

**ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO  
SEDE LATACUNGA**

**VICERECTORADO DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN  
CON LA COLECTIVIDAD**



**UNIDAD DE POSGRADOS**

**MAESTRÍA EN GESTIÓN DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS  
EMPRESAS  
II PROMOCIÓN**

**PROYECTO II**

**“ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES DE MICROCRÉDITO PARA  
LAS PYMES EN LA CIUDAD DE LATACUNGA EN EL PERIODO  
2005 – 2009”**

**EDMUNDO FERNANDO FABARA ACOSTA  
VICTOR EFRAIN BONILLA BALAREZO**

**AGOSTO DEL 2011**

## **CERTIFICADO**

En nuestra calidad de Director y Codirector, certificamos que los señores: EDMUNDO FERNANDO FABARA ACOSTA , VÍCTOR EFRAIN BONILLA BALAREZO, han desarrollado el proyecto de grado titulado **“ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES DE MICROCRÉDITO PARA LAS PYMES EN LA CIUDAD DE LATACUNGA EN EL PERIODO 2005 – 2009”**, observando las disposiciones institucionales, metodología y técnica , que regulan esta actividad académica, por lo que autorizamos para los mencionados señores reproduzcan el documento definitivo, presenten a las autoridades de la Dirección de Postgrados y proceda a la exposición de su contenido.

**Latacunga Agosto del 2011**

**Atentamente**

**Econ. Francisco Caicedo A.  
A.**

**DIRECTOR**

**Ing. Galo Vásquez**

**CODIRECTOR**

## **CARTA DE PROPIEDAD INTELECTUAL**

El presente proyecto ha sido desarrollado bajo información proveniente de fuentes primarias y secundarias, a ello se suma, principalmente, los conocimientos aprendidos en cada uno de los módulos de la carrera de Postgrados, los cuales han sido invaluable y totalmente necesarios para el cabal cumplimiento de los objetivos propuestos en ésta obra.

Bajo total respeto a los derechos de autor que se consideran en la bibliografía utilizada, la fuente es referida con su respectivo pie de origen.

La información y estudio desarrollado ha sido totalmente aporte e investigación de los autores de la presente tesis.

Edmundo Fabara

Víctor Bonilla

CI: 0501878029

CI:0501160253

## DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico:

*A mí querida esposa Margarita e hija Catalina que gracias a su comprensión, amor y coraje apoyaron a conseguir uno más de mis objetivos*

*A mis padres Sergio y Carmen,*

*A mis hermanos Ángel y Marco*

*A mis sobrinos Andrés, Daniel, Kenny, Josué y Maria*

Edmundo

## **DEDICATORIA**

El desarrollo del presente proyecto está dedicado primer lugar a DIOS por darme la salud, la inteligencia y la capacidad para culminar el presente curso, a mi familia por su apoyo permanente y a mi compañero de curso Edmundo por su paciencia y comprensión

Víctor

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene por objeto el **“ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES DE MICROCRÉDITO PARA LAS PYMES EN LA CIUDAD DE LATACUNGA EN EL PERIODO 2005 – 2009”**

El PRIMER CAPÍTULO: Enfoca el alcance, los antecedentes, la justificación, el marco teórico, los objetivos y la clasificación de la Pymes.

En el SEGUNDO CAPÍTULO: Se presentará la situación actual de las Pymes, la importancia de éstas para el crecimiento económico, la evolución que ha tenido por Provincia y la forma que se han distribuido en el territorio nacional, el aporte de empleo que estas generan, las dificultades que han tenido para desarrollarse y las instituciones que apoyan el desarrollo de nuevos microempresarios. Las instituciones que desarrollan microcrédito evolución y planes que el Gobierno constitucional, plantea como política de estado para su desarrollo.

El TERCER CAPÍTULO: En este capítulo desarrollaremos el cuestionario de investigación de campo, posteriormente se tabulará e interpretará los resultados de cada pregunta y se despejar la hipótesis, necesidades de microcrédito para las pymes en la ciudad de Latacunga.

En el CUARTO CAPÍTULO: Se utilizará herramientas gerenciales para diagnosticar que factores afectan directa e indirectamente a las PYMES de la ciudad, como también se establecerá estrategias para mitigar o minimizar los factores que afectan a las finanzas de los microempresarios de la ciudad.

En el QUINTO tenemos las conclusiones y recomendaciones a las cuales se llegó luego de haber analizado los datos relevantes de campo como también luego de haber aplicado herramientas de estrategia empresarial para encontrar, atacar las debilidades, causas y mitigarlas en lo posible.

# **CAPÍTULO I**

## **GENERALIDADES**

1.1	Definición del tema	1
1.2	Alcance	1
1.3	Antecedentes	1
1.4	Justificación	2
1.5	Marco Teórico PYMES	4
1.6	Objetivo General	7
1.7	Objetivos Específicos	7
1.8	Clasificación de PYMES	8
	1.8.1 Clasificación por actividad Económica	8
	1.8.2 Clasificación por tamaño	9
	1.8.3 Clasificación por sector al que pertenece	10
	1.8.4 Clasificación por el capital	10

# **CAPÍTULO II**

## **SITUACIÓN ACTUAL DE LAS PYMES**

2.1	Importancia de las Pymes en el crecimiento económico del País	11
	2.1.1 Aporte de las Pymes al Producto Interno Bruto	11
	2.1.2 Las Pymes como generadoras de empleo	15
2.2	Necesidades de los microempresarios	18
	2.2.1 Necesidades Financieras	19
	2.2.2 Calidad y Competitividad	21

2.2.3	Servicio de Desarrollo Empresarial	24
2.2.4	Información Crediticia	31
2.2.5	Marco Regulatorio	32
2.2.6	Representatividad Sectorial	34
2.3	Definición Microcrédito	35
2.3.1	Instituciones Microcrediticias	36
2.4	Composición del crédito en el sistema Financiero	
	Regulado	37
2.5	Cooperativas de Ahorro y Crédito origen y evolución	
	en las microfinanzas	41
2.5.1	Marco Legal de las Cooperativas de Ahorro	
	Crédito	42
2.6	Banca Privada aporte y crecimiento en las	
	microfinanzas	45
2.7	Programas microfinancieros del Gobierno	52

## **CAPÍTULO III**

### **SITUACIÓN DE MICROCRÉDITO**

#### **EN PYMES DE LA CIUDAD DE LATACUNGA**

3.1	Determinación de fuentes primarias de investigación	55
3.2	Determinación de tamaño de población	57



3.3	Tamaño de la muestra	59
3.4	Diseño de encuesta	59

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS DE RESULTADOS**

4.1	Datos Socio Económicos	96
4.2	Empleo	99
4.3	Ahorro y crédito	102
4.4	Análisis causa de problemas financieros de las PYMES de la ciudad	107

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

5.1	Conclusiones	122
5.2	Recomendaciones	125
	<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	128
	<b>ANEXO 1</b>	129
	<b>ANEXO 2</b>	130

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla1.1	Clasificación de las empresas	9
Tabla 2.1	Cartera bruta sistema financiero para el año 2009	40
Tabla 2.2	Evolución de entidades financieras reguladas	49
Tabla 2.3	Tasa activa efectiva de interés	51
Tabla 3.1	Actividad económica de socios de Cámara de Comercio Latacunga.	58
Tabla 3.2	Edad de microempresarios de la ciudad de Latacunga	68
Tabla 3.3	Género de los microempresarios de la ciudad de Latacunga	69
Tabla 3.4	Nivel de educación los microempresarios de la ciudad de Latacunga	71
Tabla 3.5	Distribución por sector de actividades microempresariales en la ciudad de Latacunga	72
Tabla 3.6	Grupo ocupacional a más de ser microempresario	73
Tabla 3.7	Años de permanencia en el sector microempresarial	74
Tabla 3.8	Número de locales que Ud. tiene	75
Tabla 3.9	Razones para iniciar una microempresa en la Ciudad de Latacunga	76
Tabla 3.10	Actividades desarrolladas antes de ser un microempresario	78
Tabla 3.11	Problemas importantes de las microempresarias de la ciudad de Latacunga	79

Tabla 3.12	Fuentes de financiamiento para iniciar una microempresa	81
Tabla 3.13	Fuentes de trabajo creadas por las microempresas de la ciudad	82
Tabla 3.14	Clientes importantes a quién va dirigido las ventas	83
Tabla 3.15	Percepción de ventas de la microempresas de la ciudad	84
Tabla 3.16	Tendencia a continuar la microempresa en la ciudad	86
Tabla 3.17	Satisfacción del microempresario con su negocio	87
Tabla 3.18	Problemas financieros que tiene las microempresas de la ciudad	88
Tabla 3.19	Procedencia del crédito por sector bancario	90
Tabla 3.20	Destino del crédito hecho por los microempresarios de la ciudad	91
Tabla 3.21	Percepción de servicio de instituciones financieras	93
Tabla 3.22	Monto de crédito adquirido por las microempresas de la ciudad	94
Tabla 3.23	Capital para iniciar una microempresa en la ciudad	95
Tabla 4.1	Factores demográficos de la provincia de Cotopaxi.	96
Tabla 4.2	Población urbana en la ciudad de Latacunga	97
Tabla 4.3	Nivel de instrucción de los habitantes de la Provincia de Cotopaxi	98
Tabla 4.4	Grupo ocupacional de habitantes de Cotopaxi	99
Tabal 4.5	Población económicamente activa nacional (PEA)	100
Tabla 4.6	Matriz de perfil competitivo del Sistema Financiero Regulado.	106

