

Patricia Uriguen Aguirre; Germán Morán Molina; Guillermo Ochoa Hidalgo.

## Introducción

Ecuador es un país que por su condición climática ha tenido un importante desarrollo económico a lo largo de su evolución, lo que le ha permitido crecer para tener la capacidad suficiente de competir en los diferentes sectores económicos: primarios, secundarios y terciarios. Estos sectores representan la división de la actividad económica del país. La provincia de El Oro cuenta con pequeñas y medianas empresas que por medio de sus actividades comerciales han generado riqueza y empleo. Cabe recalcar que estas actividades

**Patricia Uriguen Aguirre:** Economista con mención en Gestión Empresarial, especialización finanzas de la Escuela Superior Politécnica del Litoral, Diploma Superior en Innovaciones Educativas de la Universidad Tecnológica San Antonio de Machala, Magister en Administración de Empresas de la Universidad Técnica de Machala - Docente titular de la Universidad Técnica de Machala.

**Germán Morán Molina:** Economista de la Universidad de Cuenca. Magister en Administración de Empresas de la Universidad Técnica de Machala. Doctorando en Ciencias Económicas en la Universidad del Zulia – Venezuela. Docente titular de la Universidad Metropolitana sede Machala.

**Guillermo Ochoa Hidalgo:** Economista de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Magister en Educación Superior de la Universidad Tecnológica San Antonio de Machala. Magister en Finanzas y Economía Empresarial de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

son manifestadas en el comercio, agricultura, pesca, industrias manufactureras, ganadería, entre otras. La estructura administrativa del sector empresarial está compuesta por varios niveles o posición también llamados cargos que una persona ocupa jerárquicamente en función de sus capacidades. La provincia de El Oro cuenta con Pymes que le permite lograr la fácil realización de las actividades de los sectores y coordinar su funcionamiento. Es decir, que toda estructura empresarial posee un organigrama que le permite llevar el orden de responsabilidad y funcionamiento.

## Estructura administrativa del sector empresarial de la provincia de El Oro

De acuerdo a Gil (2007), se conoce como empresa a una unidad integrada, cuyos componentes de manera coordinada hacen uso de los diversos recursos con el que esperan lograr uno o varios objetivos. También es conocido como un sistema de interacción con el entorno y a través del cual y por medio de la combinación del trabajo y el uso de los recursos, busca obtener beneficios económicos.

### Clasificación de las empresas

Pareja (2014), indica que las empresas pueden clasificarse de la siguiente manera:

- Según el sector de la actividad.
- Según el tamaño
- Según la propiedad del capital
- Según el ámbito de la actividad
- Según el destino de los beneficios

En la provincia de El Oro, es indispensable conocer la clasificación de las empresas en cuanto al tamaño de la empresa, el cual se encuentra definido por el volumen de venta anual y el número de personas ocupadas, tal como se muestra en la tabla 1.

Tabla 1. Clasificación por tamaño de empresa

| Tamaño de empresa | Volumen de ventas | Número de personas ocupadas |
|---|---|---|
| Grande | $5'000.001 en adelante | 200 en adelante |
| Mediana "A" | $2'000.001 a $5'000.000 | 100 a 199 |
| Mediana "B" | $1'000.001 a $2'000.000 | 50 a 99 |
| Pequeña | $100.000 a $1'000.000 | 10 a 49 |
| Microempresa | Menor a $100.000 | 1 a 9 |

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2014)

Se resalta la importancia de conocer el tamaño de la empresa debido a que como lo mencionan, Segura y Toledo (2003) existe abundante literatura que aborda las diferencias que existe en el comportamiento financiero y administrativo de las empresas, según su tamaño, así como sobre las restricciones que el tamaño implica en el acceso de estas a los mercados de capital y sobre sus efectos en el resultado y el comportamiento cíclico.

También es importante mencionar la clasificación por la rama de actividad, de esta manera se constituye en una estructura de clasificación coherente y consistente de todas las actividades económicas que realizan las empresas, la cual fue emitida por la Organización de Naciones Unidas (ONU) en el año 2009, basada en un conjunto de conceptos, principios y normas de clasificación, ver tabla 2.

Tabla 2. Clasificación por sector económico

| Sector económico |
|---|
| 1. Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca. |
| 2. Explotación de minas y canteras. |
| 3. Industrias manufactureras. |
| 4. Comercio |
| 5. Construcción |
| 6. Servicios |

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2014)

En la provincia de El Oro para el año 2016, de acuerdo a información del Directorio de Empresas, se encontraban registradas un total de 42.630 empresas, lo que representaba una participación del 5% en el ámbito nacional. (Instituto Nacional de Estadisticas y Censos, 2016).

En cuanto a la clasificación por tamaño de empresa, en la provincia de El Oro, la misma se presenta en la tabla 3, de la siguiente manera:

Tabla 3. Clasificación por tamaño de empresa, Provincia de El Oro. Año 2016

| Clasificación | Número de empresas | Porcentaje |
|---|---|---|
| Microempresa | 38.182 | 89,57% |
| Pequeña empresa | 3.614 | 8,47% |
| Mediana empresa "A" | 416 | 0,98% |
| Mediana empresa "B" | 267 | 0,63% |
| Grande empresa | 151 | 0,35% |
| TOTAL | 42.630 | 100,00% |

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2014)

Como se observa en la clasificación mostrada en la tabla 3, en la provincia de El Oro, existe mayor presencia de Microempresas con el 89,57% del total de empresas existentes.

Con respecto a la división de las empresas de acuerdo a las actividades que estas realizan, resulta importante conocer cuáles son las principales actividades económicas que contribuyen al desarrollo de la provincia, y qué sectores son aquellos que tienen mayor participación.

- Agricultura y Acuacultura.- La zona agro exportadora de la provincia se localiza en los siguientes cantones Arenillas, El Guabo, Pasaje y Santa Rosa, en donde se cultiva banano, cacao y camarones. El sector primario concentra las actividades de la producción exportable y genera el 68% del valor bruto de la producción. El cultivo del banano y el auge agro exportador de la provincia, inicia en la década de los años 50. Los mayores volúmenes

de producción y superficie cosechada corresponden al banano, siguiéndole en importancia el maíz duro y el arroz en cáscara. En la parte alta se cultiva el café y caña de azúcar. En los otros cantones predominan los cultivos de ciclo corto.

Por su parte, la actividad camaronera tuvo sus inicios a finales de los años '70 del siglo XX, experimentando un acelerado crecimiento e iniciando un nuevo auge exportador, convirtiéndose rápidamente en uno de los principales ingresos para el país.

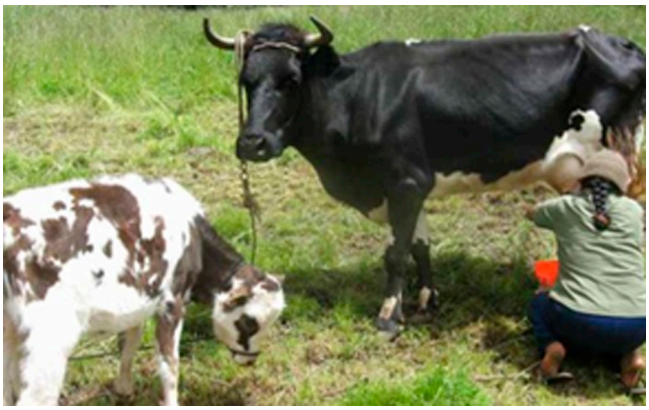
En la figura 1, se muestran dos de los productos insignes de este sector en que han dado renombre a Ecuador en los mercados internacionales.

Figura 1: Agricultura y Acuacultura

- Ganadería.- La actividad ganadera se basa en la producción de leche y carne proveniente del ganado vacuno, siendo ésta otra fuente de ingresos de la provincia. En los cantones de Atahualpa, Zaruma, Piñas, Santa Rosa, Arenillas y Las Lajas, aprovechan los pastizales, que son utilizados para la crianza de ganado vacuno.

En la figura 2, se puede apreciar el ordeño artesanal practicado desde tiempo memorable por los pobladores de esta Provincia.

Figura 2. Ganadería



- Minería.- La actividad minera de la provincia de El Oro se inicia a principios del siglo XX, pues las minas de Zaruma empiezan a ser explotadas por la South American Development Company. En la década de los '80 la actividad minera se reactiva por efecto de la inversión privada de mineros informales, cuyo efecto positivo se siente en las poblaciones ubicadas en tierras altas, las que tradicionalmente han estado más capacitadas para ejecutar este tipo de trabajo. La actividad minera también se ve favorecida por la Ley de Minería y por el interés que han puesto los inversionistas, ya que a futuro promete ser un rubro más dinámico, en la figura 3 se puede apreciar a los mineros desarrollando su jornada laboras en las minas de Zuruma.

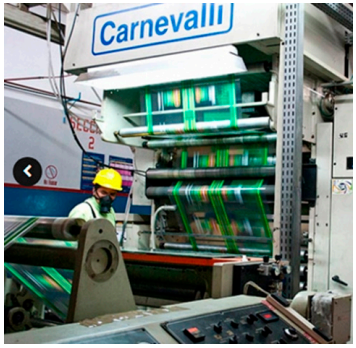
Figura 3. Minería

- Industria Manufacturera.- El sector secundario de la economía, relativo a la industria y la manufactura, presenta un escaso desarrollo. La industria tiene directa relación con la producción alimenticia, de papel, cristales, madera tratada, frutos del mar y manufacturas de distinto tipo, las cuales constituyen parte de la oferta exportable. La Cámara de Industrias de El Oro cuenta con 130 afiliados. En la actualidad las ramas industriales existentes son las siguientes:

- Procesadoras de banano
- Elaboración de fundas plásticas
- Elaboración de cartón
- Procesadoras de camarón
- Procesadoras de cacao
- Alimentos balanceados

La figura 4, muestra a un operario trabajando en una fábrica de fundas de plástico para banano.

Figura 4: Industria manufacturera




- Comercio.- El sector terciario ocupa el segundo lugar de importancia dentro de la economía de la provincia, pues en él se encuentran las actividades complementarias del sector primario, como son: las finanzas, el comercio y los servicios públicos y privados. Las plazas comerciales de la provincia de El Oro experimentan un flujo impor-

tante de productos nacionales y extranjeros, tanto de artículos de uso suntuario como de primera necesidad, se incrementan debido a la presencia de las tasas de crecimiento urbano y el dinamismo de las actividades agro exportadoras que actúan como factores de atracción de población y otorgan al sector financiero un rol muy importante para que se pueda desarrollar las actividades económico productivas y servicios, esto significa que desarrollando las actividades económicas como es el comercio, la banca puede recuperarse y llegar a un crecimiento mucho más alto. En la figura 5, se puede apreciar el desarrollo comercial en la provincia en esta oportunidad en la calle Sucre zona comercial por excelencia de la ciudad de Machala.

Figura 5. Comercio

- Turismo.- Mediante convenio de participación con el Centro de Estudios e Investigación Turísticas CETUR (hoy absorbido por el Ministerio de Turismo), y Patrimonio Cultural del Ecuador, en 1988 se llevó a cabo el primer inventario de recursos naturales y culturales, donde se registraron 102 atractivos potenciales, entre los cuales tenemos los más importantes como el archipiélago de Jambelí, la ciudad de Zaruma y el Bosque Petrificado de Puyando.

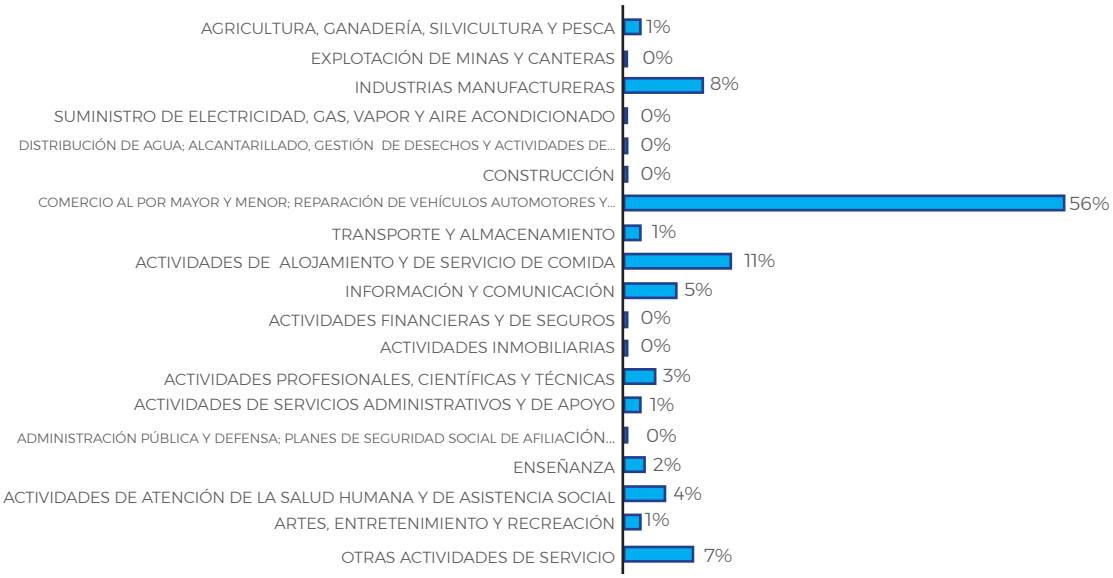
Una de las actividades que se están desarrollando de a poco en nuestra provincia es el turismo científico, estas son las zonas como el archipiélago de Jambelí, Isla Santa Clara y en la zona alta de la provincia como cordillera de Nudillos en Portovelo, Yacuviñay en Atahualpa, Bosque de Buenaventura

en Piñas y arqueología, antropología y minero en el cantón Zaruma. El principal transporte es el terrestre, el transporte aéreo es deficiente, el transporte marítimo está en Puerto Bolívar como principal base. Por este puerto se embarca la exportación bananera y, en menor medida, se receptan importaciones. Puerto Bolívar es un puerto de fácil acceso pues la isla Jambelí hace de rompeolas natural, no representando dificultad alguna para el ingreso de los buques, con calados hasta de 32 pies. Cuenta con un muelle marginal de 357m de longitud, dando cabida a cuatro atracaderos. (Plan estrategico de desarrollo de la Provincia de el Oro , 2013). La figura 6, muestra uno de los atractivos turísticos de mayor auge en la ciudad de Machala, Puerto Bolívar, donde hay con continuo flujo turístico; y, además, desde allí nos podemos trasladar a la isla de Jambelí para disfrutar de sus hermosas playas.

Figura 6. Turismo

Una vez conocidos los principales sectores productivos de la provincia de El Oro, se presentan los resultados obtenidos en un estudio llevado a cabo por la Universidad Andina Simón Bolívar en el año 2014, (ver gráfico 1) evidencia que en la provincia de El Oro el sector de mayor actividad corresponde al comercial.

Gráfico 1. Pequeñas y medianas empresas por sectores




Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2014)

Es importante mencionar que las empresas de la provincia de El Oro en su mayoría se dedican a actividades comerciales, pero también un gran sector se inclina hacia actividades agropecuarias.

Las principales actividades económicas relacionadas con la agricultura están orientadas hacia la exportación. Así fue en el pasado con las exportaciones del cacao y la minería. Y en la actualidad, con el banano, cacao, café, camarones y las actividades mineras. La producción de oro en la Provincia representa el 67% de la producción total del país, lo cual convierte a esta zona en la principal fuente minera del Ecuador (Agencia de Regulación y Control Minero, 2013).

La provincia tiene varios pisos climáticos que van desde el seco costanero, hasta el tropical monzón y por ello se encuentra una vasta variedad de productos que se distribuyen tanto para el consumo de los mercados locales, los internos y al exterior del país. Para la actividad agropecuaria, la Provincia

cuenta con 455.567 has. de terrenos, también existen yacimientos para la explotación minera tales como el oro, feldespatos y materiales pétreos que se utilizan en la construcción.

Otra actividad de importancia es el turismo debido a que la provincia tiene una riqueza cultural, gastronómica, artística y artesanal que complementada con la infraestructura turística y hotelera se convierte en atractivo turístico que genera valor agregado y bienestar a la colectividad.

Una vez conocida la clasificación tanto por tamaño como por actividad económica, es posible establecer la Estructura Administrativa del sector empresarial de la provincia de El Oro.

## Estructura organizacional

La estructura organizacional define cómo se dividen, agrupan y coordinan formalmente las tareas de trabajo, que sus miembros deben realizar para alcanzar los objetivos propuestos. La estructura, desde el punto de vista de la teoría de la administración, es el modo en que una organización establece las relaciones entre sus componentes o subsistemas y sus modos de interrelación (Pertuz, 2013).

En tal sentido, Hitt y Peréz (2007), conciben la estructura como un elemento integrador de las actividades que se desarrollan en una organización. Es un instrumento a través del cual la organización puede realizar sus objetivos. Los mandos administrativos la utilizan para definir las actividades a desarrollar, las personas que deban realizarlas, los recursos y los medios a emplear, las relaciones entre las personas, puestos de trabajo y unidades de la organización, los sistemas y los procedimientos para el mejor desarrollo de las actividades y el mejor empleo de los recursos. El término organizacional lleva implícito, por tanto, una estructura formal e intencional en cuanto a funciones o posiciones.

En la actualidad, se han observado grandes cambios en lo que respecta a los modelos de localización y organización de las empresas, estos cambios se han producido tanto en el interior de las empresas como en las relaciones que se establecen

entre ellas. En contraste con las estructuras tradicionales en pirámide, se encuentran apareciendo nuevas formas cuyo funcionamiento es mucho menos rígido y mucho más dinámico.

## Tipos de estructura organizacional

Existen diversas clasificaciones y tipologías sobre las estructuras organizacionales, gran variedad de autores entre los que resaltan Hall, Soto, Mintzberg, mencionan las siguientes: (Publicaciones Vértice, 2007)

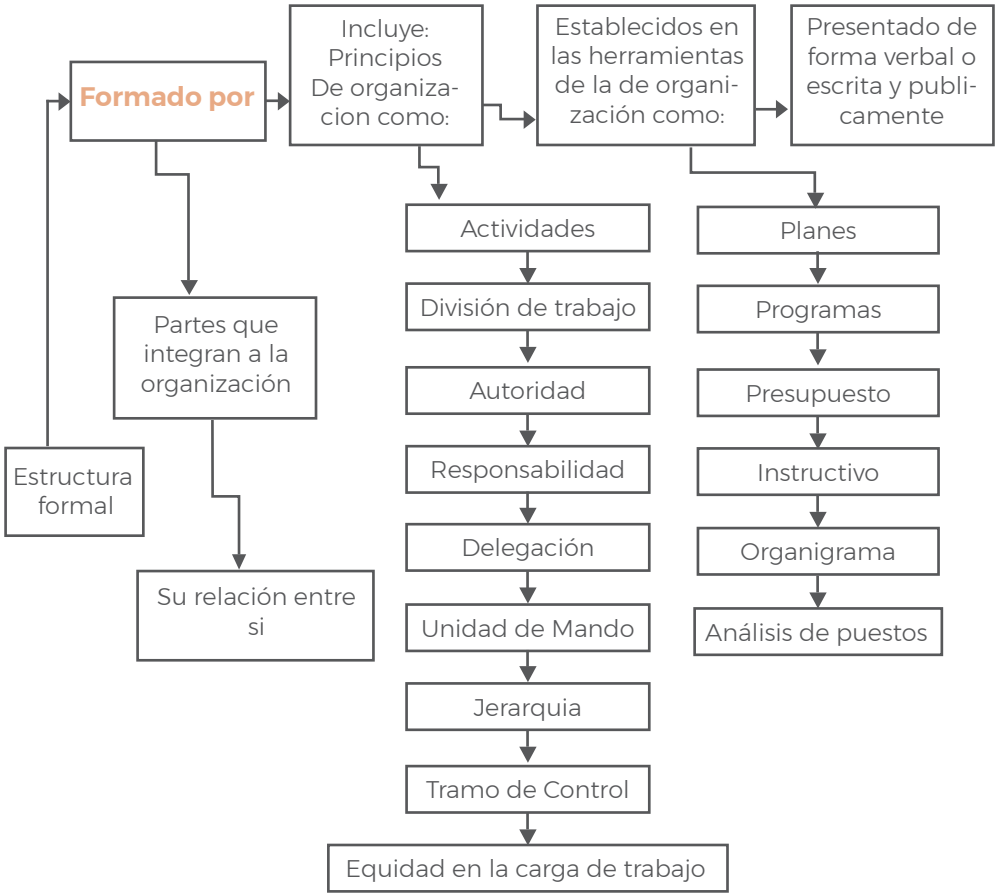
- Estructura Simple: Mínimo e personal, se realiza una supervisión directa del trabajo.
- Estructura Burocrática: Organizaciones altamente formalizadas, en la que todos los elementos del trabajo se encuentran perfectamente definidos.
- Estructura Divisionalizada: No es considerada una estructura completa, sino parcial, se crean diferentes unidades de negocio.
- Adhocracia: Es una estructura flexible, capaz de adaptarse a las situaciones cambiantes del entorno.

De acuerdo a Hibert (2009), En la estructura de la empresa conviven, en armonía o conflictivamente, la organización formal y la organización informal.

La organización formal, es aquella cuya configuración intencional de divide en diferentes tareas y responsabilidades, de esta manera se fija su estructura esperando lograr los fines establecidos por la empresa.

De acuerdo a Rodríguez y otros (2004), la estructura formal nace como una necesidad, especialmente por el hecho de que era necesario llevar a cabo una división de las actividades que se realizan dentro de las organizaciones, lo que ayuda a que puedan alcanzar sus objetivos a través de instrumentos como organigramas, manuales y la interacción de los principios de la organización, como lo son la división de trabajo, autoridad y responsabilidad, delegación, unidad de mando, jerarquía, tramo de control y equidad entre otros.

Esquema 1. Estructura formal de las organizaciones



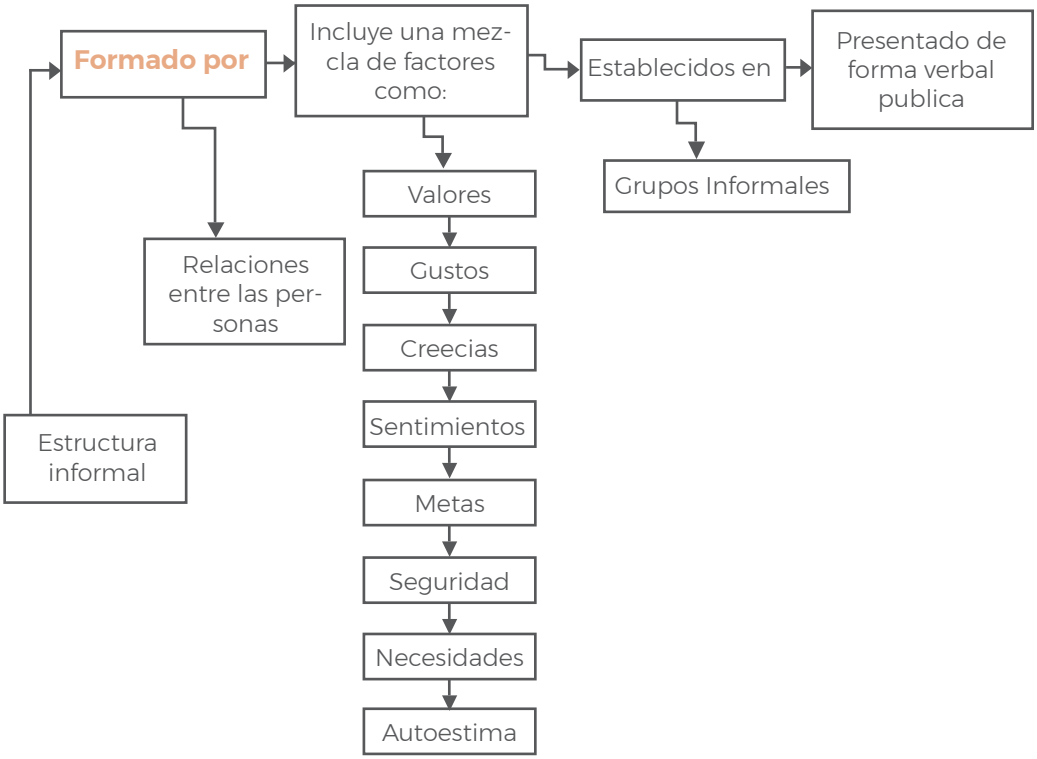

Fuente: Estructura organizacional, tipos de organización y organigramas (Vásquez, 2012).

Como se observa en el Esquema 1, la estructura formal se encuentra integrada de las partes que son parte de la empresa y la manera en cómo se interrelacionan entre sí a través de los principios fundamentales de la organización que se establecen con ayuda de las herramientas y se presentan en forma verbal o a través de documentos públicos que pueden ser consultados por las personas que son parte de la organización (Vásquez, 2012).

La organización informal, es aquella que se conforma mediante una red de relaciones informales que son producidas dentro del ámbito empresarial y que no han sido planificadas por la dirección con anterioridad. (Hibert, 2009).

La estructura informa por lo general obedece al orden social y suelen presentarse como estructuras más dinámicas que las formales (Giner & Gil, 2014).

Esquema 2. Estructura informal de las organizaciones




Fuente: Estructura organizacional, tipos de organización y organigramas (Vásquez, 2012).

Como se observa en el esquema 2, las estructuras informales se llega a integrar a partir de las relaciones entre las personas de acuerdo a una mezcla de factores que llegan a formar grupos informales que se presentan verbalmente y de manera pública (Vásquez, 2012).

Mientras que para Mintzberg (2003), en el proceso de búsqueda de la mejor forma de organización se han llegado a establecer cuatro tipos de estructuras, estas son: lineal, matricial, circular por departamentalización e híbrida.

Lineal, también se la conoce como estructura simple y se caracteriza debido a que es utilizada generalmente por pequeñas empresas que generan uno o pocos productos dentro de un campo específico del mercado, frecuentemente en este tipo de organización el dueño y el gerente de la empresa es la misma persona.

Las ventajas que presenta esta estructura es el hecho de que permite que sea rápida, flexible, de mantenimiento de bajo costo y contabilidad clara; la relación entre superiores y subordinados es cercana y la toma de decisiones es de manera ágil (Aguer & Pérez, 2010).

Matricial, Se trata de una estructura en la que especialistas de diferentes partes de la organización se unen para trabajar en proyectos específicos. Suele responderse ante dos superiores en vez de uno, una doble autoridad, la autoridad de línea (habitual) y la autoridad de proyecto (específica), para evitar doble mando el director de proyecto suele responder ante el director general.

Entre las ventajas de esta estructura se encuentran las siguientes: permite reunir varios expertos en un equipo; ayuda a mitigar los posibles conflictos entre los objetivos generados en las diferentes áreas (Aguer & Pérez, 2010)

Circular, en este tipo de estructura los niveles de autoridad son presentados en círculos concéntricos formados a partir de un cuadro central, el cual corresponde a la autoridad máxima de la empresa y creando a su alrededor círculos que se constituyen en los niveles de organización.

Híbrida, es este tipo de estructura se reúne características importantes de las demás, puede realizarse a partir de un enfoque múltiple, debido a que utiliza al mismo tiempo criterios de productos y función o producto y geografía.

## Estructura orgánica empresarial de las empresas de la provincia de El Oro

El análisis de la estructura organizacional se enmarca dentro de la Teoría de la Contingencia Estructural, la cual surge para mostrar, a partir de diferentes investigaciones, que no existe una única forma de estructuración, pues la división del trabajo y su coordinación, dependerán de diversos factores y de las condiciones situacionales en las cuales la organización opera (Marín, 2012).

Las empresas de la provincia de El Oro deben presentar su estructura administrativa donde debe detallarse la vinculación, comunicación, mecanismos y procedimientos que relacionan al gremio de personas que están relacionados con objetivos laborales en común. "La estructura es la base fundamental de la empresa donde se realiza las divisiones de las actividades para formar departamentos y posteriormente definir la autoridad con la finalidad de alcanzar los objetivos pero también todo lo que surge de manera espontánea de la interacción entre los integrantes" (Rojas, 2012, 17).

Todo colaborador o empleador tiene establecido su cargo que le permite ejercer sus actividades, por lo tanto existe una estructuración jerárquica y para que esta estructura administrativa funcione se deben establecer organigramas.

Se puede establecer la estructura organizacional de las empresas de la provincia de El Oro en cuanto a su clasificación. De esta manera, conociendo que casi el 89% de las empresas son MiPymes, se pueden mencionar las principales características de estas en cuanto a su estructura organizacional.

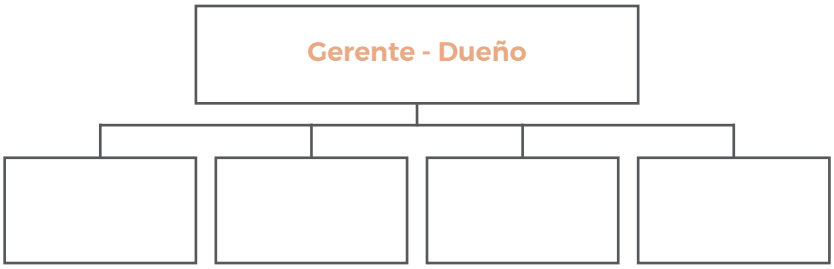
## Estructura organizacional de las microempresas en la provincia de El Oro

De acuerdo a un estudio realizado por la Universidad Andina Simón Bolívar (2014), denominado "Observatorio de la Pyme", las microempresas de la provincia de El Oro que representan aproximadamente el 89% de las empresas, presentan las siguientes características:

- Escaso nivel de especialización, por lo tanto no hay un adecuado desarrollo en la división del trabajo.
- Pocas diferencias por niveles jerárquicos
- Los mandos intermedios son pequeños o no existen.
- Poder centrado en la gerencia – dueño
- Toma de decisiones centralizadas.

Generalmente estas decisiones al depender de una sola persona se centran en la planificación y estrategia a utilizar por la microempresa, las finanzas y la contabilidad, en lo referente al aspecto legal, a las decisiones sobre publicidad y ventas, servicio al cliente, recursos humanos, entre otros, su forma sería como se muestra en l figura 7.

Figura 7: Estructura organizacional microempresas



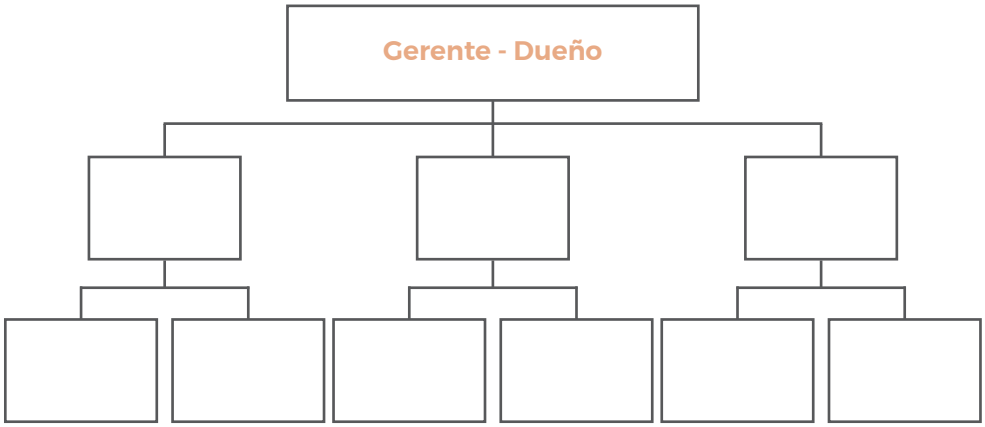

## Estructura organizacional de las pequeñas y medianas empresas en la provincia de El Oro

De acuerdo al "Observatorio de la Pyme" (2014), representan aproximadamente el 10% de las empresas en la provincia de El Oro, y presentan las siguientes características:

- El trabajo ya aparece dividido
- Los trabajadores ya reconocen cuales son las tareas que tienen asignadas.
- Se hace evidente la especialización
- La toma de decisiones se reparte entre los diferentes niveles presentes en la estructura orgánica.

Estas empresas presentan una estructura organizativa como la que se muestra en la figura 8, donde existen mandos medios que coordinan funciones y son el enlace entre el gerente y el personal del nivel inferior, estas estructuras son más complejas que las mostradas en el figura 7.

Figura 8. Estructura organizacional pequeñas y medianas empresas




## Estructura organizacional de las grandes empresas en la provincia de El Oro

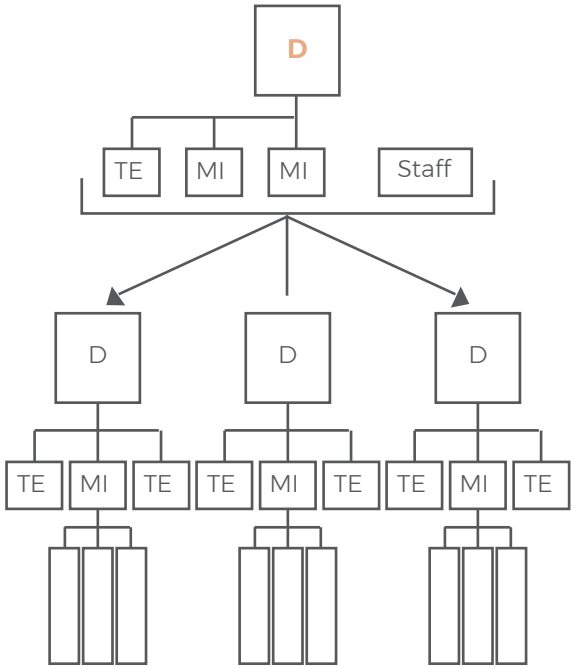
De acuerdo al "Observatorio de la Pyme" (2014), las grandes empresas de la provincia de El Oro, representan menos del 1% del total de empresas de la provincia de El Oro. Su estructura organizacional presentan las siguientes características, ver figura 9.