Tabla 4.7	Matriz de valoración de importancia relativa	109
Tabla 4.8	Matriz valoración ventas	110
Tabla 4.9	Matriz valoración talento humano	111
Tabla 4.10	Matriz valoración crédito	112
Tabla 4.11	Matriz valoración producción	113
Tabla 4.12	Matriz causa raíz de problemas financieros de las PYMES de la ciudad de Latacunga	114
Tabla 4.13	Matriz de evaluación de factores externos PYMES Latacunga	117
Tabla 4.14	Matriz de competitividad de las PYMES Latacunga, mercados competencia	118
Tabla 4.15	Matriz de evaluación de factores internos PYMES Latacunga	119
Tabla 4.16	Matriz FODA PYMES de la ciudad de Latacunga	120

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 2.1	Participación de las pymes en el PIB	13
Gráfico 2.2	Distribución de microempresas urbanas por provincias	14
Gráfico 2.3	Comportamiento del desempleo & subempleo	16
Gráfico 2.4	Distribución de microempresas por sector económico	17
Gráfico 2.5.	Fuentes de trabajo creadas por el sector comercio	
18		
Gráfico 2.6	Necesidades principales de microempresarios	19
Gráfico 2.7.	Índice de competitividad global para América Latina	
23		
Gráfico 2.8	Pilares de la arquitectura financiera nacional	29
Gráfico 2.9	Composición del crédito en el sistema financiero	
	regulado para el año 2009	40
Gráfico 2.10	Porcentaje de participación de actores en la cartera	
	Microcrediticia	41
Gráfico 2.11	Evolución de entidades financieras reguladas	49
Gráfico 2.12	Tasa activa efectiva de interés	52
Gráfico 3.1	Actividad económica de socios de Cámara de	
	Comercio Latacunga	
58		
Gráfico 3.2	Edad de microempresarios de la ciudad de Latacunga	69
Gráfico 3.3	Género de los microempresarios de la ciudad	
	de Latacunga	70

Gráfico 3.4	Nivel de educación de los microempresarios de la ciudad de Latacunga	71
Gráfico3.5	Distribución por sector de actividades microempresariales en la ciudad de Latacunga	72
Gráfico 3.6	Grupo ocupacional a más de ser microempresario	73
Gráfico 3.7	Años de permanencia en el sector microempresarial	74
Gráfico 3.8	Número de locales que Ud. tiene	75
Gráfico 3.9	Razones para iniciar una microempresa en la ciudad de Latacunga	77
Gráfico 3.10	Actividades desarrolladas antes de ser un microempresario	78
Gráfico 3.11	Problemas importantes de las microempresa de la ciudad de Latacunga	80
Gráfico 3.12	Fuentes de financiamiento para iniciar una microempresa	81
Gráfico 3.13	Fuentes de trabajo creadas por las microempresas de la ciudad	83
Gráfico 3.14	Clientes importantes a quién va dirigido las ventas	84
Gráfico 3.15	Percepción de ventas de la microempresas de la ciudad	85
Gráfico 3.16	Tendencia a continuar la microempresa en la ciudad	86
Gráfico 3.17	Satisfacción del microempresario con su negocio	87
Gráfico 3.18	Problemas financieros que tiene las microempresas	

de la ciudad	89
Gráfico 3.19 Procedencia del crédito por sector bancario	90
Gráfico 3.20 Destino del crédito hecho por los microempresarios de la ciudad	92
Gráfico 3.21 Percepción de servicio de instituciones financieras	93
Gráfico 3.22 Monto de crédito adquirido por las microempresas de la ciudad	94
Gráfico 3.23 Capital para iniciar una microempresa en la ciudad	95
Gráfico 4.1 Distribución de habitantes en el cantón Latacunga	97
Gráfico 4.2 Población económicamente activa nacional (PEA)	100
Gráfico 4.3 Población económicamente activa de Cuenca, Guayaquil, Quito, Machala y Ambato	101
Gráfico 4.4 Distribución de PEA en la Provincia de Cotopaxi	102
Gráfico 4.5 Número de operaciones Bancos Privados	103
Gráfico 4.6 Número de operaciones Cooperativas	103
Gráfico 4.7 Número de operaciones Sociedades Financieras	104
Gráfico 4.8 Número de operaciones Mutualistas y Bancos del Estado	104
Gráfico 4.9 Volumen de crédito microempresarial entregado por las Instituciones crediticias reguladas	105
Gráfico 4.10 Análisis causa raíz problemas financieros de las PYMES de la ciudad de Latacunga	108

# CAPÍTULO I

## GENERALIDADES

### 1.1 DEFINICIÓN DEL TEMA

Análisis de las necesidades de microcrédito para las PYMES en la ciudad de Latacunga en el periodo 2005 - 2009

### 1.2 ALCANCE

El presente trabajo se desarrollara en Ecuador, región sierra, específicamente en la provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga y se aplicará para el sector urbano.

PAÍS	REGIÓN	PROVINCIA	CANTÓN	SECTOR
Ecuador	Sierra	Cotopaxi	Latacunga	Urbano

### 1.3 ANTECEDENTES

Las microempresas es uno de los pilares fundamentales por los cuales hay que abordar el tema, primero como fuente de generación de empleo, según el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) año 2006, en el Ecuador por este concepto genera 1´018.135 plazas de trabajo. Además, las ventas de estas microempresas representan aproximadamente 25,7% por ciento del Producto Interno Bruto.

Otro aspecto a resaltar es el motivo para iniciar una microempresa, las razones de independecia y generar mayores ingresos para iniciar una microempresa frente a la alternativa exclusiva de encontrar un empleo remunerado, reflejan una visión positiva y una atracción hacia la microempresa.



Los microempresarios confían casi exclusivamente en los ahorros personales y activos e ingresos generados por los negocios para financiar tanto el inicio del negocio como las operaciones continuas del mismo. Cuando perciben una necesidad de financiamiento externo, recurren a fuentes informales, familia, amigos y prestamistas. Las instituciones tales como los bancos, financieras, cooperativas, u organizaciones no gubernamentales no son vistas como fuentes fiables o positivas de fondos.

Las instituciones de microfinanzas que buscan expandir su mercado y atraer a clientes adicionales del sector microempresarial necesitan adaptar sus estrategias de mercadeo a esta realidad. En lugar de maximizar los volúmenes de crédito, necesitan tener cuidado en ajustar los préstamos a la capacidad de los microempresarios. En lugar de promover el crédito como una cura para los problemas de los negocios, necesitan entender mejor las condiciones y la dinámica de las empresas individuales con las que están trabajando para ajustar los productos crediticios y los montos de crédito, de manera que produzcan un beneficio positivo para el cliente.

Los microempresarios necesitan desarrollar, comprender que el crédito, adecuadamente usado, puede ser una herramienta de negocios eficaz y aprovechable. El uso de fondos externos en condiciones prácticas, baratas, seguras y razonables son beneficiosas.

## **1.4 JUSTIFICACIÓN**

Las microempresas proveen trabajo a un gran porcentaje de los trabajadores de ingresos medios y bajos en Ecuador. Según el USAID ECUADOR, más de un tercio (33,5 %) de hogares en áreas urbanas de ingresos medios y bajos tuvo uno o más miembros adultos de la familia con una microempresa. Las proyecciones de la población en conjunto de microempresarios indican un total de 646.084 microempresarios en Ecuador en áreas urbanas (definidas en este caso como pueblos de 2.000

o más habitantes). Estos microempresarios operan un total de 684.850 empresas distintas.

Las microempresas ecuatorianas proporcionaron trabajo para un estimado de 1'018.135 personas o cerca del 25% por ciento de la mano de obra urbana. Además, las ventas de estas microempresas representan aproximadamente 25,7% por ciento del Producto Interno Bruto y sobre 10 por ciento de los ingresos netos totales obtenidos en el país. Las microempresas, por lo tanto, representan un componente importante de la economía urbana.<sup>1</sup>

La provincia de Cotopaxi se caracteriza por su aporte significativo a la economía del país, generando empleo, aporte fiscal y de esta manera al mejoramiento de calidad de vida de sus habitantes. Las actividades económicas a las cuales se dedican son:

- Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura.
- Explotación de Minas y Canteras.
- Industrias Manufactureras.
- Suministros de Electricidad, Gas y Agua.
- Construcción.
- Comercio al por Mayor y al Por Menor.
- Hoteles y Restaurantes.
- Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones.
- Actividades Inmobiliarias.
- Enseñanza.
- Actividades de Servicios Sociales y de Salud.
- Otras Actividades Comunitarias Sociales y Personales de Servicios.

En la ciudad de Latacunga tenemos una concentración importante de microempresas, dedicadas a actividades mencionadas anteriormente, las

---

<sup>1</sup> USAID ECUADOR; MICROEMPRESAS Y MICROFINANZAS EN ECUADOR 2004

mismas que han ido creciendo día a día mejorando su posición en el mercado, es importante determinar cómo han financiado su actividad a lo largo del tiempo, si los fondos para su creación fueron propios, prestados por amigos, familiar o institución financiera privada o estatal además establecer cuál es la percepción que tienen hacia las instituciones financieras cuando se trata de acceder un crédito, en cuanto a cantidad, facilidad y servicios. He aquí la importancia del presente documento que permitirá esclarecer las dificultades que tienen los microempresarios a la hora de solicitar un crédito para financiar sus actividades a lo largo del tiempo.