- Conjunto de divisiones integradas en estructura organi-

zativa que llega a centralizar a las demás.

- Cada división puede llegar a funcionar como una unidad independiente.
- Existe delegación de funciones.

Figura 9. Estructura organizacional grandes empresas




Se puede evidenciar, entonces, que en la medida que el tamaño de las empresas va cambiando también va cambiando su estructura organizativa, sin importar de forma significativa el ramo de actividad al que la empresa se dedique. Las más grandes tienen estructuras más complejas, pero también son la de menor número en la zona, mientras que las que poseen una estructura más sencilla son las más numerosas del sector empresarial de la Provincia,

## Conclusiones

Para las empresas es indispensable una estructura organizacional que les permita crecer y ser rentables. El diseño de una estructura organizacional adecuada a su realidad empresarial contribuye al nivel jerárquico a identificar el talento que necesita ser añadido a la empresa. La planificación de la estructura asegura que haya suficientes recursos humanos dentro de la empresa para lograr las metas establecidas por las empresas. También es importante que las responsabilidades estén claramente definidas. Cada persona tiene una descripción de las funciones de su trabajo y cada trabajo ocupa su propia posición en el organigrama de la empresa.

En si la provincia de El Oro cuanta con Pymes que les permite lograr la fácil realización de las actividades de los sectores y coordinar su funcionamiento. Es decir, que gracias a una estructura empresarial se permite llevar el orden de responsabilidad y funcionamiento. Pero es importante mencionar que su estructura organizacional es simple, con poca especialización y escaso nivel jerárquico.

En el estudio analizado resaltan la importancia de las dinámicas y las actividades económicas, más allá de la evolución general de la economía provincial y nacional. Su evolución muestra una diferencia entre la parte alta, donde la minería y la ganadería presentan una situación de estabilidad, mientras que en y la parte baja, en la que se ha producido un desarrollo del comercio y la producción de camarón, mientras que el banano permanecería estable.

## Referencia bibliográfica


Agencia de Regulación y Control Minero. (2013). *Proyecto de seguimiento, control y evaluación de labores mineras en el distrito Zaruma - Portovelo*. Quito.

Aguer, M., & Pérez, E. (2010). *Manual de administración y dirección de empresas: Teoría y ejercicios resueltos.* México: Editorial Universitaria Ramon Areces.

Gil, M. (2007). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa: conceptos e instrumentos*. España: ESIC Editorial.

Giner, F., & Gil, M. (2014). *La organización de empresas: Hacia un modelo de futuro. España:* ESIC Editorial.

Hibert, A. (2009). *Estructura organizacional*. México: Universidad Metropolitana de Monterrey.

Hitt, M., & Pérez, M. (2006). *Administración*. México: Prentice Hall.

Instituto Nacional de Estadisticas y Censos. (2016). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/directorio-deempresas/

Marín, D. (2012). Estructura organizacional y sus parámetros de diseño: análisis descriptivo en pymes industriales de Bogotá. *Estudios Gerenciales*, 28(123), 43-63. Obtenido de http://www.redalyc.org/pdf/212/21224852003.pdf

Mintzberg, H. (2003). *Diseño de organizaciones eficientes*. México: El Ateneo.

Organización de las Naciones Unidas. (2009). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU)*. ONU.

Pareja, M. (2014). *Temas de empresa*. España: Editorial Edinumen.

Pertuz, R. (2013). Estudio de los tipos de estructura organizacional de los institutos universitarios venezolanos. REDIE. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 15, 53-67. Obtenido de http://www.redalyc.org/pdf/155/15529662004.pdf

*Plan estrategico de desarrollo de la Provincia de El Oro*. (2013). Obtenido de Plan estrategico de desarrollo de la Provincia de El Oro:

http://www.eloro.gob.ec/wp-content/uploads/2013/12/diagso-cprov.pdf

Publicaciones Vértice. (2007). *Estructuras Organizativas*. España: Publicaciones Vértice.

Rodríguez, A., Díaz, F., Fuertes, F., Martín, M., Montalbán, M., Sánchez, E., & Zarco, V. (2004). *Psicología de las organizaciones*. España: Editorial UOC.

Rojas, C. V. (10 de Octubre de 2012). GESTIOPOLIS. Recuperado el 24 de julio de 2017, de https://www.gestiopolis.com/estructura-organizacional-tipos-organizacion-organigramas/

Segura, J., & Toledo, L. (2003). Tamaño, estructura y coste de financiación de las empresas manufactureras españolas. *Investigaciones Económicas*, 27(1), 39-69. Obtenido de http://www.redalyc.org/pdf/173/17327102.pdf

Universidad Andina Simon Bolivar. (2014). *Observatorio de la Pyme*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.

Vásquez, C. (23 de Octubre de 2012). *Estructura organizacional, tipos de organización y organigramas* . Obtenido de Gestiopolis: https://www.gestiopolis.com/estructura-organizacional-tipos-organizacion-organigramas/

# 04 Capítulo Estructura financiera del sector empresarial de la Provincia de El Oro

Flor Vega Jaramillo; Lenny Capa Benítez; Andrea Vega Granda

En el contexto en que se desenvuelven las empresas en la actualidad la gestión financiera ocupa un lugar fundamental en la toma de decisiones referente a su estructura de capital. Este constituye un tema sobre el cual existe una gran polémica entre los estudiosos e investigadores; determinar cuál es la combinación óptima de recursos propios y ajenos que generan un mayor valor de empresa.

La presente investigación se desarrolla en el sector empresarial de la provincia de El Oro particularizado en las pequeñas y medianas empresas ubicadas en el Cantón Machala. Su objetivo está centrado en el estudio de su estructura de capital, a partir del análisis de las alternativas para obtención

**Flor Vega Jaramillo:** Economista con Mención en Gestión Empresarial de la Universidad Técnica de Machala. Diploma Superior en Tributación y Magister en Tributación y Finanzas de la Universidad de Guayaquil. Doctoranda en Ciencias Económicas en la Universidad del Zulia – Venezuela. Docente titular de la Universidad Técnica de Machala.

**Lenny Capa Benítez:** Doctora de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Profesora de UTMACH y UMET, Evaluadora de Posgrado en la UTPL, con experiencia profesional en costos de producción. Área de investigación: metodología de costos con enfoque ambiental y producción sostenible.

**Andrea Vega Granda:** Economista con Mención en Gestión Empresarial de la Universidad Técnica de Machala. Especialista en Tributación de la Universidad Técnica de Machala. Magíster en Finanzas y Economía Empresarial de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Técnica Docente para la Educación Superior 2.

de fondos de financiación. Para su desarrollo se aplicaron métodos de tipo teórico y empírico, que le otorgan determinado rigor a los análisis y resultados obtenidos. Como resultado fundamental que las empresas poseen un bajo nivel de endeudamiento, las cuales tienen como fuentes principales a los proveedores y a los agentes de la economía informal; así como, que existe un bajo porcentaje de endeudamiento de las empresas determinado básicamente por el uso de las diferentes fuentes de financiamiento.

La estructura financiera de las empresas es un tema que ha sido tratado por varios autores a lo largo de los años, estos han intentado explicar de diversas maneras cuales son las variables y factores que llegan a incidir en ella, ya sea a partir de explicaciones apegadas a la teoría o través del análisis empírico. Hace más de cincuenta años, dos economistas expusieron sus posiciones sobre el valor de la empresa, estos autores fueron Franco Modigliani y Merton Miller.

El teorema Modigliani – Miller, forma parte importante del pensamiento académico moderno sobre la estructura financiera de la empresa, esta teoría menciona que el valor de una compañía no se ve comprometido por la forma en que esta se financia en ausencia de impuestos, costes de quiebra y asimetrías en la información de los agentes; por lo tanto se mostraba opuesta al punto de vista tradicional, el teorema establece que es indiferente que la empresa logre el capital necesario para su correcto funcionamiento acudiendo a sus accionistas o emitiendo deuda. También se mostraba indiferente a la política de dividendos, ante esto Miller indicaba lo siguiente: No importa cómo se reparta la financiación de una empresa, sino aquello que se está financiando (Insa, 2015).

Considerando el hecho de que los mercados son imperfectos surgen tres teorías: teorías de la irrelevancia de Miller (1977), teoría del trade-off (balance de los costos y beneficios) y la teoría del pecking order (jerarquía de preferencias), donde se pretende involucrar las deficiencias del mercado como los impuestos de las personas físicas, los costos referentes a las dificultades financieras, los costos de agencia y la información asimétrica (Rivera, 2007).

Para la teoría del trade – off, la estructura financiera es entendida como un conjunto de contratos pero de carácter financiero, es decir las relaciones que se llevan a cabo con los inversores de la empresa, tanto accionistas como prestamistas; también se consideran los conflictos que se generan como consecuencia de la separación entre la propiedad y el control de las organizaciones (Montoya, 2015).

Con respecto a la teoría de la jerarquía de las preferencias, esta se refiere al hecho que los directivos eligen la estructura financiera, de acuerdo a como valore el mercado las diferentes opciones de financiación y la que resulte menos costosa, es decir, no basan las decisiones en escoger una estructura óptima de capital sino que deciden de acuerdo a las oportunidades de inversión y también de acuerdo a los ingresos que fueron obtenidos en el pasado.

Los estudios iniciales mencionaban que si se hace un uso adecuado de la deuda llegan a disminuir los costos de capital y aumenta la rentabilidad para los accionistas y por ende se experimenta un aumento de valor para la empresa; pero si por el contrario la deuda va más allá de un uso adecuado, aumenta el riesgo de insolvencia y de esta manera los inversionistas y/o accionistas exigen un mayor rendimiento por las inversiones, aumentando el costo de capital y disminuyendo el valor de la empresa (Carretero y otros, 2013).

Con respecto a las teorías modernas, para Coutiño y otros (2013), la estructura financiera, recoge los distintos recursos financieros que en un momento determinado se encuentran siendo utilizados por la unidad económica, la clasificación de estos recursos pueden realizarse atendiendo a su origen (interna o propia, y externa o ajena), o bien se encuentra atendiendo al tiempo durante el cual se encuentran disponibles para la venta (corto o largo plazo).

Para (Galindo, 2000), la estructura financiera también es conocida como estructura de capital o de pasivo, es la composición del pasivo, expresándolo en forma más concreta, el ratio de endeudamiento. Las decisiones relacionadas con la estructura financiera de las empresas tienen importantes

consecuencias para el futuro de las organizaciones. Esto se debe a que, como lo menciona (Morales J. , 2011), la estructura financiera es la manera en que las empresas combinan deudas y capital contable para financiar la adquisición de sus activos, considerando las restricciones que los accionistas llegan a imponer en lo que respecta a la utilización de esos fondos.

Por lo tanto las empresas decidirán financiar sus posibles inversiones combinando recursos propios y ajenos, considerando el nivel de endeudamiento en ese momento; si se encuentra por debajo del nivel óptimo, se manifestará una tendencia a emplear una mayor proporción de recursos ajenos, mientras que por el contrario si se encuentra por encima del ideal, utilizará los recursos propios (Montoya, 2015).

Es importante reconocer que la estructura financiera se encuentra asociada a la misma empresa e integrada a su actividad comercial y financiera: en sus actividades operativas y financiamiento, en su organización, búsqueda de rentabilidad y búsqueda de sus objetivos. (Córdoba, 2012). Además se encuentra conformada por las inversiones y las fuentes de financiamiento que utiliza. En el caso de las inversiones se encuentra integrada por los activos que posee para trabajar y se encuentran al lado izquierdo del balance, los activos se clasifican en activos de corto plazo y activos de largo plazo. (Morales y Morales, 2014)

Tanto los prestamistas como los inversionistas exigen a las empresas una rentabilidad que se encuentre acorde al riesgo que se asume, razón por la cual los directivos tienen la obligación de velar por la magnitud relativa (obligaciones y derechos) de los diversos fondos y considerar su origen (Chávez, 2003). Bajo este contexto, como indicadores de la estructura financiera son utilizados cuatro ratios: el endeudamiento total, las deudas a largo plazo, las deudas comerciales y las provisiones para riesgos y gastos. Son utilizados para evitar la repetición parcial de información que pudiera influir negativamente en el análisis. (De los Ríos, 2001)

Los ratios de endeudamiento sirven para analizar la cantidad y calidad de la deuda, así como también permite analizar la estructura financiera de la empresa. El ratio de endeudamiento total permite medir la relación entre el capital ajeno y el propio de la empresa; la estructura de los recursos de financiación puede ser muy variable dependiendo del sector y de la propia empresa (Cuenca, 2014).

## Factores determinantes de la estructura financiera de la empresa

Los factores que influyen en la estructura financiera de las empresas varían en dependencia de múltiples factores enclavados en su medio interno y externo. Un estudio desarrollado por Navarrete y Sansores (2010), en Quintana Roo, México, demuestran que dicha estructura está directamente relacionada con la edad y tamaño de la empresa. Por su parte, Moscoso (2014), afirma que entre los factores determinantes de la estructura financiera de una organización y que influyen en las empresas a la hora de tomar decisiones de financiación se encuentran:

Sector de la actividad empresarial: La actividad económica de los países, puede ser dividida en una serie de sectores que se encuentran en función de las características o comportamientos. Se distinguen el sector primario (extracción de los recursos naturales), secundario (actividades industriales) y terciario (servicios). Se destaca la importancia de pertenecer a uno u otro grupo debido a que los beneficios obtenidos entre ellos son muy diferentes así como también los riesgos asumidos.

Tamaño de la empresa: Debido al sector en el que se encuentra la empresa, será de menor o mayor tamaño. Generalmente las empresas se clasifican en 4 grupos de acuerdo al tamaño: microempresas, pequeñas, medianas y grandes empresas. También hay varias características que determinan su pertenencia a uno u otro grupo.

Costo de la deuda: Existen diferentes fuentes de financiamiento para llevar a cabo los proyectos de inversión y cada una posee un costo determinado. Por tanto, se considera que el costo de la deuda de la empresa es la media de los costos de las diferentes fuentes teniendo en cuenta el volumen de la deuda.

Beneficios fiscales que no se relacionan con la deuda: De acuerdo a la teoría de Angelo y Masulis (1980), las empresas que poseen mayores deducciones fiscales, sin tener en cuenta las que implica la deuda, estarán menos endeudadas.

Estructura de la propiedad: De acuerdo a esta clasificación, se puede diferenciar entre empresas en las cuales la propiedad del capital se encuentra concentrada, o en aquella que existe una relevante separación entre la propiedad y el control de las decisiones directivas.

En todo este proceso desempeña un papel esencial las exigencias de calidad de la información financiera, tanto interna y externa, para la formulación de las políticas financieras de la empresa, la planeación y preparación de pronósticos financieros, para determinar la tasa de crecimiento de las ventas y jerarquizar las oportunidades de inversión, lo que constituye una fuente de decisión para invertir y definir qué fuente de financiación es más conveniente para la empresa. (Mariño y Medina, 2009)

En correspondencia, de acuerdo con Moreno (2014), la información financiera debe reunir las características siguientes:

Confiabilidad: La información financiera posee esta cualidad cuando su contenido es congruente con las transacciones, transformaciones internas y eventos; el usuario general la utiliza para tomar decisiones basándose en ella. Para ser confiable la información financiera debe: Reflejar en su contenido, transacciones, transformaciones internas y otros eventos realmente sucedidos; tener concordancia entre su contenido; objetividad; y verificabilidad. La confiabilidad: tiene características asociadas que son: veracidad, representatividad, objetividad, verificabilidad e información suficiente.

Relevancia: La información financiera posee esta cualidad cuando influye en la toma de decisiones económicas de quienes la utilizan. Para que la información sea relevante debe: a) servir de base en la elaboración de predicciones y en su confirmación (posibilidad de predicción y confirmación) y b) mostrar los aspectos más significativos de la entidad reconocidos contablemente (importancia relativa). La relevancia tiene características asociadas con la posibilidad de predicción y confirmación, y con la importancia relativa en atención a aspectos cuantitativos o monto de la partida y en atención a aspectos cualitativos.

Comprensibilidad: Una cualidad esencial de la información proporcionada en los estados financieros es que facilite su entendimiento a los usuarios generales. La información acerca de temas complejos que sea relevante no debe quedar excluida de los estados financieros o de sus notas, solo porque sea difícil su comprensión, en este caso dicha información debe complementarse con una revelación apropiada a través de notas para facilitar su entendimiento.

Comparabilidad: Para que la información financiera sea comparable debe permitir a los usuarios generales identificar y analizar las diferencias y similitudes con la información de la misma entidad y con la de otras entidades, a lo largo del tiempo.

En la actualidad las finanzas constituyen una parte esencial de la gestión empresarial, su presencia se hace notar no solo en la planeación y preparación de pronósticos financieros sino, en la determinación de la tasa de crecimiento de las ventas y jerarquización de las oportunidades de inversión, en el análisis de las necesidades de fondos de la empresa y de su situación financiera, de la rentabilidad, entre otras.

## Sistema financiero del Ecuador

La forma de organización de los sistemas financieros depende principalmente del nivel de desarrollo económico y del tipo de regulaciones que se apliquen en cada país. El mercado financiero está constituido por los canales de interrelación entre oferta y demanda de fondos. En forma muy general, existen dos tipos de organización: el sistema con énfasis en el mercado de capitales y el de banca universal. En el primero, las empresas obtienen la mayor parte de su financiamiento, a través del mercado de capitales. En el segundo, los bancos comerciales juegan un papel mucho más importante en todas las etapas del proceso de inversión corporativa.

En Ecuador, el sistema financiero se compone de instituciones financieras privadas (bancos, sociedades financieras, cooperativas y mutualistas) y públicas (BanEcuador B.P., Banco Ecuatoriano de la Vivienda, Corporación Financiera Nacional; Banco del Estado; Banco Central de Ecuador; Banco del Instituto Ecuatoriano de la Seguridad Social); instituciones de servicios (almacenes generales de depósito, arrendadoras financieras, casas de cambio, tarjetas de crédito y empresas de factoraje, entre otras), compañías de seguros y compañías auxiliares. (Pavón, 2016)

El sistema que predomina es el de banca universal, siendo el desarrollo del mercado de valores bastante limitado. Dentro del sistema financiero privado ecuatoriano existen las instituciones financieras propiamente dichas y las instituciones de servicios financieros. Las instituciones financieras privadas se clasifican en bancos, sociedades financieras, mutualistas y cooperativas de ahorro y crédito" (Lafuente y Valle, 1997).

En los últimos años se han producido cambios en las políticas de financiamiento a las PyMEs en el país, y a partir del año 2014 el gobierno decidió estimular el crédito productivo, brindándoles la garantía necesaria que solicitan las entidades financieras. (Behr, 2015)

## Estructura financiera de las empresas de la provincia de El Oro

Las actividades económicas más representativas de la provincia de El Oro lo son: agricultura y acuacultura, ganadería, producción avícola, minería, industria manufacturera, artesanía, comercio, turismo; que han contribuido a la formación de sociedades y compañías, y que forman parte del desarrollo económico de la provincia.

La estructura financiera debe guardar un cierto equilibrio con respecto a la estructura económica en la forma de cómo se destinan los recursos. Este equilibrio actúa por el Fondo de Rotación o Fondo de Maniobra, que se define como el sobrante de los capitales permanentes dando así al patrimonio neto más el pasivo no corriente menos el activo no corriente, este fondo procede a un indicador de la capacidad financiera que tiene la empresa a largo plazo. El fondo de maniobra debe ser positivo, si no lo fuera, se daría la circunstancia de que el activo no corriente estaría siendo financiado con pasivo corriente, lo cual aumenta las probabilidades de tener problemas de solvencia a corto plazo (Amat, 2008)

La combinación de la estructura financiera de una empresa necesita tanto del costo de recursos financieros y de los riesgos que está dispuesta a admitir la empresa, hacia donde se destinan los recursos para que así exista un intercambio entre la naturaleza en que se da el recurso financiero y la de la inversión con que esta se financia (Molina, Nole y Pérez, 2015).

## Tipología

Existe diversidad de criterios para definir y clasificar a las empresas como micro, pequeñas, medianas y grandes, estos criterios son diferentes de acuerdo al país o entidad que las define y clasifica, por lo general se consideran una serie de aspectos como los que se describen a continuación:

- El número de trabajadores que emplean.
- Tipo de producto.
- Inversión en bienes de producción por persona ocupada.
- El volumen de producción o de ventas.
- Trabajo personal de socios o de directores.
- Separación de funciones básicas de producción, personal, financieras y ventas dentro de la empresa.
- Ubicación o localización.
- Nivel de tecnología de producción.
- Orientación de mercados.
- El valor del capital invertido.
- El consumo de energía.

Organismos internacionales también ha realizado sus clasificaciones para definir a las microempresas, entre los que se encuentran los siguientes:

Tabla 1. Clasificación Pymes

| Institución | Tamaño de la empresa | Número de trabajadores |
|---|---|---|
| Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE) | Pequeña | De 50 a 250 |
| | Mediana | De 250 a 1000 |
| Small Business Administration (SBA) | Pequeña | Hasta 250 |
| | Mediana | De 250 a 500 |
| Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) | Pequeña | Entre 5 y 49 |
| | Mediana | De 50 a 250 |

Fuente: Caracterización e importancia de las Mipymes en Latinoamérica: Un estudio comparativo, (Saavedra & Hernández, 2008).

En el Ecuador la clasificación de micro, pequeña, mediana y grande empresa se realiza de acuerdo al volumen de las ventas, capital social, cantidad de trabajadores, nivel de producción. Por lo general se considera el volumen de ventas y el personal ocupado, el detalle de la clasificación se muestra en la siguiente tabla:

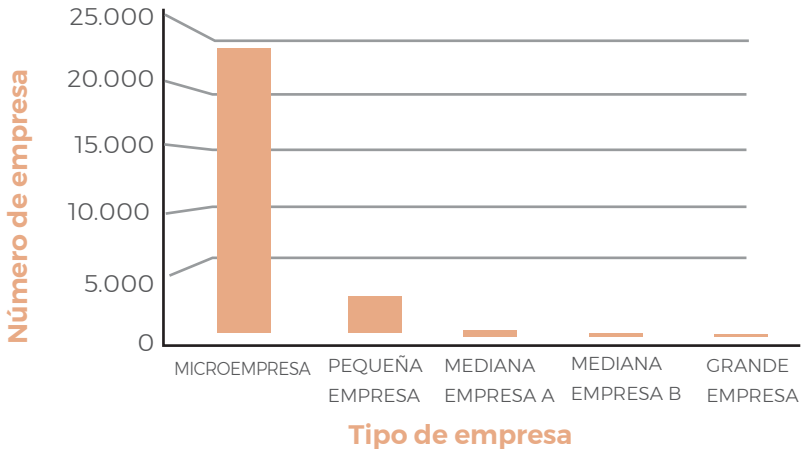
Tabla 2. Clasificación de las micro, pequeñas y medianas empresas

| Clasificación de las empresas | Volúmenes de ventas anuales (USD) | Personal ocupado |
|---|---|---|
| Micro empresa | Menor a 100.000 | 1 a 9 |
| Pequeña empresa | De 100.001 a 1´000.000 | 10 a 49 |
| Mediana empresa "A" | De 1´000.001 a 2´000.000 | 50 a 99 |
| Mediana empresa "B" | De 2´000.001 a 5´000.000 | 100 a 199 |
| Grande empresa | De 5´000.001 en adelante | 200 en adelante |

Fuente: Directorio de Empresas 2015. Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos

Específicamente en la Provincia de El Oro en base a las características mencionadas, las empresas en número se encuentran ubicadas en las siguientes categorías, como se muestra en el Gráfico 1.

Gráfico 1. Empresas de la Provincia de El Oro




Fuente: Directorio de Empresas 2015. Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos

Como un subsistema del conglomerado de empresas de la provincia se encuentra las pertenecientes al sector bananero. El banano es el primer producto de exportación no petrolero del país desde el año 2003. Al cierre del año 2014 las exportaciones se ubicaron en USD 2.522,7 millones FOB, de acuerdo al Banco Central del Ecuador, cifra mayor en un 31,43% con relación al 2009.

A partir del año 2014 la economía de la Provincia de El Oro comenzó un proceso de dinamización que continúa hasta hoy, con un efecto multiplicador, generando nuevas fuentes de empleo, la creación y producción de productos y servicios locales así como, la consolidación de grandes empresas con un impacto en el desarrollo del territorio y en el mejoramiento de la vida de los ciudadanos. La provincia se caracteriza por su intensa producción bananera, cultivo favorecido por las excelentes condiciones climáticas y ecológicas de la llanura occidental de la provincia. Las principales áreas de cultivo están situadas en los cantones Machala, Pasaje, Santa Rosa y Arenillas.

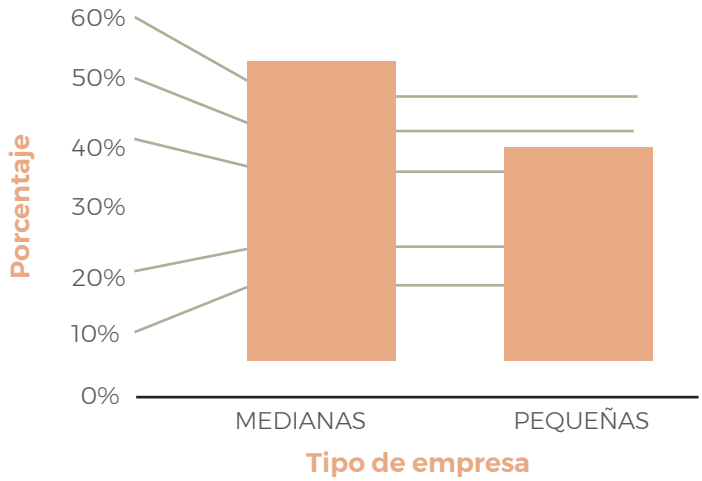
La mayor concentración de estas empresas se encuentran en Machala, siendo la capital de la provincia y el sép¬timo cantón del país con mayor participación en su PIB, con alrededor de USD 1.800 millones, a través de sus principales actividades productivas: comercio (USD 396 millones), agricultura, ganadería y pesca (USD 320 millones), y construcción (USD 285 millones). Se destacan otras actividades como la manufactura, el transporte el turismo y las telecomunicaciones. Sus principales productos destinados a la exportación son el banano y camarón (GPA, 2014).

Para el desarrollo de la investigación se tomó una muestra de 59 PyMEs. Para su selección se tomó como referente la información emitida por (INEC, 2015), que reportan haber entregado sus estados financieros certificados, tal y como exige la legislación. Para la obtención de los datos se utilizó un cuestionario cuyo diseño se estructuró en cinco variables: datos generales de la empresa, información general acerca del endeudamiento, causas del endeudamiento, índice de endeudamiento y fuentes de financiación.

Estas variables a su vez contienen diversos ítems que deben ser valorados por los encuestados. En este caso las encuestas fueron aplicadas a 59 directivos de las empresas seleccionadas, con competencias sobre el tema en cuestión y sobre el funcionamiento de la empresa. Algunos de los ítems de la encuesta consideran preguntas abiertas, a través de las cuales se pudo obtener un mayor volumen de información a los efectos de la investigación.

También se realizó una entrevista no estructurada cuyo objetivo fundamental fue obtener información de los sujetos informantes claves que poseen conocimiento en el tema de endeudamiento empresarial, el papel que desempeña en el funcionamiento efectivo de la organización y su impacto en los niveles de rendimiento. Derivado de la aplicación de ambos instrumentos y del análisis documental, este último basado fundamentalmente en la información que ofrece el INEC concerniente a la legalidad del funcionamiento de estas empresas, se obtuvieron los resultados que se muestran a continuación. La composición de las empresas de acuerdo a su tamaño el 43% son pequeñas y el 57% son medianas, tal como se muestra en el Gráfico 2.

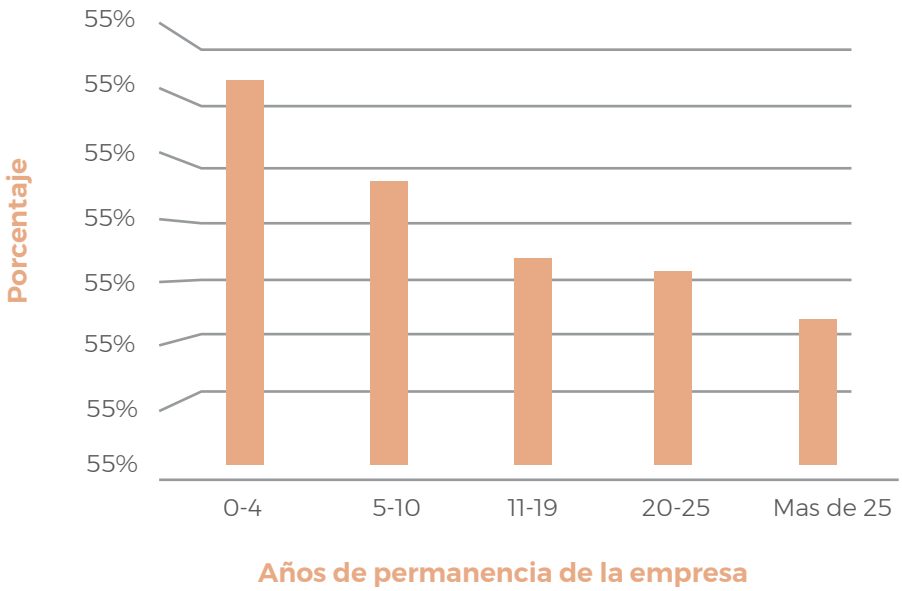
Gráfico 2. Composición de las empresas de acuerdo a su tamaño




Fuente: Encuestas realizadas a las Pymes de la provincia de El Oro

El criterio de permanencia en el mercado o edad empresarial se consideró oportuno incluirlo en el análisis en la selección, porque esta variable permite obtener una información más real acerca del comportamiento de la estructura de capital relacionado con el nivel de madurez de la empresa en cuestión. En tal sentido el total de la muestra se extrapoló como se muestra en el Gráfico 3.

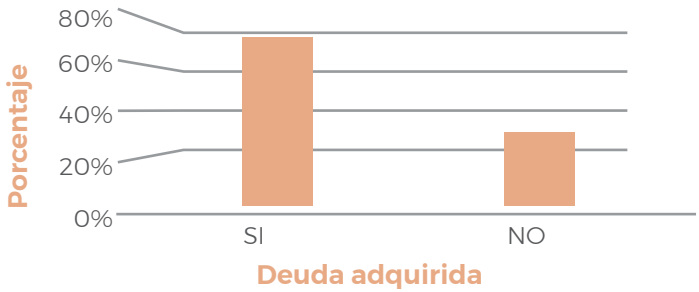
Gráfico 3. Empresas seleccionadas de acuerdo a su permanencia en el mercado




Fuente: Encuestas realizadas a las Pymes de la provincia de El Oro

Como se observa, el 32% de la muestra se ubica en las empresas de menos de cinco años; hoy el mayor número de empresas se ubican en este rango y así se va desagregando en rangos de cinco años aproximadamente. Respecto a la pregunta referida a si han adquirido algún tipo de deuda, el 73% responde afirmativamente y el 37% no aplica la estrategia de endeudamiento para cubrir sus necesidades operacionales, como se muestra en el Gráfico 4.

Gráfico 4. Empresas que han adquirido deudas como forma de financiamiento

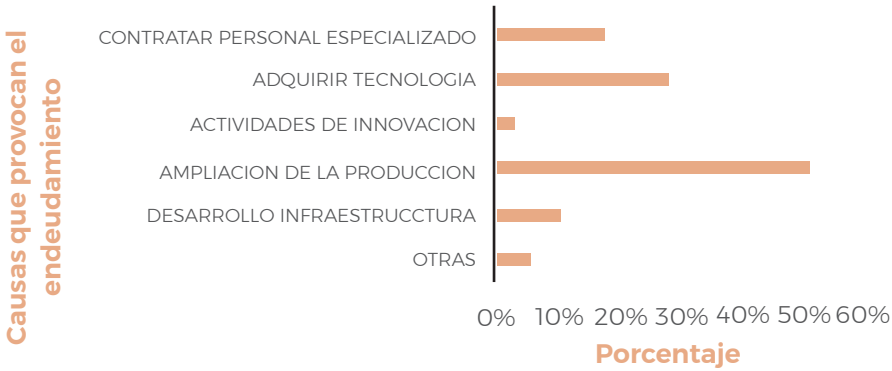



Fuente: Encuestas realizadas a las Pymes de la provincia de El Oro

De igual manera se pudo conocer que existe un predominio en las medianas empresas en aplicar la estrategia de endeudamiento, como forma de obtención de los recursos para sus operaciones. Las pequeñas empresas en cambio, en su mayoría no asumen el endeudamiento como una alternativa. Así mismo, son las empresas de menor edad las que utilizan el endeudamiento como una vía de acceso a los recursos que necesitan para su funcionamiento.

En otro aspecto que se pudo profundizar, es referido a las causas que provocan que los empresarios recurran al endeudamiento. En tal sentido según se muestra en el Gráfico 5.