## **1.5 MARCO TEÓRICO PYMES**

Para el presente estudio, hay que definir claramente el concepto de microempresa para poder establecer conclusiones claras y precisas. Existen una infinidad de apreciaciones o formas, como por ejemplo que son entes informales, empresas de subsistencia familiar, etc. Hasta hoy no hay una categorización rígida ni uniformidad entre países que permitan clarificar que o cual empresa es una PYMES. Para clarificar tomaremos algunas definiciones por ejemplo:

Según el Ministerio de Industrias y Productividad “Una microempresa es una unidad productiva dedicada a la elaboración de bienes y servicios y/o a su comercialización. Puede ser formal e informal y se crea como un organismo de subsistencia, generando empleo e ingresos”<sup>1</sup>.

Otra definición de acuerdo a la Cámara de Comercio de Pichincha, basada en la cantidad de activos que no superen los \$20.000; Las ventas al año no superen los \$30.000, etc. Sociabilizando todos los conceptos se adoptó la siguiente definición:

---

<sup>2</sup> Paúl Rosero. Créditos, más de 300 microempresas quiteñas reciben un espaldarazo. Revista Gestión. Dic. 2005. Pp 59

Una "**microempresa**" es un negocio personal o familiar en el área de comercio, producción, o servicios que tiene menos de 10 empleados, el cual es poseído y operado por una persona individual, una familia, o un grupo de personas individuales de ingresos relativamente bajos, cuyo propietario ejerce un criterio independiente sobre productos, mercados, precios y además constituye una importante fuente de ingresos para el hogar.

### **Microcrédito**

Es todo préstamo concedido a un prestatario, sea persona natural o jurídica, o a un grupo de prestatarios con garantía solidaria, destinado a financiar actividades en pequeña escala, de producción, comercialización o servicios, cuya fuente principal de pago la constituye el producto de las ventas o ingresos generados por dichas actividades, adecuadamente verificados por la institución del sistema financiero, que actúa como prestamista.

### **Instituciones del Sistema Financiero**

En el Ecuador están conformados por los siguientes actores:

- **Banco Central del Ecuador**

Institución oficial encargada del manejo nacional de la liquidez y los medios de pago en una economía. En el Ecuador, debido al proceso de dolarización, las funciones de emisión monetaria se han limitado a algunas monedas fraccionarias.<sup>2</sup>

Las funciones más importantes del Banco Central son:

- ✓ Posibilita que las personas dispongan de billetes y monedas en la cantidad, calidad y en las denominaciones necesarias.

---

<sup>2</sup> Banco Central del Ecuador, misión

- ✓ Facilitar los pagos y cobros que todas las personas realizan en efectivo, o a través del sistema financiero privado.
- ✓ Evalúa, monitorea y controla permanentemente la cantidad de dinero de la economía nacional, para lo que utiliza como herramienta el encaje bancario.
- ✓ Revisa la integridad, transparencia y seguridad de los recursos del Estado que se manejan a través de operaciones bancarias.
- ✓ Ofrece a las personas, empresas y autoridades públicas información para la toma de decisiones financieras y económicas.

- **Superintendencia de Bancos y Seguros**

Entidad jurídica de derecho público, organismo técnico y autónomo, dirigido y representado por el Superintendente de Bancos. Tiene a su cargo el control y la vigilancia de las instituciones del sistema financiero público y privado, así como de las compañías de seguros y reaseguros, determinadas en la constitución y en la ley.

- **Instituciones Financieras Públicas** de carácter social, sin ánimo de lucro, dedicadas a la captación, la administración y la inversión de recursos, y que están al servicio de los impositores y del desarrollo económico de su ámbito territorial de actuación.
- **Instituciones Financieras Privadas:** los bancos, las sociedades financieras o corporaciones de inversión y desarrollo, las asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda y las cooperativas de ahorro y crédito que son intermediarios financieros del público.
- **Instituciones de Servicios Financieros:** almacenes generales de depósito, compañías de arrendamiento mercantil, compañías emisoras o administradoras de tarjetas de crédito, casas de cambio, corporaciones de garantía y retro garantía, corporaciones de desarrollo de mercado secundario de hipotecas.

- **Instituciones Auxiliares de Servicios Financieros:** transporte de especies monetarias y de valores, servicios de cobranza, cajeros automáticos, servicios contables y de computación, fomento a las exportaciones e inmobiliarias propietarias de bienes destinados exclusivamente a uso de oficinas de una sociedad controladora o institución financiera.

## **1.6 OBJETIVO GENERAL**

El presente trabajo tiene como objetivo analizar las necesidades de microcrédito y las dificultades para acceder a las fuentes de financiamiento de las PYMES en la ciudad de Latacunga durante el periodo 2005 - 2009.

## **1.7 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Establecer un diagnóstico de la situación actual de las PYMES de la ciudad de Latacunga en relación a: Tiempo de creación, generación de empleo, crecimiento, capital inicial para su creación (Estructura de capital).
- Determinar cómo las instituciones crediticias locales tanto gubernamentales como privadas contribuyen en el desarrollo de las PYMES en la ciudad.
- Mostrar el aporte de la microempresa latacungueña al Producto Interno Bruto (PIB).
- Identificar el rol de las Instituciones financieras como pilar de apoyo para las PYMES.

## **1.8 CLASIFICACIÓN DE PYMES**

Partiremos de la definición más sencilla que es una empresa, ente dinamizador de la economía que está constituido por recursos humanos,

financieros, económicos y tecnológicos que persiguen objetivos sociales o de lucro.

A las empresas las podemos clasificar desde diferentes puntos de vista:

- ✓ Actividad Económica.
- ✓ Tamaño.
- ✓ Sector al que pertenece.
- ✓ Capital.
- ✓ Por la ley de Superintendencia de Compañías.
- ✓ Otros.

#### **1.8.1 Clasificación por actividad Económica** estas se dividen en:

- **Comercial:** Aquella que se encarga del acercamiento de los bienes desde el productor hacia el intermediario minorista o al consumidor, sin realizar cambios de forma ni de fondo en la naturaleza de los bienes. Por ejemplo la venta de electrodomésticos.
- **Industria:** Es aquella encargada de la transformación, modificación substancial o leve de ciertos bienes menores en otros mayores con la ayuda de los factores de la producción. Por ejemplo la elaboración de pan.
- **Servicios:** Empresa creada con el fin de atender ciertas necesidades de carácter biológico, sentimental, afectivo y similares. Por ejemplo las empresas que prestan el servicio de seguridad.

#### **1.8.2 Clasificación por tamaño**

Las empresas se clasifican microempresas, pequeñas, medianas y grandes. El tamaño de una empresa está dado por varios factores, entre los cuales los más destacados son:

- Valor del Patrimonio

- Volumen de sus Activos Fijos
- Número de Personas
- Superficie o área de utilización

La Cámara de Comercio y de Industria de Pichincha, clasifica las empresas como muestra la tabla 1.1, tomando en cuenta tres factores Activo fijo, número de empleados y ventas anuales. Según esta son microempresas aquellas que tienen un activo fijo menor a \$20.000 dólares, número de empleados menor que 10 y ventas anuales hasta \$30.000 dólares.

TABLA 1.1 CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

CARACTERÍSTICAS	MICRO EMPESA	PEQUEÑA EMPRESA	MEDIANA EMPRESA	EMPRESA GRANDE
ACTIVO FIJO	< \$ 20.000	\$ 20.000 A \$ 200.000	\$ 200.001 A \$ 350.000	MÁS DE \$ 350.000
Nº EMPLEADOS	< 10	10 A 49	50 A 100	MAS DE 100
VENTAS ANUALES	HASTA \$ 30.000	DE \$30.001 A \$200.000	DE \$200.001 A \$300.000	> A \$ 3000.001

*Fuente: Cámara de Comercio y de Industria de Pichincha  
Elaborado: Los Autores  
Fecha: Octubre 20010*

### 1.8.3 Clasificación por Sector al que pertenece

Según el origen del capital las empresas se clasifican en:

- **Sector Privado:** El aporte del capital corresponde a personas naturales o jurídicas del sector privado.
- **Sector Público:** Si el aporte del capital lo hace el Gobierno (Estado).
- **Sector Mixto:** Cuando a la conformación del capital concurren los aportes tanto del sector privado como del sector público.



**1.8.4 Por capital** En este sentido las empresas se clasifican en:

- **Unipersonales:** El capital se conforma con el aporte de una sola persona natural.
- **Sociedad o Compañía:** El capital (propiedad) se conforman mediante el aporte de varias personas naturales o jurídicas.

Las sociedades se subdividen:

- **De Personas:** En comandita Simple y Nombre Colectivo.
- **De Capital:** Sociedad Anónima, Economía Mixta, Compañía Limitada y En comandita por Acciones.

Todas estas reguladas e inscritas a la Súper Intendencia de Compañías

## CAPÍTULO II

### SITUACIÓN ACTUAL DE LAS PYMES

En este capítulo se presentará la situación actual de las PYMES, la importancia de éstas para el crecimiento económico, la evolución que ha tenido por Provincia y la forma que se han distribuido en el territorio nacional, el aporte de empleo que estas generan, las dificultades que han tenido para desarrollarse y las instituciones que apoyan el desarrollo de nuevos microempresarios. Las instituciones que desarrollan microcrédito evolución y planes que el gobierno constitucional plantea como política de estado para su desarrollo.