Gráfico 5. Causas del endeudamiento de las empresas




Fuente: Encuestas realizadas a las Pymes de la provincia de El Oro

Hoy las empresas se mueven en un entorno muy dinámico, que exige un alto nivel de flexibilidad en sus operaciones, para poder sortear las dificultades que tienden a obstaculizar su sostenibilidad y crecimiento, así como el desarrollo de una gestión exitosa de los limitados recursos que disponen en los diferentes ámbitos de la empresa (Vera, Melgarejo y Mora, 2014). Esta realidad tiene una incidencia directa en la proyección de su estrategia para mantener los altos niveles de exigencia del mercado.

En tal sentido según los resultados de la encuesta, la razón fundamental que predomina en las empresas estudiadas para asumir la deuda es la ampliación de la producción con un 48%, seguida de la adquisición de tecnología con un 27%, y la contratación de personal especializado con un 12%.

Considerando que la provincia de El Oro tiene gran importancia agrícola, y que un número considerable de empresas se encuentran relacionadas con ese sector; el incremento y la ampliación de la producción, según los resultados de la entrevista, es una necesidad de las empresas teniendo en cuenta que se viene produciendo un incremento sistemático de la demanda de banano (principal producto agrícola de la provincia, tanto nacional como la destinada a la exportación, partiendo del hecho que el banano constituye un alimento básico de acuerdo a la FAO y dada su amplia comercialización en el mercado local además, estos incrementos en la producción demandan incrementos en el capital de trabajo del cual no disponen.

Alegan también que el crecimiento de la demanda constituye una oportunidad para invertir que no pueden desaprovechar y mejorar su cartera de producción representa una fuente de ventaja competitiva para continuar desarrollándose en el mercado.

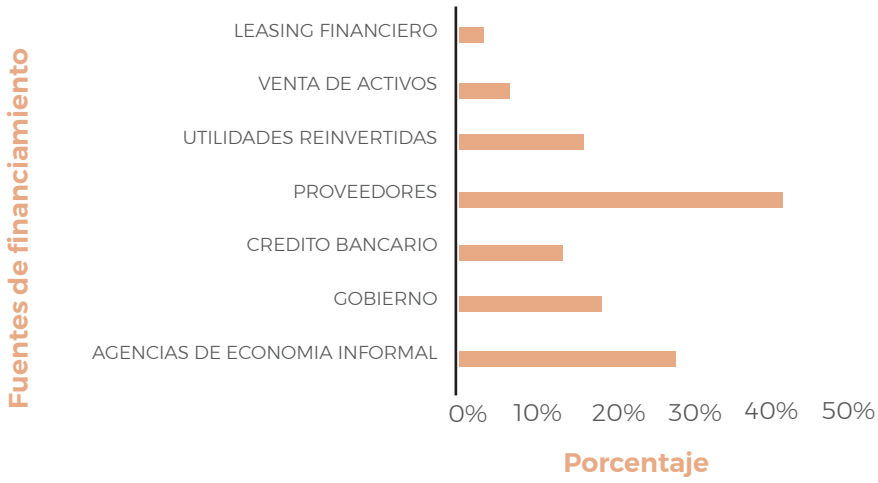
En cuanto a la adquisición de tecnología, en las empresas existe la necesidad de innovar y modernizar, aunque lamentablemente las pequeñas y medianas empresas no tienen el capital necesario para hacerlo. En cuanto a las empresas relacionadas con el cultivo de banano, ven la necesidad de incrementar los rendimientos por hectárea.

Los niveles de productividad dependen de diversos factores y uno de ellos es precisamente el nivel de desarrollo tecnológico lo que le permite aumentar la productividad. Todas las empresas requieren de inversión no solo en la llamada tecnología dura sino, en la capacitación de los recursos humanos que deben operar con ella.

Lo anterior tiene alguna relación con el hecho de que la tercera razón por la que acuden al endeudamiento se relaciona con el capital humano, es decir la contratación de personal especializado pues, las exigencias no solo de la producción sino, de la planificación y control de la producción así lo exigen.

En cuanto al análisis de las distintas fuentes de financiamiento a las fuentes de financiamiento, los resultados se muestran en el Gráfico 6. Es importante recordar que el financiamiento es el suministro y uso eficiente del dinero, líneas de crédito y fondos de diversa índole que se utilizan en la ejecución de un proyecto o para el funcionamiento efectivo de la empresa.

Gráfico 6. Fuentes de financiamiento de las empresas




Fuente: Encuestas realizadas a las Pymes de la provincia de El Oro

Estas fuentes de financiamiento tienen sus ventajas y desventajas por lo que su efecto sobre los resultados de la organización van a depender del momento en que se realice la acción o del nivel de desarrollo del proyecto en cuestión. También es necesario considerar el ciclo de vida de las empresas y las restricciones al acceso del mercado crediticio.

De acuerdo a los resultados de la encuesta, la principal fuente de financiamiento que utilizan las empresas para financiar sus operaciones son los proveedores representados en el 42%. Esta constituye una importante fuente externa, constituye un crédito que confiere el proveedor por concepto de compra de materias primas y mercancías, los que se otorgan de manera informal sin contratos.

Le sigue con un 30% los agentes de la economía informal, estos resultados coinciden con otras investigaciones que revelan que el nivel de endeudamiento con los llamados "chulqueros" (Salazar y Del Carpio, 2015). La separación que actualmente se manifiesta entre la concesión de recursos financieros y la actividad productiva, ha hecho que se dé paso a un sistema de carácter informal, que perjudica a los empresarios y que a pesar de las políticas gubernamentales no se ha podido detener.

Le continúa como tercera fuente de financiamiento la reinversión de utilidades con el 16%. Esta es una de las denominadas fuentes internas, que suele emplearse sobre todo en las empresas de nueva creación. Esto sucede porque los socios deciden que en los primeros años, no repartirán dividendos sino, que los mismos sean reinvertidos en el negocio.

Estas utilidades constituyen una fuente de capital para la expansión, para desarrollar nuevas inversiones, pero también son fuente de ganancias del capital invertido por los propietarios. Por esta razón pueden entrar en contradicción los intereses de la empresa con los de sus socios, lo cual sería un inconveniente, igual que lo sería tener más obligaciones fiscales que utilidades.

Por esta y otras razones los socios exigen un plan bien estructurado centrado en las necesidades de crecimiento del negocio, estableciendo un cronograma bien organizado para realizar las compras necesarias. Este resultado al ser contrastado con la muestra demuestra su veracidad porque como se vio anteriormente la mayor parte de las empresas participantes en la investigación son relativamente jóvenes.

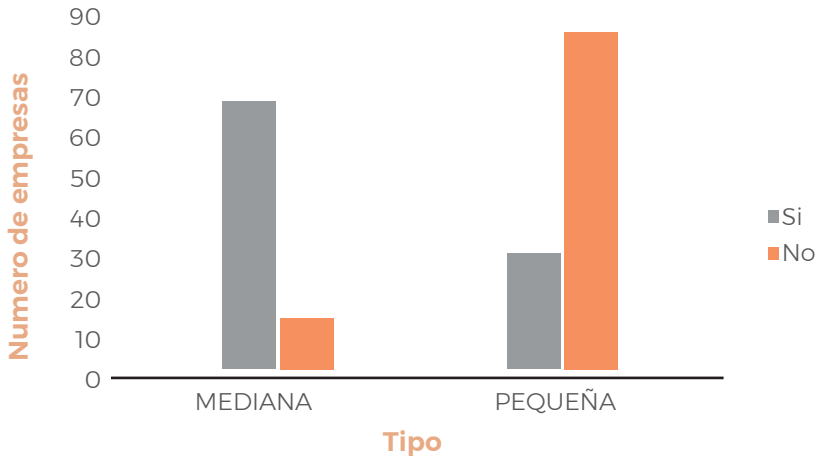
Por lo que es necesario profundizar en las restricciones que enfrentan este tipo de empresa para el acceso al crédito. Es menester señalar que en Ecuador, el acceso al crédito por parte de las PyMES, está sujeto a altas tasas de interés, plazos cortos y estándares de exigencias de garantías elevados. La dureza de estas condiciones es justificada por el alto índice de morosidad que caracteriza al sector, que al ser comparado con el índice de las grandes empresas es relativamente elevado.

De igual manera los entrevistados refieren que las instituciones financieras hacen énfasis en las garantías sin tener en cuenta otros factores que igual son importantes, lo que provoca que muchos emprendedores no puedan desarrollar sus negocios o en el peor de los casos se ven forzados a cerrarlo por sus escasas posibilidades para acceder a fondos de financiamiento.

También fue posible conocer la carencia de conocimientos de los directivos acerca de las diversas vías existentes para obtener financiamiento lo cual limita sus posibilidades de acceso.

Relacionado con esto se constató según se muestra en el Gráfico 7 que en el 64% de los casos, no tienen establecida una política o una estrategia para seleccionar la fuente de financiamiento más conveniente para la empresa, que responsa a sus necesidades particulares y que garantice el adecuado apalancamiento financiero.

Gráfico 7. Empresas con política o estrategia de financiamiento




Fuente: Encuestas realizadas a las Pymes de la provincia de El Oro

Según el Gráfico 7, mayoritariamente las empresas que sí tienen una política o estrategia establecida son la de estructura mediana sin embargo las pequeñas evidentemente no trabajan bajo esta perspectiva, lo cual puede estar repercutiendo en su desempeño empresarial.

Por último se analiza el total de activos financiados con deudas sin incluir a los proveedores, que aquí es la principal fuente de financiamiento. Como se conoce hablando en términos financieros el uso de fuentes externas de financiamiento se le llama apalancamiento financiero, de manera que si tiene un mayor apalancamiento tiene mayor deuda y viceversa.

El porcentaje de apalancamiento de las empresas se encuentra entre el 10 y el 30%. Este bajo porcentaje de endeudamiento está determinado básicamente por el uso de las diferentes fuentes de financiamiento. En este caso el acceso al crédito mediante instituciones financieras por solo citar un ejemplo, es muy bajo por parte de las empresas y dada su situación económico financiera que no es todos los casos resulta ser muy sólida, evitan asumir mayores riesgos que pueda comprometer el futuro de la empresa.

Puede constatarse que las empresas con mayor deuda son las de mayor edad, es decir las que llevan más tiempo en el mercado. Son empresas generalmente más consolidadas, pueden ofrecer una mayor garantía porque tienen determinada capacidad de pago y coincidentemente son aquellas que tienen establecida una política y estrategia referida a su estructura de capital.

Es importante recordar que no solo la actividad económica por sí sola, es un factor independiente para fijar la estructura financiera de la empresa sino, que está íntimamente relacionada con su tamaño. A medida que la empresa es más grande posee más activos, mayor estabilidad en sus flujos de caja, menos asimetrías de información, teniendo la posibilidad de ofrecer en garantías y por tanto tiene mayor capacidad para acceder a diferentes tipos de financiamiento.

Es por eso que generalmente son las grandes empresas las que tiene mayores posibilidades de acceder a financiamientos. En este caso las medianas empresas tienen proporcionalmente mayor acceso que las pequeñas, lo cual no significa que sea alto.

## Conclusiones

Los resultados de la investigación permitieron evidenciar que las empresas estudiadas tiene un bajo nivel de endeudamiento. La fuente fundamental que utilizan como fuente de financiamiento es los proveedores y los agentes de la economía informal, es decir contraen deudas mayormente a corto plazo. Su nivel de endeudamiento se considera bajo. Es sumamente importante conocer el grado de endeudamiento de la empresa, ya que una dependencia excesiva de la deuda puede repercutir muy negativamente, no sólo en los resultados, sino en la propia titularidad de la misma.

El desarrollo de la teoría de la estructura de capital ha permitido evaluar el problema de la financiación empresarial desde diferentes puntos de vista. En un principio con propuestas teóricas en escenarios de mercados perfectos, dando

origen a dos corrientes teóricas contrapuestas, como la teoría de Modigliani y Miller. Dicha teoría apoya la corriente que sostenía que el valor de la empresa dependía de los resultados operativos de la misma.

Resulta importante recordar que de acuerdo a la teoría de Modigliani y Miller, el costo de capital de una empresa no se encuentra afectado por la decisión de su estructura de capital, debido a que este es constante, sin importar el nivel de apalancamiento que esta tenga.

Las empresas necesitan financiamiento que les permita llevar a cabo sus estrategias de operación, inversión y financiamiento, dichas estrategias permiten abrir más mercado en otros lugares geográficos, aumentar la producción, construir o adquirir nuevas plantas, hacer alguna otra inversión que la empresa vea benéfica para sí misma o aprovechar alguna oportunidad que se presente en el mercado. Se reiteran los resultados de otras investigaciones que refieren las dificultades que enfrentan las PyMEs para acceder a las diferentes fuentes de financiamiento y asegurar un desarrollo sostenido y ocupar una mejor posición en el mercado.

## Referencia bibliográficas

*Agenda Territorial* . (Julio de 2011). Obtenido de http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/AGENDA-TERRITORIAL-EL-ORO.pdf

Amat, O. (2008). *Análisis de balances. Claves para elaborar un análisis de las cuentas anuales.* Barcelona: Profit Editorial.

Behr, J. (5 de Noviembre de 2015). *Observatorio PyMEs*. Recuperado el 5 de julio de 2017, de Sistema financiero ecuatoriano y el acceso a financiamiento de la PyMEs: http://uees.me/wp-content/uploads/2016/04/Rev-1-Econom%C3%ADa-y-Pymes-Nov-15.pdf

Carretero, Y., Alarcón, A., & Padrón, A. (2013). La estructura financiera: Método para aumentar la contribución del financiamiento a la eficiencia empresarial. *Strategos*, 6(11), 5-17. Obtenido de http://fondoeditorial.uneg.edu.ve/strategos/numeros/s11/s11_art01.pdf

Chávez, J. (2003). *Finanzas. Teoría aplicada para empresas*. Ecuador: Ediciones Abya - Yala.

Córdoba, M. (2012). *Gestión Financiera*. Colombia: ECOE.

Coutiño, Á., Batz, H., Batz, L., Crocker, E., & Santizo, M. (2013). *Estructura Financiera de la Empresa y Costo de Capital*. Guatemala: Universidad Galileo.

Cuenca, M. (2014). *Análisis del endeudamiento en una empresa cotizada: El caso de Pescanova.* Madrid: Universidad Pontificia Comillas. Obtenido de https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/288/TFG000113.pdf?sequence=1

De los Ríos, S. (2001). *La convergencia empresarial de la UNion Europea*. España: Universidad Pontificia Comillas.

Galindo, A. (2000). *Fundamentos de valoración de empresas*. México.

GPA, E. O. (2014). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de El Oro, 2014 - 2025*. Machala.

Grado, Á. (2011). Teoría de la estructura de capital y su impacto en la toma de decisiones de inversión y financiamiento. *Visión Gerencial(1), 188-206. Obtenido de http://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890014.pdf*

INEC. (20 de Agosto de 2015). *Indicadores*. Obtenido de Directorio de Empresas: http://produccion.ecuadorencifras.gob.ec/geoqlik/proxy/QvAJAXZfc/opendoc.htm?document=empresas_test.qvw&host=QVS%40virtualqv&anonymous=true

Insa, V. (2015). *Relación estructura financiera valor de empresa*. España: Universitat Jaume I.

Lafuente, D., & Valle, A. (1997). *Heterogeneidad eficiencia en el sistema bamnacario*. https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/NotasTecnicas/nota40.pdf. Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/NotasTecnicas/nota40.pdf

Mariño, G., & Medina, I. (2009). La administración financiera: una utopía en las microempresas. *Criteeio libre*, 123-144.

Molina, P., Nole, D., & Perez, A. (Agosto de 2015). *Scribd*. Obtenido de https://es.scribd.com/document/272767944/Final-Finanzas-Empresas-El-Oro

Montoya, B. (2015). *la estructura financiera de las empresas familiares y su cambio con la crisis económica*. España: Universidad de La Rioja.

Montoya, B. (2015). *La estructura financiera de las empresas familiares y su cambio con la crisis económica*. España: Universidad de la Rioja.

Morales, A., & Morales, J. (2014). *Planeación Financiera*. México: Grupo Editorial Patria S.A.

Morales, J. (2011). La estructura financiera de las corporaciones del sector telecomunicaciones de la Bolsa Mexicana de Valores en el periodo de 1990-2010. *Economía Informa(*370), 39-51. Obtenido de http://www.economia.unam.mx/publicaciones/econinforma/370/03joseantoniomorales.pdf

Ortega, R. (2009). *Factores determinantes de la estructura financiera: Un análisis comparativo de empresas cotizadas de la Unión Europea*. Madrid: ESIC Editorial.