#### 2.1 IMPORTANCIA DE LAS PYMES EN CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL PAÍS

La importancia que tienen las Pymes en el crecimiento económico de País se ve reflejada en los siguientes parámetros de valorización:

- Aporte al Producto Interno Bruto (PIB).
- Generación de empleo.

##### 2.1.1 APORTE DE LAS PYMES AL PIB

El Producto Interior Bruto, PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado.

**Producto** se refiere a valor agregado.

**Interno** se refiere a que es la producción dentro de las fronteras de una economía.

**Bruto** se refiere a que no se contabilizan la variación de inventarios ni las depreciaciones o apreciaciones de capital.

Producto Interno Bruto (PIB) o Producto Bruto Interno (PBI) es la principal macro magnitud existente que mide el valor monetario de la producción de

bienes y servicios finales de un país durante un período de tiempo (normalmente un año). Existen tres métodos teóricos equivalentes de calcular el PIB: (1) Método del Gasto, (2) Método del Ingreso y (3) Método del Valor Agregado.

**Método del Gasto.-** El PIB es la suma de todas las erogaciones realizadas para la compra de bienes o servicios finales producidos dentro de una economía, es decir, se excluyen las compras de bienes o servicios intermedios y también los bienes o servicios importados.

**Método del Valor Agregado.-** El PIB es la suma de los valores agregados de las diversas etapas de producción y en todos los sectores de la economía. El valor agregado que agrega una empresa en el proceso de producción es igual al valor de su producción menos el valor de los bienes intermedios.

**Método del Ingreso.-** El PIB es la suma de los ingresos de los asalariados, las ganancias de las empresas y los impuestos menos las subvenciones. La diferencia entre el valor de la producción de una empresa y el de los bienes intermedios tiene uno de los tres destinos siguientes: los trabajadores en forma de renta del trabajo, las empresas en forma de beneficios o el Estado en forma de impuestos indirectos, como el IVA

El PIB anual por el método de ingreso se puede obtener mediante la contribución (valor agregado) de los factores de producción en la producción total de bienes y servicios, es decir a través de la distribución primaria o funcional del ingreso.<sup>3</sup>

$$\text{PIB} = \text{RA} + \text{IN} + \text{IMN} + \text{EEN} + \text{CCF}$$

Donde,

PIB = Producto Interno Bruto = Valor Agregado Bruto

RA = Remuneración de los asalariados

---

<sup>3</sup> **Micro finanzas en la economía ecuatoriana: Una alternativa para el desarrollo.** Hugo Jácome Estrella\* y Jorge Cordovéz 2003

IN = Impuestos netos sobre la producción e importaciones

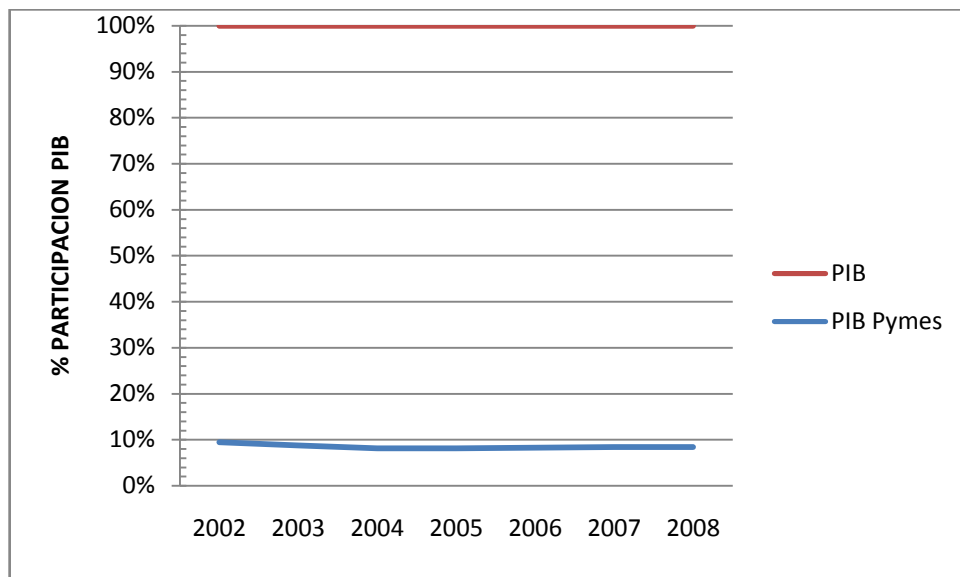
IMN = Ingreso mixto neto

EEN = Excedente de explotación neto

CCF = Consumo de capital fijo

En Ecuador, las PYMES o pequeñas y medianas empresas, tiene una participación en el PIB insignificante, el promedio esta en 9,28%<sup>4</sup>. En el gráfico participación de las PYMES en el PIB, se observa el comportamiento anual del sector en la economía ecuatoriana, demostrando la fragilidad y poca planificación de las estas.

GRÁFICO 2.1: PARTICIPACIÓN DE LAS PYMES EN EL PIB



**FUENTE:** Cámara de comercio y de Industria de Pichincha

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

**La distribución geográfica** de microempresas urbanas por región, tenemos que en la Costa se ubican 66,8%, en la Sierra 31,5% y Oriente 1,7% de micro empresas (según USAID 2005), y la densidad por provincia, se ubican con mayor concentración Guayas y Pichincha con 42,4 % y 17,6%, respectivamente. La gráfica 2.2. Distribución de microempresas por

<sup>4</sup> Datos Banco Central del Ecuador año 2009

provincia, ilustra mejor el comportamiento en cada provincia del sector micro empresarial.

Datos más recientes, basados en la encuesta a microempresarios que realizó el Proyecto SALTO de USAID, señalan que en Ecuador a mediados del 2004 había alrededor de unos 650 mil microempresarios en las áreas urbanas. Para el caso de Cotopaxi con el 1,1% por ciento de microempresas urbanas corresponderían un valor aproximado de 7.150 microempresas.

GRÁFICO 2.2 DISTRIBUCIÓN DE MICROEMPRESAS URBANAS POR PROVINCIAS



**FUENTE: USAID 2005**  
**ELABORADO: Autores**  
**FECHA: Octubre 2010**

El género en la actividad microempresarial está marcado por una tendencia en la cual las mujeres económicamente activas desarrollan microempresas, según el INEC año 2001, el 56,4% y el 31,3% que corresponde a los hombres, estos últimos prefieren ser empleados.

La razón por la cual un alto porcentaje de mujeres decide ser microempresarias es que es una oportunidad para entrar en la fuerza de trabajo activa.

La edad para iniciar actividades micro empresariales, no es un factor decisivo, se pudo observar que en el sector comercial los jóvenes, tienden a incursionar en este sector por el bajo nivel de destrezas requerido para participar en esta actividad permite un acceso más fácil, mientras que para el sector productivo, la edad promedio es mayor por la necesidad de adquirir más destrezas para dirigir actividades productivas, producción de bienes terminados.<sup>5</sup>

### **2.1.2 LAS PYMES COMO GENERADORAS DE EMPLEO**

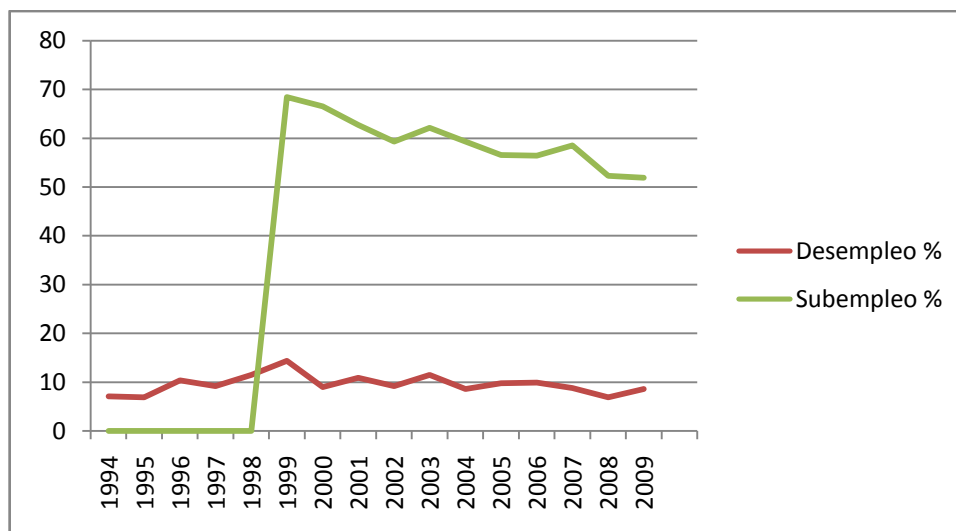
Las microempresas proveen trabajo a un gran porcentaje de los trabajadores de ingresos medios y bajos en Ecuador. Más de un tercio (33,5 %) de hogares en áreas urbanas de ingresos medios y bajos tuvo uno o más miembros adultos de la familia con una microempresa, según informe USAID 2005.

Un importante indicador es la tasa de desempleo, que es igual al total de desempleados dividido para la Población Económicamente Activa (PEA).

---

<sup>5</sup> USAID 2005 MICROEMPRESAS Y MICROFINANZAS EN ECUADOR

GRÁFICO 2.3 COMPORTAMIENTO DEL DESEMPLEO & SUBEMPLEO



**FUENTE:** INEC  
**ELABORADO:** Autores  
**FECHA:** Octubre 2010

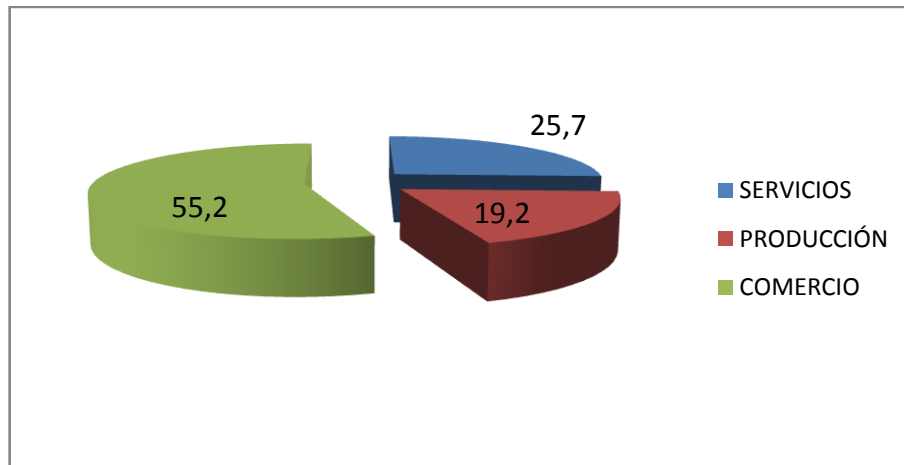
El gráfico 2.3 indica la evolución tasa de desempleo área urbana como también la tasa de subempleo, como se ve la tasa de desempleo permanece casi constante, oscila entre el 8,5% a 15% este por efectos de la crisis del 1999. Con respecto al subempleo se observa un decremento por efectos posibles de aplicación de leyes como la de tránsito que no se permite vender artículos dentro de unidades de servicio público, como también puede ser efecto de la emigración de ciudadanos a otros países.

La consecuencia del subempleo es que cada vez más personas trabajan en jornadas cortas, por tiempos menores y con relaciones laborales no reguladas sin percibir todos los beneficios de ley. (Afiliación al Seguro Social).

Las microempresas pequeñas y medianas empresas tiene una participación, 27% del PEA según el censo del INEC 2006, otro aspecto importante a destacar es la creación de puestos de trabajo es muy limitada en el sector comercial y mayor en el área de producción y servicio como muestra la gráfica 2.4. Distribución de microempresas por sector

económico, destaca la preferencia del empresario por incursionar en estos sectores.

GRÁFICO 2.4 DISTRIBUCIÓN DE MICROEMPRESAS POR SECTOR ECONÓMICO

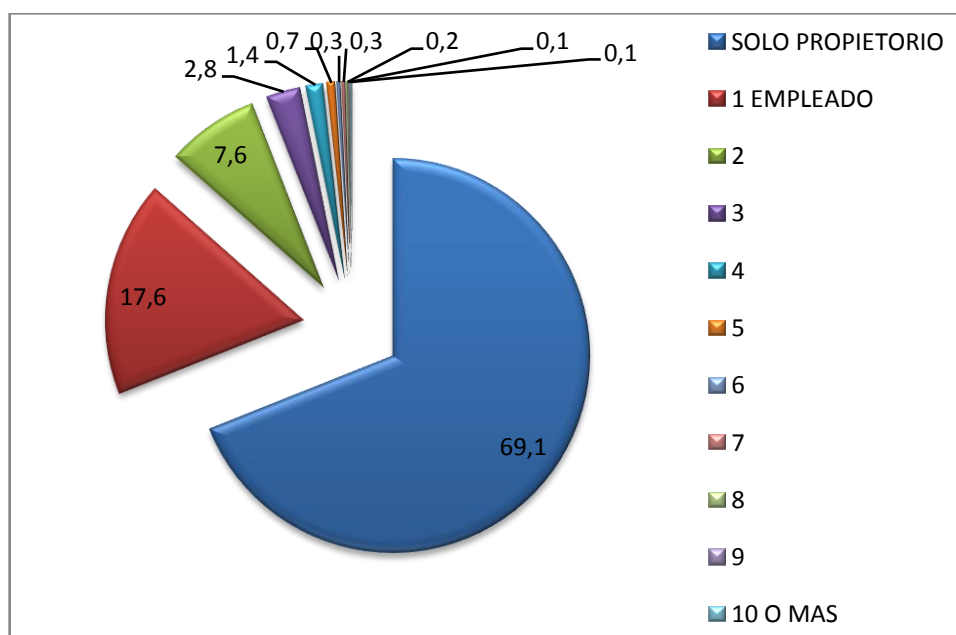


**FUENTE:** USAID 2005  
**ELABORADO:** Autores  
**FECHA:** Octubre 2010

En el gráfico 2.4 se observa el comportamiento del microempresario en cada sector económico, la preferencia es por el sector comercio, este se caracteriza especialmente por lo fácil de entrar al mercado y poca aportación de plazas de trabajo como muestra la gráfica 2.5, Fuente de trabajo generada por sector comercio, en el cual se resalta que en un 69% de estas microempresas es administradas por su propio propietario o familiar.



GRÁFICO 2.5. FUENTES DE TRABAJO CREADAS POR EL SECTOR COMERCIO



**FUENTE:** USAID 2005  
**ELABORADO:** Autores  
**FECHA:** Octubre 2010

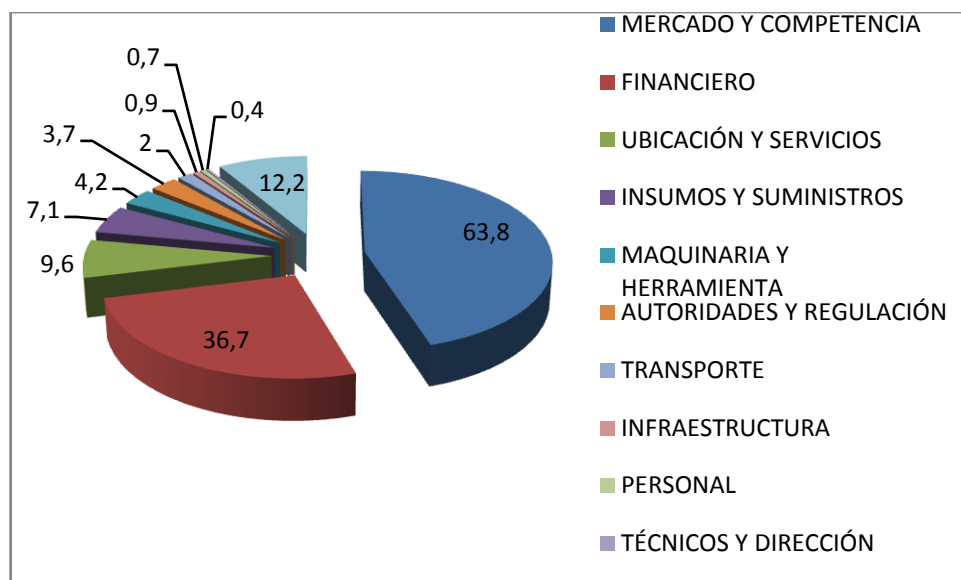
## 2.2 NECESIDADES DE LOS MICROEMPRESARIOS

Muchas son las necesidades de los microempresarios a resolver, el crédito, la capacitación y la asistencia técnica son herramientas fundamentales para resolver problemas; sin embargo, no todos los problemas pueden resolverse por cualquiera de estas herramientas. La extensión en la cual un microempresario responderá a las ofertas de crédito, capacitación o asistencia técnica dependerá de la percepción de los problemas que enfrenta y la adecuación de la herramienta para resolver estos.

Es por consiguiente importante para los donantes, el Gobierno de Ecuador y las instituciones de micro finanzas entender los problemas que los microempresarios enfrentan, su percepción de estos, y la "bondad del ajuste" entre los servicios ofrecidos y los problemas como son percibidos por los microempresarios. Dentro de las necesidades más importantes según el estudio de USAID 2005 resalta las siguientes:

- Mercado y competencia.
- Financiero.
- Ubicación y servicios.
- Insumos y suministros.
- Maquinaria y herramienta.
- Autoridad y regulaciones.
- Transporte.
- Infraestructura.
- Técnicos y dirección.
- Personal (Talento humano).
- Ventas.

**GRÁFICO 2.6. NECESIDADES PRINCIPALES DE MICROEMPRESARIOS**



**FUENTE: USAID 2005**  
**ELABORADO: Autores**  
**FECHA: Octubre 2010**

### 2.2.1 NECESIDADES FINANCIERAS

Existen necesidades urgentes en esta área que no están siendo atendidas, como brindar mayor acceso al crédito y diversificar la oferta de productos financieros específicamente orientados a la microempresa. Esta oferta aún es escasa y en parte se debe a la limitada profesionalización de los recursos humanos. Por ello, las Instituciones Micro Financieras (IMF)

deben contar con personal capacitado en gestión financiera, administrativa, marketing y atención al cliente, para brindar mejores servicios y desarrollar nuevos productos de acuerdo a las necesidades de sus clientes.

Asimismo, se requiere promover la disminución de los costos de crédito y facilitar el acceso al financiamiento, con el propósito de fomentar los esfuerzos que las micros, pequeñas y medianas empresas realizan para mejorar la eficiencia de sus funciones de producción.