*Plan Estrategico de Desarrollo de El Oro*. (diciembre de 2013). Obtenido de http://www.eloro.gob.ec/wp-content/uploads/2013/12/diagsocprov.pdf

Rivera, J. (2007). Estructura financiera y factores determinantes de la estructura de capital de las pymes del sector de confecciones del Valle del Cauca en el periodo. *Cuadernos de Administración,* 20(34), 191-219. Obtenido de http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v20n34/v20n34a09.pdf

Rivera, J. (2007). Estructura financiera y factores determinantes de la estructura de capital de las Pymes del sector de confecciones del Valle del Cauca en el período 2000-2004. *Cuadernos de Administración,* 20(34), 191-219. Obtenido de http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v20n34/v20n34a09.pdf

Salazar, R., & Del Corpio, J. (2015). *Estudio sectorial del banano ecuatoriano de exportación.* Ecuador: Exportación de Banano (Musa sp.).

Vera, M., Melgarejo, Z., & Mora, E. (2014). Acceso a la financiación en Pymes colombianas: una mirada desde los indicadores financieros. *Revista Innovar Journal,* 149-160.

# 05 Capítulo Gestión comercial y de mercadeo de las empresas de la provincia de El Oro

Jorge Sotomayor Pereira; Lenny Capa Benítez; Guillermo Ochoa Hidalgo

El presente trabajo tiene por objeto definir los aspectos relevantes de la gestión comercial desarrollada por las empresas de la provincia de El Oro, tomando en consideración la perspectiva de los consumidores, con el propósito de tomar decisiones que permitan enfrentar los desafíos del entorno cambiante, diferenciarse de la competencia o mantener la posición que se ocupa en el mercado, si fuese el caso; para lo cual se debe hacer uso de diversas estrategias de los componentes del marketing (producto, precios, comunicación y plaza), así como de otros variables de mercado: la segmentación, el posicionamiento, entre otras.

**Jorge Sotomayor Pereira**: Economista de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil; Diploma Superior en Gerencia Estratégica de Mercadeo de la Universidad Técnica Particular de Loja; Magister en Administración y Dirección de Empresas de la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil. Doctorando en Análisis Económico y Estrategia Empresarial en la Universidad de la Coruña – España. Profesor titular de la Universidad Técnica de Machala.

**Lenny Capa Benítez:** Doctora de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Profesora de UTMACH y UMET, Evaluadora de Posgrado en la UTPL, con experiencia profesional en costos de producción. Área de investigación: metodología de costos con enfoque ambiental y producción sostenible.

**Guillermo Ochoa Hidalgo:** Economista de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Magister en Educación Superior de la Universidad Tecnológica San Antonio de Machala. Magister en Finanzas y Economía Empresarial de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

La importancia implica que los factores que se determinen constituyan la base para que el consumidor tome decisiones, como es el caso de la gestión empresarial, y que los actores establezcan los factores que están vinculados con la empresa, determinando si tales decisiones son viables o no en el transcurso del tiempo.

Para describir los aspectos relevantes se ha aplicado una encuesta a los consumidores de la provincia de El Oro, con el fin de conocer sus gustos y preferencias, esta información permitió realizar una matriz FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) basada principalmente en el imaginario colectivo que tienen los consumidores sobre los negocios locales de la provincia.

Finalmente, dentro de esta encuesta se incorporó una opción para que los consumidores indicaran una estrategia viable para la provincia. Este hecho arrojó resultados interesantes, pues el 72.25% señaló que el estar en una zona costera y contar con un puerto marítimo, es una ventaja comparativa importante, pues facilita su incorporación rápida al comercio internacional.

Es muy satisfactorio el análisis de estos mecanismos, debido al desconocimiento que tienen gran parte de los consumidores sobre los instrumentos de compra en el ámbito local, y de la notoria influencia que ejercen los medios tecnológicos en la compra y la venta de productos, incluyendo los de primera necesidad.

## Elementos básicos de la gestión comercial

Es primordial que una unidad empresarial logre posicionarse en el mercado, para que de esta manera los clientes conozcan los productos que se ofrecen y empiece a competir. Por tal motivo se deben desarrollar mecanismos de gestión comercial que permitan lograr estos cometidos.

El desarrollo de la gestión comercial pasa por la implicación de los elementos básicos inherentes en el éxito de una empresa, puesto que constituye el hilo conector de la misma

con el mercado. El funcionamiento de las organizaciones presenta un dinamismo tal, que requiere de una revisión constante de aspectos fundamentales para la toma de decisiones, aplicación de políticas y el establecimiento de estrategias.

## La Estrategia

Imagen 1: Estrategias

Fuente: Pinterest.com

Haciendo una comparación con lo que sucede en alguna actividad deportiva antes de la realización de la partida, jugadores y cuerpo técnico planifican las actividades a desarrollar durante el juego para obtener la victoria, lo mismo realizan las empresas para lograr sus objetivos, este conjunto de actividades planificadas son las que se conocen como estrategia.

Schendel y Hatten (1972) afirman que "la estrategia es el conjunto de fines y objetivos básicos de la organización, los principales programas de acción escogidos para alcanzar estos fines y objetivos, y los sistemas más importantes de asignación de recursos usados para relacionar la organización con su entorno" (p.100). Para poder posicionarse en un mercado la empresa debe desarrollar actividades que permitan lograr este cometido (Schendel & Hatten, 1972), el conjunto de estas actividades son las que se consideran

estrategias que realizaran las empresas en un periodo determinado para obtener los objetivos establecidos (Contreras & Sierra, 2013).

## Precios

Imagen 2: Precio

Fuente: Pinterest.com

Uno de los objetivos de las empresas es la obtención de utilidad, para obtenerlas se deben determinar los precios de los bienes a ofrecer en el mercado.

Según Kotler y Armstrong (2003) "el precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio" (p. 353).

Los consumidores pagan un valor en unidades monetarias por el uso de un bien o servicio que permita satisfacer una necesidad (Kotler & Armstrong, 2003), este precio constituye un ingreso para la empresa.

Se refiere a que el precio es uno de los principales factores que se utilizan para darle un valor a un producto. Y si se enfoca en la estrategia de precio se afirma que es una asignación de valor monetario en el momento que queremos ejercer un intercambio ya sea por la compra o venta de algún bien o servicio.

## Posicionamiento

Imagen 3: Posicionamiento

Fuente: Pinterest.com

Las empresas constantemente pretenden que sus productos ocupen un lugar en el mercado y se encuentre siempre en la mente del consumidor, es decir, se busca que un bien o servicio se posicione en el mercado.

Cada producto tiene un lugar dentro del extenso mercado, es por ello que al momento de establecer el posicionamiento se determina, principalmente la ubicación que da una marca mediante una línea de productos ante el consumidor o también la imagen que esta proyecta ante su competencia.

Según Muñoz (1993) refiere "el posicionamiento de un negocio implica la creación de una formula comercial (o un conjunto de atributos que definen su oferta) y la comunicación de los elementos distintivos de la misma a los grupos sociales de interés para la empresa que la administra: consumidores, competidores, proveedores en general, empleados y administración pública" (p. 46). El posicionamiento busca, en todo caso, crear o reforzar el interés del público objetivo por la oferta realizada por el minorista (Muñoz, 1993).

El posicionamiento es el lugar que ocupa un producto o servicio en la mente del consumidor. La estrategia de posicionamiento consiste en definir la imagen que se quiere conferir a nuestra empresa o a nuestras marcas, de manera que nuestro público objetivo comprenda y aprecie la diferencia competitiva de nuestra empresa o de nuestras marcas sobre la empresa o marcas competidoras, pues la competencia ocurre en la mente del consumidor. (Olamendi, 2017, pág. 1).

## Producto

Imagen 4: Producto

Fuente: Pinterest.com

Se conceptualiza al producto como conjunto de atributos (características, funciones, beneficios y usos) que le dan la capacidad para ser intercambiado. Generalmente, es una combinación de aspectos tangibles e intangibles. Así, un producto puede ser una idea, una entidad física (un bien),

un servicio o cualquier combinación de los tres. El producto existe para propósitos de intercambio y para la satisfacción de objetivos individuales y organizacionales (American Marketing Asociation, 2017).

## Crecimiento

Imagen 5: Crecimiento

Fuente: Pinterest.com

Desde el punto de vista empresarial, el crecimiento es "el proceso de adaptación a los cambios exigidos por el entorno o promovidos por el espíritu emprendedor del directivo, según el cual, la empresa se ve compelida a desarrollar o ampliar su capacidad productiva mediante el ajuste o adquisición de nuevos recursos, realizando para ello cambios organizacionales que soporten las modificaciones realizadas; todo lo cual debe venir avalado por la capacidad financiera de la empresa que permita, a través de dicho proceso, obtener una competitividad perdurable en el tiempo" (Blázquez, 2005, p. 16 ).

El crecimiento va ligado a la innovación, crecer no es solo aumentar el volumen de venta, sino un proceso, donde se involucran todos los trabajadores de la empresa para lograr mejoras continuas (Blázquez, 2005), aprendiendo, innovando, capaz de utilizar sus capacidades y recursos, para enfrentar con éxito un entorno cambiante, asegurándose su sostenibilidad en el tiempo.

## Tácticas

Imagen 6: Tácticas de mercadeo

Fuente: Pinterest.com

Las tácticas, desde el punto de vista general, son todas aquellas acciones a corto plazo emprendidas para lograr la implementación de una estrategia más amplia. Mientras que, en el plano mercadológico, son los métodos empleados en la ejecución de la estrategia, mediante el manejo de las variables del marketing. (American Marketing Asociation, 2017).

Harnecker y Uribe (1973) señalan, que la táctica está determinada dentro del plan estratégico por la estrategia utilizada, garantizando así, la coherencia en la ejecución y control por parte de la organización, a fin de cumplir y lograr los objetivos organizacionales planteados en dicho plan.

## Sistemas de información de mercados

Imagen 7: Sistemas de Información de mercados

Fuente: Pinterest.com

Permiten la obtención de información de diversas fuentes, detallando proveniencia, problemas, dificultades, oportunidades, toma de decisiones, ya sea de un producto, para saber su precio, como se distribuirá, cuál será su publicidad, lugar de venta o donde tenga más captación de los consumidores, y ventaja frente a competidores en resumen, el escenario de venta de un producto (Araujo & Clemenza, 2005).

Cabañas, Valencia y Mejía (2014) refieren que cuando una información es muy extensa surgen diversos problemas dentro del campo empresarial ya sea por la suficiencia o insuficiencia de información, o porque los datos obtenidos son inexactos, es decir un mercado posee una estructura que oriente al personal que labora con él, así mismo determinar qué se necesita y qué hace falta por implementar en el mismo (Cabañas, Valencia y Mejías, 2014)

## Éxito en el mercado

Imagen 8: Éxito en el mercado

Fuente: Pinterest.com

El éxito implica el manejo de un objetivo que contenga una estrategia y a la vez sea creativo enfocándose principalmente en la realidad de algo distinto a lo que se planteó y así lograr el éxito del mismo (Vivas, Hernández, y Añez, 2009).

### Posición y participación

Este tipo de mecanismo se ha determinado de forma conjunta como posición y participación siendo uno de los primordiales para captar clientes y lograr el éxito de un mercado, por lo cual en la encuesta desarrollada vía online se comprueba que se debe hacer buen uso de la tecnología, la innovación de productos novedosos, en el ámbito empresarial ya sea en pequeñas y medianas empresas o grandes empresas, también se hace hincapié del uso de un buen lenguaje, apropiado de trato, siendo estos factores importante dentro de la empresa, los cuales ayudan a determinar su posición y participación. En este caso permitieron obtener las sugerencias de los consumidores dentro de la provincia de El Oro.

## Mecanismos de la gestión comercial utilizados por las empresas de la provincia de El Oro

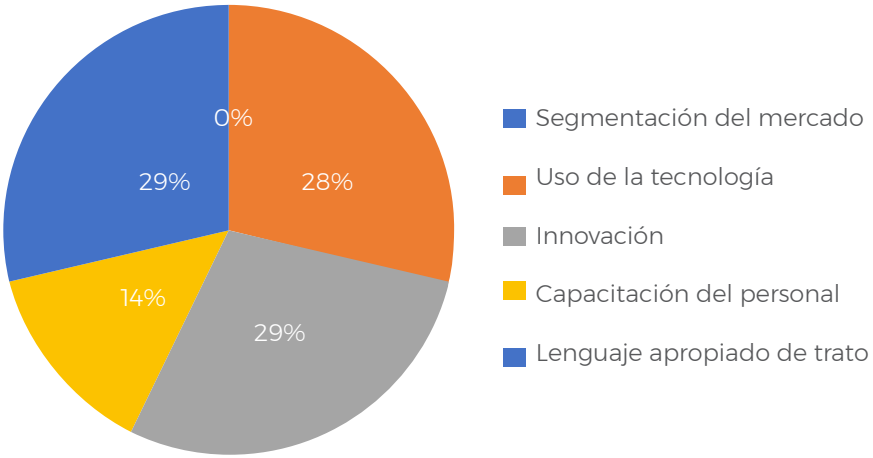
En la gestión comercial existen muchos variables que se pueden estudiar, en esta oportunidad los mecanismos definidos anteriormente fueron: precio, posicionamiento, producto, posición, participación y el éxito que tienen en el mercado. Sin embargo, se deseaba conocer un poco más y saber si los consumidores de la provincia de El Oro tienen la noción de algún otro tipo de instrumentos, para ello se seleccionó una muestra de la población, a la cual se le aplicó una encuesta que considera las siguientes variables:

1. Segmentación del mercado
2. Uso de la tecnología
3. Innovación
4. Capacitación del personal
5. Lenguaje apropiado de trato.

De las respuestas obtenidas se determinó que un 28,6% de los sujetos entrevistados cree que el principal mecanismo es el uso de la tecnología, un 28,6% opto por el lenguaje y apro-

piado trato y un porcentaje similar al anterior, señaló la innovación, solamente un 14,3% se decidió por la capacitación del personal, tal como se muestra en el gráfico 1.

Gráfico 1: Otros mecanismos de gestión comercial conocidos en la provincia de El Oro




Fuente: Elaboración propia, con información obtenida mediante encuesta aplicada a los consumidores de la provincia de El Oro en junio de 2017.

## Análisis FODA de la gestión comercial en la provincia de El Oro

Para la elaboración del presente FODA se consideraron las respuestas vía online suministradas por los encuestados, sobre su conocimiento acerca de posibles fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de las empresas de la provincia de El Oro. Algunos de los consultados se negaron a responder o cumplimentar el instrumento de investigación, pudiendo este comportamiento estar asociado al desconocimiento de éstos. Por otra parte, de la información dada por los usuarios que si lo respondieron, se determinó lo siguiente:

## Fortalezas

1. Productos propios de la provincia como: camarón, cacao, banano
2. Existencia de un puerto en la zona.
3. La provincia de El Oro es un área costera, bananera, minera, lo que facilita un intercambio continuo con otros sectores económicos, dinamizándolos y con efecto multiplicador económico y social
4. Presencia de clientes potenciales.

## Oportunidades

1. Buena materia prima propia de la provincia
2. Crecimiento económico
3. Abundante oferta de financiamiento
4. Existencia de mayor oferta de locales comerciales
5. Un consumidor más y mejor informado
6. Apertura de nuevos mercados
7. No existen muchas empresas fuertes para competir.

## Debilidades

1. Poca capacidad de innovación
2. Bajo crecimiento del sector empresarial
3. Escasos de recursos financieros y/o de capital
4. Inexistencia o muy poca promoción
5. Falta de estrategias de Marketing.

## Amenazas

1. Escasez de tecnología o maquinarias adecuadas
2. Altas tasas impositivas y numerosos impuestos

3. Existencia de una fuerte competencia

4. Puestos de arriendos con elevados costos

5. Ingreso de franquicias nacionales, que desplazan los negocios locales

6. Competencia desleal.

## Estrategias comerciales aplicadas por empresas locales de la provincia de El Oro

Así mismo, se indagó acerca del conocimiento que tienen los consumidores de la provincia de El Oro, sobre las estrategias comerciales que utilizan las empresas locales, como las expuestas up supra, referidas a la segmentación del mercado, el uso de tecnología, la capacitación del personal e innovación, entre otras. Como hallazgo se encontró que solamente una persona de las encuestadas no tenía conocimiento acerca de las estrategias comerciales indicadas.

### Técnicas para mejorar las capacidades de mercadeo de las organizaciones empresariales

De acuerdo con las respuestas suministradas por los encuestados, se obtuvo como respuesta un grupo de técnicas que ayudarían a mejorar las capacidades de mercadeo a las organizaciones empresariales en la provincia de El Oro, siendo estas:

- Segmentar bien el mercado y tener presencia en el entorno del grupo de individuos meta
- Mayor uso del Marketing Mix
- Más aplicación de marketing y apoyo por parte del Estado
- Nueva oferta de productos que llamen la atención del consumidor
- Mejorar la atención al cliente.

- Hacer uso de las innovaciones de marketing
- Tecnología e innovación.