Otra innovación, como la aplicación del leasing, facilitaría el acceso a capital de trabajo e inversión por parte de los microempresarios, además disminuiría su nivel de endeudamiento, potenciando sus ingresos y logrando reducir los riesgos en el sistema financiero. Asimismo, el desarrollo del mercado de capitales, mejoraría las alternativas de financiamiento, como por ejemplo la emisión de bonos u obligaciones negociables últimamente emprendidas por la Bolsa de Valores de Quito para PYMES.

Una de las amenazas que enfrenta el mercado es la saturación y el sobreendeudamiento, que se deducen de la alta concentración de los créditos por regiones y grupos poblacionales, y también porque lo están comenzando a reportar algunas IMF al detectar que comparten clientes morosos con otras instituciones. La Súper de Bancos (SB) ha señalado que existe un número importante de clientes con niveles de endeudamiento que exceden su capacidad de pago. Otro aspecto a resaltar es la falta de transparencia en los mecanismos de remuneración de los servicios financieros. No se difunden y en ocasiones no se conocen, las tasas efectivas, los cargos financieros y cada uno de los costos adicionales incluidos en los préstamos. Se requiere brindar mayor transparencia desde y hacia el mercado de las microfinanzas.

Otra eventual amenaza al correcto funcionamiento del mercado de microfinanzas es la intervención del Gobierno en los casos en que genere distorsiones al asumir el rol de ejecutor y no de facilitador. No debe proponer límites a la tasa de interés, ni dar subsidios mal direccionados e insostenibles en el tiempo. El Gobierno puede contribuir efectivamente: facilitando el acceso a los mercados financieros; fomentando la red de transacciones financieras; incrementando la infraestructura que de facilidades tecnológicas para el desarrollo del sector; generando un ambiente apropiado para la creación, ejecución de los negocios, servicios en torno a la microempresa y el microcrédito, proveyendo de la seguridad jurídica para inversionistas, prestamistas; e incentivando los programas, proyectos y pagos a través de la red institucional actualmente disponible.

## **2.2.2 CALIDAD Y COMPETITIVIDAD**

Sin duda el mayor componente para proyectar el éxito y crecimiento de las empresas es la calidad de sus productos o valor agregado generado, como también el grado de creatividad para cautivar mercados internos y externos. La competitividad es sinónimo de eficiencia para la elaboración de producto, comparado con el costo de un mismo producto de origen externo.

Muchos son los factores que han influido en el rendimiento industrial del Ecuador. La baja productividad laboral, el bajo nivel de capital humano, la falta de innovación y los escasos logros alcanzados en materia de infraestructura física, son sólo algunos de los problemas que deben ser resueltos si se quiere mejorar la competitividad de este sector.

Para dar una apreciación de cómo nos encontramos en relación a otros países de América Latina y del mundo es necesario identificar qué significa la competitividad industrial y cómo se la puede medir. Se dice que los países competitivos en el ámbito industrial son aquellos que han conseguido aumentar su capacidad de producción y exportación,

transformando sus estructuras productivas hacia sectores de alto valor agregado y contenido tecnológico, a través de la generación de empleo calificado, remunerado, el uso de tecnologías avanzadas, la explotación eficiente y sostenible de los recursos.

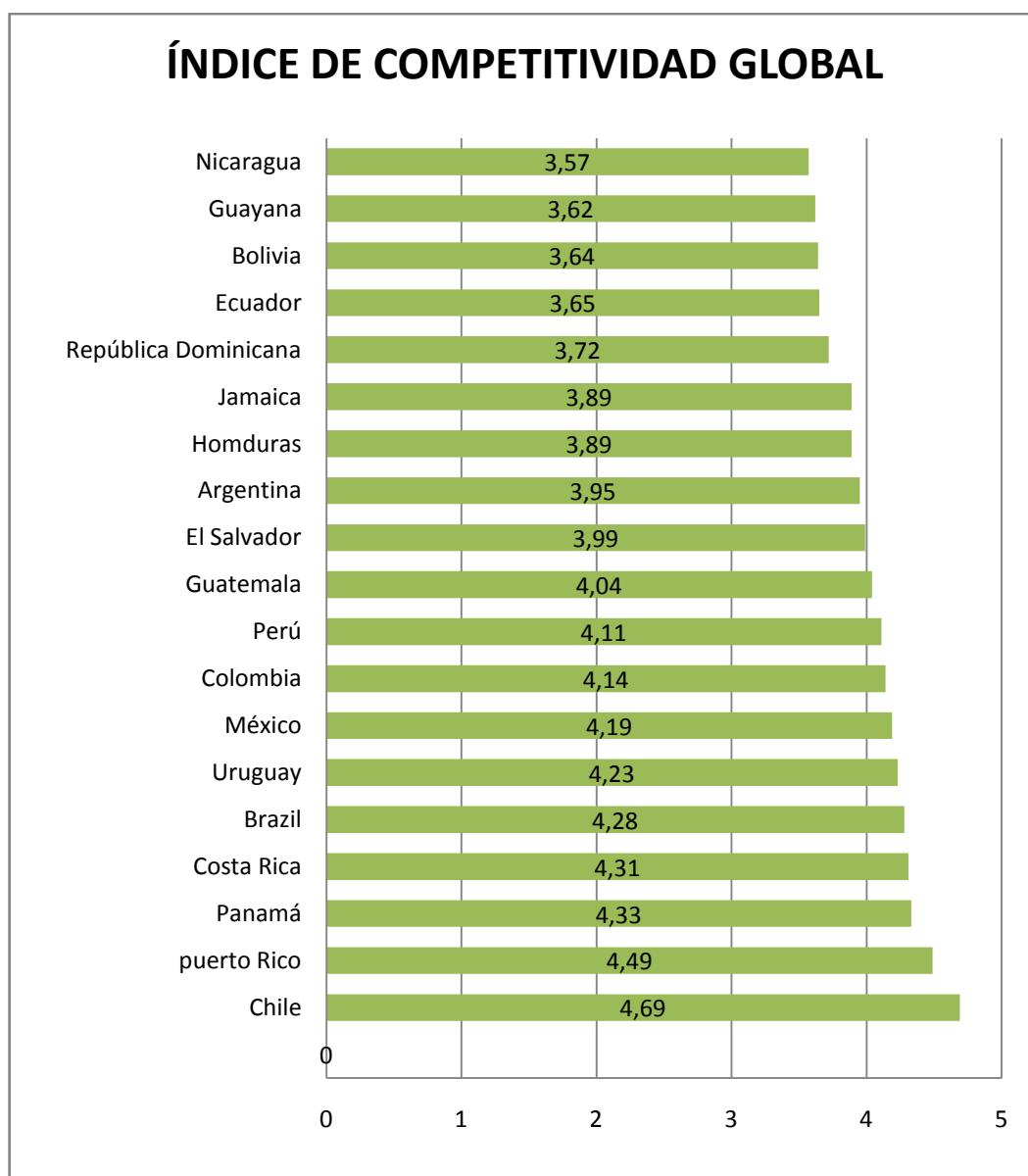
El índice de competitividad mide la habilidad de los países de proveer altos niveles de prosperidad a sus ciudadanos. A su vez, esta habilidad depende de cuán productivamente un país utiliza sus recursos disponibles. En consecuencia, el índice mide un conjunto de instituciones, políticas y factores que definen los niveles de prosperidad económica sostenible hoy y a medio plazo<sup>6</sup>

En el gráfico 2.7, muestra la clasificación según el índice de competitividad 2009-2010 para América Latina, el país más competitivo ubicado a nivel mundial en el puesto 30 es Chile. Ecuador apenas supera a Bolivia, Guayana y Nicaragua.

---

<sup>6</sup> Wikipedia.org, Índice de Competitividad Global

GRÁFICO 2.7. ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD GLOBAL PARA AMÉRICA LATINA



**FUENTE:** Wikipedia, *Índice de competitividad global 2009-2010*

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

La apertura comercial, la internacionalización de la industria obligan al Gobierno y al sector productivo a tomar acciones que favorezcan la competitividad. Para ello, es fundamental contar con un diagnóstico objetivo de la realidad industrial ecuatoriana y de los factores que influyen en la competitividad.

Un ejemplo claro de competitividad es Ruanda en el ranking de la última década ha venido creciendo en forma consistente, tanto así en el ranking 2008/2009 pasó del puesto 143 al 67 una evolución que muchos consideran inexplicable y misteriosa. Pero aquí está la explicación: Ruanda logró hacer reformas que bajaron el tiempo requerido para montar un negocio de 14 a 3 días y el número de trámites requerido de 7 a tan solo 2.

En Ecuador estamos muy lejos de eso. En un solo año, Ruanda hizo 7 reformas que facilitaron la apertura de empresas. Esa es la clave. Ningún misterio. ¿Cómo quedamos en Ecuador ante esto? Algunos sostienen que el Ecuador no está tan mal en ese campo, que se han hecho reformas en las aduanas, que los trámites son menores que hace 10 años, que en general se ve algo de progreso Sí, eso es cierto, algo se ha avanzado. Pero eso no es suficiente<sup>7</sup>.