Como se indica en las técnicas, una de las expuestas fue mejorar la atención del cliente, debido a que muchas organizaciones empresariales tienen un personal poco entrenado para atender a sus consumidores; en el caso de las empresas minoristas, como almacenes, tiendas y mercados se siente con mayor fuerza el efecto de un personal con pocas competencias para servir a un consumidor cada vez más exigente, haciendo en muchos casos, que éstos pierdan la paciencia, y se vuelve escasa, sin comprar ningún producto, lo que se traduce en mala imagen para la empresa, pérdida de clientes y, por tanto, impactos negativos en la participación de mercado.

Otro punto importante, es el uso del mercadeo digital, hoy en día desde la provincia de El Oro se manejan diversas empresas vía online, ya sea para hacer entregas rápidas o desarrollar negocios por este medio, como comercialización de ropa, joyas, artefactos, e inclusive la prestación de servicios para exportar e importar productos desde el exterior, siendo una técnica que en la actualidad brinda muchas ventajas.

Por otra parte, las técnicas empleadas por el marketing siempre han sido significativas, es por ello que se las engloba en una sola. Debido a que muchos de los usuarios las desconocen y pocos saben darle el uso adecuado a la hora de emprender un negocio, se han convertido en una debilidad, para esta provincia, tal como fue señalado por los consumidores. Destacando que las empresas solo se centran en la forma como los consumidores adquieren el producto y no en la imagen y el diseño de la empresa. Asimismo, hoy dan mayor énfasis a los medios informáticos, sin considerar el hecho, que no todos sus compradores son personas jóvenes que hacen uso de la tecnología, sino que hay un gran segmento de mercado, formado por personas adultas, quienes frecuentan los locales comerciales más cercanos a sus domicilios para comprar productos de primera necesidad.

## Conclusiones

Es sumamente importante para las empresas, hacer un uso eficiente y efectivo de ciertos factores para poder potenciar su crecimiento. Se trata entonces de implementar mecanismos de gestión comercial apropiados, que permitan aprovechar las ventajas comparativas y competitivas de sus empresas o productos, para así impulsar su participación en los mercados internacionales; como lo hacen ya, de forma exitosa, algunas empresas exportadoras que existen en la provincia de El Oro.

Se puede concluir diciendo que para el éxito de un producto o de una empresa es indispensable la implementación de una serie de estrategias y tácticas aplicadas a la producción y la comercialización; y así trasmitir, una opción positiva para el consumidor agregando un valor a la empresa, nuevos conocimientos y uso de nuevas tecnologías que contribuyan a su vez al crecimiento de la misma.

Cabe destacar que el uso de la encuesta fue satisfactorio, pues con la aplicación de la misma se logró obtener datos precisos acerca de lo que un consumidor piensa y desea, como lo expuesto por los consultados, quienes consideran necesario que existan nuevas ofertas empresariales dentro de la provincia que intensifiquen el uso de la gestión comercial, así como también hagan innovaciones en sus procesos, además deben contar con personal capacitado para brindar un servicio de calidad superior al consumidor, pues aún existen empresas con empleados poco capacitados quienes generan pérdidas del valor empresarial de las mismas, tal es el caso de las minoristas donde se compran los productos de primera necesidad en la provincia de El Oro.

Finalmente, se puede indicar que el éxito de una empresa depende de una serie de factores estratégicos y de su efectiva implementación, como el dar un valor agregado al producto, lograr la aplicación de conocimientos innovadores e intensificar la difusión de la marca, así como sus características, lo que incentivará el consumo del producto en el mercado meta seleccionada.

## Referencia bibliografica


Aguilera Castro, A., & Virgen Ortiz, V. (2014). *Principales indicadores de crecimiento empresarial en las pequeñas y medianas empresas: Caso Santiago de Cali - Colombia.* Obtenido de ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/ibf/riafin/riaf-v7n6-2014/RIAF-V7N6-2014-3.pdf

anónimo. (2017). Obtenido de https://www.crecenegocios.com/el-diseno-del-producto/

Anónimo. (20 de Febrero de 2017). Obtenido de https://www.banecuador.fin.ec/noticias-banecuador/boletines-de-prensa/productores-oro-conquistan-mercados-internacionales/

Anónimo. (2017). *Banecuador.* Obtenido de https://www.banecuador.fin.ec/noticias-banecuador/boletines-de-prensa/productores-oro-conquistan-mercados-internacionales/

anónimo. (2017). *Conceptos y Ejemplos de estrategias de marketing.* Obtenido de http://www.crecenegocios.com/concepto-y-ejemplos-de-estrategias-de-marketing/

Araujo, R., & Clemenza, C. (2005). Sistema de informacion de mercadotecnia: herramientas necesarias para la toma de decisiones genrenciales. *Revista Venezolana de Información, tecnología y conocimiento,* 2, 28. Obtenido de http://www.redalyc.org/pdf/823/82320203.pdf

Besteiro , J. (2001). *Estrategias y tecnicas de negociacion.* Obtenido de http://white.lim.ilo.org/spanish/260ameri/oitreg/activid/proyectos/actrav/edob/expeduca/pdf/0620504.pdf

Blázquez, F. (2005). *Los incentivos fiscales como factor del crecimiento empresarial: análisis empírico de la reserva para inversiones en Canarias.* Las Palmas: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

Cabañas, M. A., Valencia Bonilla, M. B., & Mejía Ramírez, M. L. (2014). Los sistemas de informacion de marketing en las organizaciones actuales: la utilizacion de herramientas para la toma de decisiones. *Scientia Et Technica,* 19, 55. Obtenido de http://www.redalyc.org/pdf/849/84930900009.pdf

Contreras, E., & Sierra, R. (2013). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. *Pensamiento y Gestión*(35), 12. Obtenido de http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/6115/3518

Harnecker, M., & Uribe, G. (1973). *Estratégia y Táctica*. Obtenido de http://www.rebelion.org/docs/88353.pdf

Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing*. México: Prentice Hall.

Muñoz, P. A. (1993). *Estrategias del posicionamiento en las empresas de distribución comercial*. Obtenido de http://www.mapama.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_DYC/DYC_1993_10_46_57.pdf

Olamendi, G. (2017). *Estrategias de Posicionamiento*. Obtenido de http://www.webdelprofesor.ula.ve/economia/mcesar/descargas/L6.pdf

Schendel, D., & Hatten, K. (1972). BUSINESS POLICY OR STRATEGIC MANAGEMENT: A Broader View for an Emerging Discipline. *Academy of Management Proceedings,* 99-102.

Vivas Sivestri , K., Silvestri Vivas, C., Hernández, R., & Añez, S. (2009). Pensamiento estratégico y éxito gerencial en organizaciones empresariales. *Revista de Artes y Humanidades UNICA, 10*, 187-2008.

# 06 Capítulo Análisis prospectivo del sector empresarial de la provincia de El Oro

Andrea Vega Granda; Germán Morán Molina; Flor Vega Jaramillo.

El análisis estructural prospectivo es una herramienta generalmente utilizada en prospectiva, que permite la reflexión colectiva sobre el futuro que tomará una empresa, un sector, una actividad, etc. Es decir, permite el estudio y la reflexión sobre el futuro de objeto de estudio (Gorgone, 2014).

En la provincia de El Oro se observa la presencia de un gran número de microempresas, siendo estas las bases fundamentales de la economía y el desarrollo de la región y de la cual dependen un gran número de personas; por lo que conocer su desenvolvimiento en el futuro es de gran importancia para el análisis económico.

**Andrea Vega Granda:** Economista con Mención en Gestión Empresarial de la Universidad Técnica de Machala. Especialista en Tributación de la Universidad Técnica de Machala. Magíster en Finanzas y Economía Empresarial de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Técnica Docente para la Educación Superior 2.

**Germán Morán Molina:** Economista de la Universidad de Cuenca. Magister en Administración de Empresas de la Universidad Técnica de Machala. Doctorando en Ciencias Económicas en la Universidad del Zulia – Venezuela. Docente titular de la Universidad Metropolitana sede Machala.

**Flor Vega Jaramillo:** Economista con Mención en Gestión Empresarial de la Universidad Técnica de Machala. Diploma Superior en Tributación y Magister en Tributación y Finanzas de la Universidad de Guayaquil. Doctoranda en Ciencias Económicas en la Universidad del Zulia – Venezuela. Docente titular de la Universidad Técnica de Machala.

En tal sentido, las micros, pequeñas y medianas empresas, son a nivel mundial consideradas las mejores herramientas contra la lucha de la pobreza y el desempleo. Son las organizaciones dominantes en todos los países del continente, donde representa el 95% de los negocios que existen en el mundo y que contribuyen al crecimiento económico (Ibarra, González, & Demuner, 2016).

Estudios realizados por la Corporación de Desarrollo Empresarial (CESDE), por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), por la Universidad Andina Simón Bolívar, entre otros, desde hace más de una década reconocen la influencia que tienen las empresas en el desarrollo de la actividad económica a nivel mundial, razón por la cual, reconociendo su importancia es indispensable establecer mecanismos de apoyo gubernamental que garanticen su crecimiento y permanencia, especialmente para las MIPYMES, que deben tener transición en su crecimiento y no quedarse como microempresas (Corporación Ecuatoriana de Servicios de Desarrollo Empresarial, 2014).

Bajo este contexto, se dice entonces que las Pymes son fuente generadora de empleo en el Ecuador, para lo cual es necesario que las mismas logren alcanzar un desarrollo sostenible en el tiempo a través de procesos y productos de calidad (Yance, Solís, Burgos, & Hermida, 2017).

## Identificación y análisis de tendencias

La proyección empresarial de las empresas de la Provincia de El Oro se está desarrollando dentro de un proceso de desaceleración económica, por lo que resulta de vital importancia entender los movimientos en el mercado laboral y el sector productivo.

Así pues, realizando un análisis macroeconómico, el Ecuador tuvo un máximo crecimiento en el año 2011 (representando el 7,9% del Producto Interno Bruto (PIB)), en el transcurso de los años siguientes, fue desacelerándose hasta que en el año 2015 el PIB representó el 3,7%, tanto así que el

Banco Mundial (BM) como el Fondo Monetario Internacional (FMI) esperan un decrecimiento del orden de 4%. (García, Garzón, Patiño, & Tamayo, 2016)

De allí que la crisis económica se haya hecho evidente en el sector empresarial, donde la situación actual de las empresas se puede resumir bajo los siguientes puntos:

- Escaso nivel tecnológico
- Producción de poca calidad
- Costos de la materia prima demasiado altos
- Poco acceso a los créditos y altas tasas de interés
- Mano de obra poco calificada
- Producción orientada hacia el mercado interno
- Los productores de productos para la exportación se someten a los requerimientos de los exportadores, que en ocasiones son poco convenientes.
- Ausencia de políticas y estrategias que permitan el desarrollo del sector.
- Poco apoyo en lo financiero, capacitación y tecnología.
- Escaso respaldo en el marco legal.

Los mencionado ocasiona que, aunque las micro, pequeñas y medianas empresas son los pilares fundamentales de la economía debido a la generación de riqueza y empleo, muchas poseen periodos de vida que son extremadamente cortos, siendo así que más del 50% de estas empresas no llegan ni a los 5 años de vida, haciendo evidentes sus altos riesgos de quiebra (Alcivar & Saines, 2012).

Pero, así como tiene sus desventajas, las empresas de la provincia de El Oro, poseen un sinnúmero de potencialidades que deben ser reconocidas y aprovechadas. El sector de la micro, pequeña y mediana empresa depende en gran medida de la voluntad y las acciones del Gobierno central y local, además del esfuerzo realizado por el sector privado, el cual debe ser orientado a la consolidación de un escenario

productivo, que se base en los principios de competitividad (Araque, 2016).

Entre las potencialidades que tienen las MyPymes para generar riqueza y empleo se encuentran las siguientes:

- Al ser dinamizadoras de la economía, ayuda en la resolución de problemas y a mejorar la gobernabilidad.
- Contribuye a dinamizar la economía de las regiones y las provincias.
- El uso de materia prima nacional.
- Posibilidad de exportación para productos no tradicionales.
- Alto valor agregado que contribuye a un reparto más equitativo del ingreso.
- Apreciable capacidad para proveer de bienes y servicios a la industria (subcontratación).
- Flexibilidad ante las exigencias del mercado.

Las MyPymes son una parte importante de la economía de las naciones, en parte se debe al gran número de empresas que la componen, así como también por la cantidad de personas que forman parte de ella, razón por la cual existe un amplio consenso acerca de la importancia de su participación en el crecimiento económico de los países; si bien, estas también se enfrentan a diversas dificultades en el acceso y competitividad en los mercados. De esta manera el apoyo para la micro, pequeña y mediana empresa es muy importante, brindar asistencia técnica, capacitación, el acceso al financiamiento, asesoría comercial y apertura a nuevos mercados.

## Análisis del comportamiento del sector empresarial por sectores productivos

Las principales actividades económicas de la Provincia de El Oro se relacionan con la agricultura y la acuicultura principalmente, pero con el creciente número de empresas, espe-

cialmente de las Micro y Pequeñas empresas, se ha observado una tendencia creciente hacia el sector de los servicios, así como también a la manufactura.

Bajo esta perspectiva y en función al Diagnóstico Socioeconómico y Territorial de la Provincia de El Oro, que es parte del Plan Estratégico de Desarrollo de la Provincia de El Oro y que fue llevado a cabo por la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) en el año 2012 y cuya actualización se realizó en el 2014, las actividades económicas más importantes son:

## Agricultura y Acuicultura

La zona agroexportadora de la provincia de El Oro se localiza en los cantones de que se encuentran ubicados en la parte baja de la provincia y corresponden a Machala, Arenillas, El Guabo, Pasaje y Santa Rosa en donde se llevan a cabo actividades productivas relacionadas con los cultivos de banano y cacao y con la producción de camarón. De acuerdo al Diagnóstico Socioeconómico y Territorial de la Provincia de El Oro, el sector primario es el más dinámico siendo el generador del 68% del valor bruto de la producción.

## Ganadería

La actividad ganadera se basa principalmente en la producción de leche y carne que proviene del ganado vacuno. Este tipo de producción se lleva a cabo principalmente en los cantones de Atahualpa, Zaruma, Piñas, Santa Rosa, Arenillas y Las Lajas, también existen actividades relacionadas con la cría de porcinos y aves de corral.

## Minería

La actividad minera se localiza tradicionalmente en las zonas correspondientes a los cantones de Zaruma y Portovelo, aunque en la actualidad esta actividad productiva se extiende hasta los cantones Santa Rosa, El Guabo, Piñas y Atahualpa. A más de los yacimientos de oro, en la provincia se encuen-

tran yacimientos de plata, cobre, antimonio, bentonita, yeso, talco y arcillas cerámicas (Gobierno Provincial Autónomo de El Oro, 2014).

## Industria Manufacturera

El sector correspondiente a la industria y a la manufactura presenta poco desarrollo, con aproximadamente 15.061 personas activas presenta estancamiento e incluso retroceso. Tres son los subsectores donde se concentran aproximadamente dos tercios de la población activa del sector: la industria de productos alimenticios y bebidas, la industria de los productos textiles, confección y cuero, y la industria de fabricación de muebles y la madera (Gobierno Provincial Autónomo de El Oro, 2014).

Hoy en día, las ramas industriales existentes son las siguientes: procesadoras de banano, elaboración de fundas plásticas, elaboración de cartón, procesadoras de camarón, procesadoras de cacao, alimentos balanceados, las cuales se encuentran relacionadas con las actividades agroexportadoras. También existen empresas dedicadas a la elaboración de bebidas, elaboración de hielo, industria del cuero, entre otras.

## Comercio

El comercio es el segundo sector con aproximadamente 50.792 personas, donde se ha incrementado en más del doble la población activa perteneciente al mismo en solo dos décadas, agrupa a aproximadamente el 22% de la población activa orense. En él se encuentran las actividades complementarias del sector primario como son: las finanzas, el comercio y los servicios públicos y privados; este sector aporta el 27% del valor bruto de la producción.

## Turismo

Una de las actividades que se encuentra desarrollando de a poco en la provincia es el turismo científico, el cual deja pocos

ingresos, pero que se encuentra generando gran expectativa a nivel nacional e internacional. En zonas como el archipiélago de Jambelí en Santa Rosa e Isla Santa Clara y la zona alta de la provincia como la Cordillera de Nudillos en Portovelo, Yacuviñay en Atahualpa, Bosque de Buenaventura en Piñas y Arqueología, Antropología y minero en el cantón Zaruma.

Así mismo, la infraestructura hotelera también ha crecido en las últimas décadas, especialmente en Machala, donde existen por lo menos 5 hoteles de primera categoría, además de residencias y hoteles de segunda.

## Determinación de las variables

Para iniciar el análisis prospectivo resulta importante determinar las variables del entorno a estudiar (variables externas e internas), donde además es relevante considerar la situación actual y a partir de la misma y con base a una investigación exhaustiva, se propongan dichas variables.