### **2.2.3 SERVICIO DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

En este punto haremos un paréntesis para nombrar, describir algunas instituciones conocidos como Servicios de Desarrollo Empresarial (SDE), muy pocos conocemos, de la ventajas de usarlos no solamente a la hora de financiar las actividades empresariales. La importancia de éstas radica fundamentalmente en el soporte en áreas como capacitación, transferencia de tecnología, apoyo en mercadeo y en comercio exterior, asesoramiento empresarial, tutorías en preparación de proyectos, planes de negocios, entre otros.

Los Servicios de Desarrollo Empresarial (SDE), están orientados a desarrollar mejoras en cualquier área de la empresa, incrementar las capacidades de los empresarios y de los trabajadores. De esta forma, la presencia de un mercado de SDE resulta sumamente importante para que las micro, pequeñas y medianas empresas sean competitivas.

Las Instituciones dedicadas a brindar SDE son las siguientes:

---

<sup>7</sup> JULIO JOSE PRADO, ECONOMÍA DESCOMPLICADA

- **Centro de Promoción y Empleo para el Sector Informal Urbano (CEPESIU):** Impulsar el desarrollo sostenible con equidad promoviendo la mejora de las economías locales, fomentando el desarrollo de las Unidades Económicas de Pequeña Escala – UEPE, y el fortalecimiento de la institucionalidad que las apoya.

El Centro de Promoción y Empleo para el Sector Informal Urbano CEPESIU, es una entidad privada de desarrollo, creada en 1983, dedicada a la promoción de la micro y pequeña empresa (MYPE) urbana y rural del Ecuador. Opera con oficinas en las ciudades de Guayaquil, Quito y Riobamba, su acción es extensiva a las provincias de estas tres ciudades y adicionalmente a las provincias de Tungurahua, Bolívar, Napo, Santo Domingo de los Tsáchilas, Santa Elena y Esmeraldas

- **La Corporación Femenina Ecuatoriana (CORFEC):** La Corporación Femenina Ecuatoriana, CORFEC se constituyó el 12 de diciembre del 1983. Su filosofía se fundamenta en la promoción y crecimiento de la mujer en lo económico y en sus valores éticos, cívicos creando en ella la capacidad de tomar decisiones con libertad e independencia de criterio, para el ejercicio de su ciudadanía.

CORFEC creó en el año 1995 el Instituto de Formación Técnica de la Mujer IFTEM, con la finalidad de ofrecer capacitación a mujeres y hombres en ramas técnico - artesanales que permitan desarrollar la creatividad y el espíritu artístico de las participantes

- **El Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio (FEPP):** Desde hace muchos años el GSFPEPP asumió como propuesta para acercarse a las familias beneficiarias de su acción la descentralización en oficinas regionales y empresas.

En la actualidad al menos una de las instancias del GSFPEPP está presente con su acción en 23 de las 24 provincias del Ecuador, incluyendo las islas Galápagos, donde FUNDER está a punto de constituir



una sede permanente. Las regionales atienden 21 provincias, en 14 de las cuales se trabaja con mayor intensidad y presencia. Esta presencia se da en 86 cantones y 236 parroquias.

➤ **La Fundación Espoir Ecuatoriana:**, establecida en 1992 y reinscrita en el Ministerio de Bienestar Social en 1998, tomó bajo su responsabilidad en diciembre del 2001, en calidad de transferencia no reembolsable, el programa de Bancos Comunes de Salud (BCS) ejecutado por “ The People –to – People Health Foundation Inc. Project HOPE “ desde 1993, otorgando en 13 años de actividad, el monto de US \$ 56´307.919 en 183.865 créditos entregados a 46.123 mujeres microempresarias pobres.

En Enero de 2002 ESPOIR dio un paso trascendental al decidir especializarse en microcrédito grupal y servicios de educación en salud preventiva, gestión de negocios y fomento del desarrollo humano. La misión institucional no ha cambiado en su esencia aunque se ha modificado la estrategia operativa para enfrentar las necesidades actuales de sostenibilidad, efectividad y crecimiento de los Bancos Comunes de Salud, BCS.<sup>8</sup>

➤ **La Fundación Esquel:** Mediante la **Corporación Codemic** es una corporación civil privada y sin fines de lucro creada por Fundación Esquel para convertirse en su brazo gestor para formular y ejecutar proyectos que fortalezcan las operaciones de las micro y pequeñas empresas del Ecuador. Su creación legal se da el 24 de Septiembre de 2001 a través del Acuerdo N. 01314 del Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca MICIP. Sus líneas de acción son: Servicios Financieros y Servicios de Gestión Empresarial.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> [www.Espoir.org.ec](http://www.Espoir.org.ec)

<sup>9</sup> [www.Esquel.org.ec](http://www.Esquel.org.ec)

➤ **La Fundación Huancavilca:** En junio de 1992, un grupo de empresarios liderado por Marcel Laniado, impulsaron el proyecto para crear el Centro de Desarrollo Comunitario del Guasmo - Guayaquil. Fue así, que el 17 de febrero de 1993 nació Fundación Huancavilca como una Organización No Gubernamental (ONG), sin fines de lucro. Esta adquirió personería jurídica mediante Acuerdo Ministerial N°. 00110 del Registro Oficial N° 131.

El proyecto contó con el aval inicial de Fundación CODESPA, Futuro en Marcha - España, que gestionó ante el Gobierno de España el primer fondo para el montaje del Centro de Desarrollo Integral Comunitario del Guasmo.

Este grupo de fundadores se conformó por: Banco del Pacífico S.A., Sociedad Agrícola e Industrial San Carlos S.A., Jabonería Nacional S.A., Fundación Offsetec, Universidad Católica Santiago de Guayaquil, el Sr. Rodrigo Laniado de Wind y el Sr. Antonio Pino Vernaza; empresas y empresarios con responsabilidad social.

Fundación Huancavilca, ha contado con la cooperación de la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, quien ha dado en comodato las tierras para el montaje y operación de los Centros de Desarrollo Integral Comunitario.<sup>10</sup>

➤ **El Instituto de Investigaciones Socioeconómicas y Tecnológicas (INSOTEC):** Instituto de Investigaciones Socioeconómicas y Tecnológicas es una fundación privada, ecuatoriana, sin fines de lucro creada por iniciativa de un grupo de empresarios de la pequeña industria y técnicos vinculados a esta temática, con el propósito de contribuir al desarrollo económico, social, tecnológico y educativo del Ecuador. Sus estatutos fueron aprobados mediante acuerdo No. 144 del Ministerio de Bienestar Social cuya reforma fue autorizada con el acuerdo ministerial No. 1077 del 19 de mayo de 1994. Su domicilio principal está ubicado en la

---

<sup>10</sup> [www.Cedenma.org](http://www.Cedenma.org)

ciudad de Quito y dispone de cinco centros de servicios empresariales en las ciudades de: Riobamba, Ambato, Pelileo, Santo Domingo de los Tsáchilas y Quito.<sup>11</sup>

➤ **La Red Financiera Rural (RFR):** Es una organización que agrupa instituciones de micro finanzas (cooperativas, ONG's, bancos). El trabajo de la RFR se enfoca en facilitar y potencializar el acceso a servicios micro financieros con el fin de trabajar por el objetivo de expandir servicios financieros a la población rural y urbana como una alternativa sostenible de lucha contra la pobreza.

Institución establecida en Ecuador desde el 3 de junio del 2000 como una Corporación Civil de derecho privado, sin finalidad de lucro. Desde su inicio se ha constituido en una organización abierta al ingreso de instituciones de micro finanzas.

Actualmente, la Red Financiera Rural tiene 40 instituciones miembros, que suman US\$1.180'667.776,88 colocados en cartera de crédito, atendiendo a 666.269 clientes microempresarios, lo que representa cerca del 45% del total de microempresarios existentes en el Ecuador.

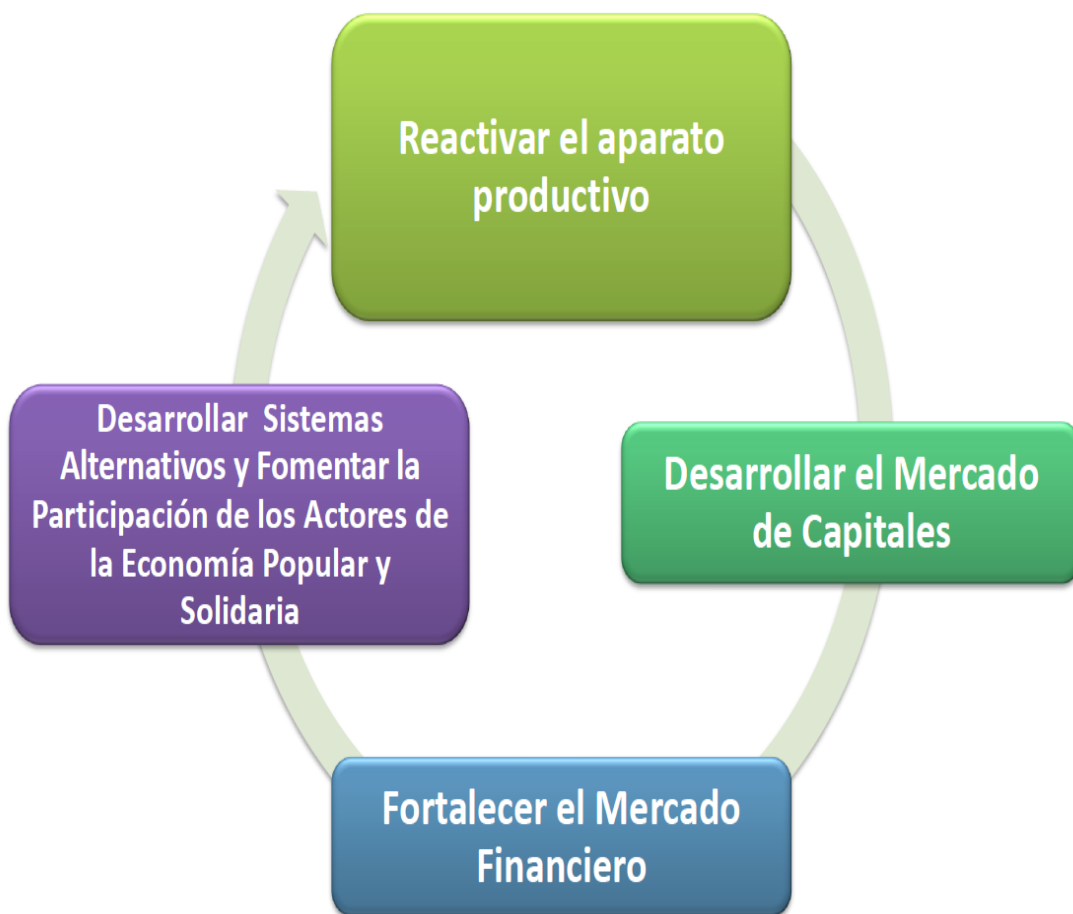
➤ **El Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad (MICIP)**