Bajo este contexto, la explicación detallada de las variables resulta indispensable, pues ello facilitaría el seguimiento del análisis y el establecimiento de las posibles relaciones entre las mismas. De acuerdo a (Guzmán, Malaver, & Rivera, 2015), es importante identificar cuál o cuáles de ellas son las esenciales, por lo que es necesario establecer un parámetro de evaluación.

De allí que, para realizar el análisis prospectivo de las empresas de la Provincia de El Oro se consideran una serie de variables, las cuales se eligieron de acuerdo a la situación que experimentan las empresas en la actualidad y también considerando aquellos factores que ejercen influencia en las mismas. A continuación, se exponen cada una de ellas

- Financiamiento: Relacionada con la capacidad o acceso que tengan las empresas para iniciar nuevos proyectos o para invertir en el proceso productivo que se maneje en la actualidad.
- Aspectos Gubernamentales: Se relacionan con las acciones que puede tomar el gobierno, especialmente en lo

relacionado a las políticas de apoyo al sector, al empleo y a los aspectos legales.

- Aspectos Normativos: Vinculado con el cumplimiento de las normas, aspectos legales relacionados con las empresas, normas tributarias, leyes reguladoras del mercado.
- Experiencia de la Empresa: Concerniente al conocimiento que tienen los directivos de la empresa en relación a la actividad económica que realizan, con base a su experiencia y procesos de investigación realizados para su producción o actividad comercial.
- Eficiencia y Estabilidad Económica: Se relaciona con la capacidad de producción, uso de los recursos, los costos en los que incurre, la infraestructura y los aspectos financieros.
- Capital Humano: Correspondiente a las actividades del personal de la empresa, tales como su formación, su competencia, su asignación para investigación y desarrollo, entre otros.
- Gestión Tecnológica: Se analiza el acceso a la tecnología que tenga la empresa y que le permita su desarrollo económico.
- Obstáculos: Entre los principales obstáculos que enfrentan las empresas se encuentran: la falta de financiamiento, los impuestos y las regulaciones, políticas económicas, la inflación, la competitividad, entre otros.
- Servicios Ofrecidos: Se refiere a los servicios y productos que ofrecen las empresasy que son parte de su actividad económica o se encuentran relacionados con el proceso productivo.
- Servicio al Cliente: Servicios que apoyan al cliente para superar cualquier conflicto con el producto o servicio ofrecido.
- Las empresas deben mantener el equilibrio y poseer la flexibilidad para enfrentarse al mundo exterior y poder

satisfacer las necesidades internas. Desde el enfoque de la competitividad se destaca que esta debe ser capaz de configurar un conjunto de recursos, identificando aquellos que le otorguen una ventaja competitiva.

Las diferentes variables que deben ser analizadas demuestran la importancia de los factores tanto internos como externos, donde uno de los problemas fundamentales y la razón por la que se lo ha considerado en primer lugar es la falta de financiamiento, debido a que el escaso acceso a los recursos se convierte en un problema muy difícil de superar para cualquier tipo de empresa.

Tabla 1. Agrupación de las Variables de Acción Inmediata

| Agrupación variables | Aspecto acción inmediata |
|---|---|
| Financiamiento | Acceso a recursos de financiamiento |
| Aspectos Gubernamentales | Racionalización de procesos y trámites |
| Aspectos Normativos | Cumplimiento de los aspectos regulatorios de la empresa |
| Experiencia de la empresa. | Ajustes e instrumentos normativos y regulatorios<br>Conocimiento que tiene la compañía<br>Experiencia de la compañía<br>Reputación de la compañía en el mercado<br>Innovación |
| Eficiencia y estabilidad económica | Precio del producto |
| Capital humano | Capital Humano para la investigación<br>Formación capital humano-aptitudes básicas |
| Gestión Tecnológica | Acceso a la tecnología |
| Obstáculos | Factores que afectan el desarrollo empresarial |
| Servicios ofrecidos | Outsourcing<br>Integración de sistemas<br>Conectividad |
| Servicio al cliente | Soporte post venta del producto |

Fuente: Metodología de Análisis Prospectivo. (Amozurrutia, 2014)
Elaborado por: Andrea Vega

## Identificación de los eventos futuros

La finalidad de esta etapa consiste en identificar y seleccionar las principales fuerzas del entorno del sector y de esta forma comprender cómo podría evolucionar el contexto en el que se desarrolla. Además, a través de un análisis de los impactos de la tendencia sobre el modelo conceptual, se determinará la sensibilidad del sector frente al entorno.

Es importante mencionar que en este aspecto se define el camino que se espera seguir, partiendo del concepto de que el futuro no se encuentra predeterminado, y que el mismo se encuentra en función del pasado, presente y sobre todo del futuro, el cual no es único sino múltiple(MIDEPLAN, 2015).

Una vez determinadas las variables es indispensable realizar un análisis de las tendencias en las que las variables se ubican. Un correcto enunciado de las tendencias, involucra considerar dos aspectos básicos: la variable y su comportamiento. Las tendencias se clasifican en: pesadas, emergentes y hechos portadores de futuro. Las tendencias pesadas se refieren a aquellas que se encuentran presentes en la actualidad y que son claramente visibles y resulta imposible evitarlas o modificarlas; mientras que como tendencias emergentes se reconocen a aquellas que son parte del escenario actual y pueden estar conformada por gran cantidad de variables, y por último los hechos portadores del futuro son aquellos hechos que tienen gran potencial de ocurrencia (Bustamante, 2014)

Variable: Es la cualidad o característica concreta que sufre cambio.

Ocurrencia de Acuerdo a las Hipótesis: El comportamiento puede ser de aumento o incremento, reducción o disminución, o de estabilidad, es decir, sin cambios.

En tal sentido, se define para cada variable que se considera importante de acuerdo a la situación y características de la empresa y el entorno en el que se desenvuelve, e incidente en la construcción del escenario, tres tipos de hipótesis:

H1: Con características negativas

H2: Con tendencias similares a la situación actual

H3: Hipótesis con características positivas

Con la formulación de las hipótesis, se procede a realizar la ocurrencia de las hipótesis (H1, H2 o H3) para cada una de las variables en el período a estudiar.

Los posibles resultados de acuerdo a las hipótesis enunciadas se presentan en la tabla 2.

Tabla 2. Ocurrencia de acuerdo a las Hipótesis

| Agrupación Variables | H1 | H2 | H3 |
|---|---|---|---|
| Financiamiento | El acceso a recursos financieros solo se da para empresas con infraestructura fuerte (activos fijos), o sea quienes puedan respaldar sus deudas, lo que afecta al sector. | Se facilita el acceso a créditos para empresarios con el apoyo entidades públicas | Se presentan algunos avances en cuanto al acceso a recursos financieros. Sin embargo, se debe tener suficiente infraestructura para poder avalar cualquier crédito |
| Aspectos Gubernamentales | El gobierno no hace nada para ayudar a la formación de las empresas y no se crean mecanismos que permitan hacer el sector más competitivo | El gobierno ofrece toda la ayuda a la formación de nuevas empresas y crea programas de apoyo al sector en educación y consecución de recursos | El gobierno ofrece algunos beneficios tributarios |
| Aspectos | Las empresas no se preocupan por los aspectos regulatorios ni normativos, no hacen inversión en procesos | Las empresas se preocupan por las certificaciones y el cumplimiento de normas y estándares, lo que lleva a que mejoren sus procesos productivos | Se trabaja en los aspectos normativos de las empresas. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Experiencia de la Empresa | Las empresas se estancan y no generan innovación, no duran en el tiempo y por ende generan poca experiencia y mala imagen | Las empresas generan innovación y van creando una imagen en el mercado que les lleva a tener una muy buena experiencia haciéndolas competitivas | Las empresas no generan innovación como tal excepto en los modelos de negocios, sin embargo se obtiene buena experiencia aunque la imagen no es del todo buena |
| Eficiencia y Estabilidad Económica | Las empresas son poco eficientes en sus modelos económicos financieros haciendo que no tengan infraestructura y muchas fracasen y se vuelvan inviables | Las empresas manejan buenos y eficientes modelos económicos y financieros lo que hace que tengan muy buena infraestructura y sean económicamente viables. | Solo permanecen en el mercado algunas compañías con modelos económicos sustentables e intentan surgir nuevas empresas las cuales por falta de apoyo en este sentido fracasan |
| Capital Humano | Las empresas no invierten recursos en la formación de su personal, así mismo no existen programas que permitan esta formación | Las empresas invierten recursos en la formación de su personal, y se aprovechan los programas de formación ofrecidos por el gobierno. | El capital humano se formado por su cuenta y las empresas aunque apoyan la formación no es suficiente, se usa mucho el autoestudio y la auto formación |
| Gestión Tecnológica | El acceso a la tecnología resulta más fácil para las empresas grandes que tienen gran participación en el mercado | El acceso a las tecnologías no representa problemas para la micro, pequeña y mediana empresa debido a su capacidad de adaptación. | El acceso resulta difícil, pero las empresas ponen su mayor esfuerzo para lograrlo. |
| Obstáculos | Los diferentes obstáculos, ya sean a nivel empresarial o en el entorno dificultan el crecimiento y permanencia de las empresas. | Los obstáculos animan a los empresarios a ser mejores y a superar cualquier eventualidad. | Los obstáculos para las empresas permiten diferenciar quienes se encuentran en mejor capacidad para permanecer en el mercado. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Servicios Ofrecidos | Las empresas no diversifican sus productos, y no ofrecen servicios nuevos de acuerdo con las necesidades del mercado | Las empresas diversifican sus productos ingresando a muchos nichos de mercado | Las empresas no diversifican ampliamente pero sí se concentran en varios nichos de mercado estratégicos |
| Servicio al Cliente | Las empresas se limitan a vender el producto y presentan un servicio al cliente pobre y el cliente se siente solo con su solución | Las empresas ofrecen un servicio al cliente importante. | Las empresas ofrecen un servicio al cliente regular con tendencia a malo, debido a que estos son vistos como costos adicionales a la operación y no son contemplados en el presupuesto. |

Fuente: Metodología de Análisis Prospectivo. (Amozurrutia, 2014)
Elaborado por: Andrea Vega

## Construcción de escenarios

Una forma ampliamente utilizada en los sectores empresariales y públicos es la construcción de escenarios (los cuales son distintos de los escenarios pesimistas, moderados y optimistas que se usan en los modelos económicos)(Rospigliosi, 2016). A continuación se exponen los posibles escenarios, a partir delas hipótesis anteriormente planteadas.

Tabla 3. Escenarios

| Agrupación Variables | H1 | H2 | H3 |
|---|---|---|---|
| Financiamiento | El acceso a recursos financieros solo se da para empresas con infraestructura fuerte (activos fijos) quienes puedan respaldar sus deudas, lo que afecta al sector debido a lo "liviano" de estas empresas. | | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Aspectos Gubernamentales | | | El gobierno ofrece algunos beneficios tributarios |
| Aspectos | | Las empresas se preocupan por las certificaciones y el cumplimiento de normas y estándares, lo que lleva a que mejoren sus procesos productivos | |
| Experiencia de la empresa | | Las empresas generan innovación y van creando una imagen en el mercado que les lleva a tener una muy buena experiencia haciéndolas muy competitivas | |
| Eficiencia y estabilidad económica | Las empresas son poco eficientes en sus modelos económicos financieros haciendo que no tengan infraestructura y muchas fracasen y se vuelvan inviables | | |
| Capital Humano | | | El capital humano se forma por su cuenta y las empresas aunque apoyan la formación no es suficiente, se usa mucho el autoestudio y la autoformación. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Gestión Tecnológica | | El acceso a las tecnologías no representa problemas para la micro, pequeña y mediana empresa debido a su capacidad de adaptación. | |
| Obstáculos | | | Los obstáculos para las empresas permiten diferenciar quienes se encuentran en mejor capacidad para permanecer en el mercado. |
| Servicios ofrecidos | | Las empresas diversifican sus productos ingresando a muchos nichos de mercado | |
| Servicio al cliente | | Las empresas ofrecen un soporte post venta importante y diferenciador con respecto a otras compañías de otros países. | |

Fuente: Metodología de Análisis Prospectivo. (Amozurrutia, 2014)

Los escenarios son un método útil para el desarrollo de los procesos prospectivos, su aplicación debe ser contextualizada para que tengan gran utilidad, su aplicación resulta relevante debido a que identifica la lógica del escenario respecto a los demás, se debe partir del hecho de que los escenarios representan diferentes imágenes de futuro, como simuladores para probar hipótesis y que amplían el campo visual para la toma de decisiones.

## Identificación de riesgos y oportunidades

El elemento central de la transformación política y económica de cualquier país en transición es la creación de un importante sector privado, y de un mayor desarrollo de las Pymes y de la actividad emprendedora. A pesar de lo mencionado, la poca que reciben de parte de los gobernantes, las Pymes representan una de las principales fuerzas en el desarrollo económico, especialmente en los países en vías de desarrollo. En la provincia del El Oro representan aproximadamente el 95% de las empresas.

Los grandes desafíos a los que se enfrentan las empresas en la provincia de El Oro se relacionan directamente con su capacidad de permanencia en el mercado y su transición del micro, pequeña y mediana empresa a empresa consolidada. Pero también se enfrenta a dificultades como el acceso a tecnologías y no planificar para llegar a los mercados externos.

## Referencia bibliográfica


Alcivar, A., & Saines, A. (2012). *Análisis de la quiebra empresarial de pequeñas y medianas empresas en Ecuador (2006 - 2010). Una aplicación del Modelo de Duración de Cox (1972).* Guayaquil: Escuela Superior Politécnica del Litoral.

Amozurrutia, J. (2014). *Análisis prospectivo y construcción de escenarios.* México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Araque, W. (2016). *Oportunidades y potencialidades de la Pyme. Gesyión. Economía y Sociedad*(262), 54-58. Obtenido de http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/4896/1/Araque%2C%20W.-CON-002-Oportunidades.pdf

Bustamante, M. (2014). *Metodología de Análisis Prospectivo* . Chile: Universidad de Talca.

Corporación Ecuatoriana de Servicios de Desarrollo Empresarial. (4 de Agosto de 2014). *Las mipymes son el futuro de la economía ecuatoriana.* Obtenido de Corporación Cesde: http://cesdecorp.org/emprendedores/mipymes-futuro-economia-ecuatoriana/

García, M., Garzón, N., Patiño, C., & Tamayo, D. (2016). *Panorama Laboral y Empresarial del Ecuador.* Quito: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Gobierno Provincial Autónomo de El Oro. (2014). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de El Oro, 2014 - 2025.* Machala.

Gorgone, H. (2014). El análisis prospectivo. Una necesidad en tiempos de la sociedad del conocimiento. Un ejercicio de aplicación en la Universidad Tecnológica Nacional. *Gestión, 10*(21), 53-102.

Guzmán, A., Malaver, M., & Rivera, H. (2015). *Análisis estructural: Técnica de prospectiva.* Bogotá: Centro Editorial Universidad del Rosario.

Ibarra, M., González, L., & Demuner, M. (2016). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios Fronterizos, 1*8(35), 107-130. Obtenido de http://ref.uabc.mx/ojs/index.php/ref/article/view/572/1071

MIDEPLAN. (2015). *La prospectiva y técnicas para elaborar escenarios a futuro.* Costa Rica.

Rospigliosi, C. (2016). *Guía Metodológica. Fase de Análisis Prospectivo para Sectores*. Canadá: ProGobernabilidad.

Yance, C., Solís, L., Burgos, I., & Hermida, L. (2017). La importancia de las Pymes en el Ecuador. *Observatorio de la economía latinoamericana*(2), 1-17.

*La provincia de El Oro algunas consideraciones de los sectores productivos y empresariales*
Edición digital 2017-2018.
www.utmachala.edu.ec

# Redes

Redes es la materialización del diálogo académico y propositivo entre investigadores de la UTMACH y de otras universidades iberoamericanas, que busca ofrecer respuestas glocalizadas a los requerimientos sociales y científicos. Los diversos textos de esta colección, tienen un espíritu crítico, constructivo y colaborativo. Ellos plasman alternativas novedosas para resignificar la pertinencia de nuestra investigación. Desde las ciencias experimentales hasta las artes y humanidades, Redes sintetiza policromías conceptuales que nos recuerdan, de forma empeñosa, la complejidad de los objetos construidos y la creatividad de sus autores para tratar temas de acalorada actualidad y de demanda creciente; por ello, cada interrogante y respuesta que se encierra en estas líneas, forman una trama que, sin lugar a dudas, inervará su sistema cognitivo, convirtiéndolo en un nodo de esta urdimbre de saberes.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
Editorial UTMACH
Km. 5 1/2 Vía Machala Pasaje
www.investigacion.utmachala.edu.ec / www.utmachala.edu.ec

ISBN: 978-9942-24-088-0