➤ **Ministerio de Coordinación de la Política Económica:** Pretende estructurar cuatro pilares para la arquitectura financiera nacional como política de estado figura 2.8

---

<sup>11</sup> [www.insotec.ec.com](http://www.insotec.ec.com)

## GRÁFICA 2.8 PILARES DE LA ARQUITECTURA FINANCIERA NACIONAL



Elaborado por: Ministerio de coordinación de la Política Económica

Fecha: Mayo 2010

Los objetivos que persigue esta restructuración son:

- ✓ Fomentar la bancarización y redefinir el rol de la Banca Pública.
- ✓ Procurar una competencia equilibrada en el sector financiero y generar incentivos para impulsar la colocación de crédito hacia los sectores productivos.
- ✓ Implementar mecanismos adecuados para canalizar el ahorro hacia la inversión productiva con énfasis en los micro, pequeños y medianos empresarios.

- ✓ Consolidar y potenciar un fondo de garantía que garantice el acceso al crédito para los actores de la economía popular y solidaria.
  - ✓ Procurar una desmaterialización del sistema de pagos reduciendo la dependencia del dólar físico (pagos electrónicos).
  - ✓ Procurar el desarrollo de un mercado de valores que facilite el financiamiento de actividades productivas y profundice la democratización en el acceso a los medios de producción.
- **El Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP):** Se enmarca en: Formar, Capacitar, Perfeccionar, Certificar y Titular Talento Humano comprometido y solidario para el trabajo mediante sistemas flexibles para los diferentes sectores productivos y grupos de atención prioritaria del país, de acuerdo a los avances tecnológicos y demandas de los usuarios de la formación profesional.
- **Consejo Nacional de Capacitación y Formación Profesional (CNCF):** Su misión es impulsar y facilitar la capacitación, formación profesional laboral de calidad, articulando con otros actores del sistema para formar el talento humano del País a través del diseño, ejecución de acciones de capacitación, formación basadas en competencias, asegurando la pertinencia de la oferta para propender al mejoramiento de los niveles de producción, productividad, calidad y empleabilidad, fomentar la inclusión económica, social de los grupos de atención prioritaria fortaleciendo sus capacidades, conocimientos, como sustento del desarrollo social y económico.<sup>12</sup>
- **La Cooperación Suiza al Desarrollo en Ecuador (COSUDE):** La cooperación al desarrollo tiene como objetivo la lucha contra la pobreza. A través de la formación y capacitación queremos lograr que las poblaciones

---

<sup>12</sup> [www.cncf.gob.ec](http://www.cncf.gob.ec)

en los países más desfavorecidos puedan mejorar su calidad de vida mediante procesos auto gestionados.<sup>13</sup>

A través de:

- ✓ Fomentar la oferta de servicios financieros hacia las pequeñas y medianas empresas.
- ✓ Reducir la contaminación del medio ambiente ocasionada por la actividad productiva.
- ✓ Contribuir al mejoramiento del entorno productivo.
- ✓ Integrar en los proyectos principios democráticos y de la economía de mercado.
- ✓ Promover la sostenibilidad de los proyectos a través de un apoyo temporal y subsidiado.
- ✓ Cooperar con contrapartes locales, que están dispuestas a la autogestión, a hacer aportes propios y a compartir los objetivos de los proyectos.
- ✓ Fomentar sinergias a través de la integración de los proyectos en un programa coherente y la cooperación entre las contrapartes

Si bien existe una extensa gama de SDE disponibles para las microempresas ecuatorianas, las necesidades de estas microempresas son inmensas, enfrentan incipientes tasas de crecimiento, y sus ingresos se ubican en niveles de subsistencia, lo cual genera demandas relevantes relacionadas con su competitividad interna y externa.

#### **2.2.4 INFORMACIÓN CREDITICIA**

La prioridad en esta área es generar un sistema de información crediticia integrado que incluya tanto a las instituciones microfinancieras reguladas y no reguladas, de manera de contar con información completa y real de todo el sistema. Además, este sistema de información deberá promover la “simetría informativa” garantizando que todos los actores manejen la misma

---

<sup>13</sup> [www.swisscontact.org.ec](http://www.swisscontact.org.ec)

información, incluyendo procesos de rendición de cuentas que contribuyen a la transparencia del mercado.

El uso de los Burós de Información Crediticia (BICs) debe hacerse extensivo a todo el mercado de microfinanzas, y al nicho de consumo, para generar un sistema de información integrado que provea los datos positivos y negativos de los clientes, se pueda conocer los reales niveles de endeudamiento. Los BICs contribuyen con información a la transparencia del mercado, tienen el potencial de ser no sólo un instrumento para el control de riesgos crediticios sino también una herramienta para profundizar el mercado financiero, contribuyendo a la creación de nuevos servicios de acuerdo a las necesidades de cada cliente.

En cuanto al manejo de información estadística, existe un gran vacío en lo relacionado con lo rural, además no se cuenta con un sistema de relevamiento de información espontáneo y periódico, que sea parte de las estadísticas nacionales recolectadas por el INEC. Es necesario un observatorio de la microempresa, que brinde información suficiente pormenorizada, actualizada del sector y sus diferentes actores, especialidades en el ámbito nacional, regional, urbano y rural.

### **2.2.5 MARCO REGULATORIO**

Los microempresarios necesitan una legislación que facilite su ingreso a la economía formal, para ello hay que crear ventanillas únicas que simplifiquen su registro, abaraten los costos y agilicen los trámites, se necesita también un sistema tributario accesible y condiciones especiales para que puedan afiliarse al IESS. De esta forma, los microempresarios obtendrían una serie de beneficios, que luego contribuirían a crear más puestos de trabajos, fuentes de ingreso. Se hace indispensable mejorar el clima de negocios a través de la simplificación de los trámites para crear

nuevas empresas y para acceder a los servicios de capacitación profesional de su mano de obra, entre otros.

En cuanto a las microfinanzas, aún es necesario trabajar junto a la SB para adaptar de una mejor manera la normativa microfinanciera. Hay que eliminar la dualidad en la regulación a las Cooperativas de Ahorro y Crédito (COAC); la SB apunta a supervisar a todas las IMF por igual bajo un esquema único, pero se deben considerar diferentes niveles de exigencia de información de acuerdo a las diferentes características de las instituciones. Las leyes, reglamentaciones buscan impulsar instituciones sanas, transparentes y competitivas.

No se puede dejar de lado a las pequeñas COAC, que generalmente son la única IMF en las localidades especialmente rurales. Adicionalmente debe iniciarse la discusión de un marco regulatorio apropiado para las ONG que ejecutan programas de microcrédito. Otro aspecto relevante es mejorar la clasificación de los productos de crédito sin generar distorsiones. Varios especialistas consideran necesario equiparar las asimetrías en la regulación, como en el caso de la morosidad para microcrédito (en mora a los 6 días) y crédito de consumo (en mora a los 16 días), para evitar la desviación de la cartera en busca de beneficios especiales. En este sentido, también se requiere imponer una definición completa de microfinanzas, consensuada y extensiva en todos los ámbitos, que no sea usada con criterios discrecionales. Aún persisten problemas en la implementación de la normativa sobre la gestión de riesgos.

La calificación de riesgos otorgada por algunas compañías no siempre está de acuerdo con las características de la entidad financiera, esto provoca distorsiones en el mercado, se pierde la opción de comparación, la calificación pierde credibilidad del público y de los inversionistas, afecta la transparencia del mercado. Se necesita equiparar las mediciones de riesgo, de manera que se aplique una misma evaluación de los factores



cualitativos, con ponderaciones similares, a fin de que las calificaciones sean comparables bajo estándares internacionales. Finalmente, es necesario asegurar que actualmente y a futuro la normativa apunte a fortalecer la industria de microfinanzas, otorgarle mayor transparencia. La regulación debe generar un clima de estabilidad y certeza jurídica, que contribuya a lograr la promoción del sector.

## **2.2.6 REPRESENTATIVIDAD SECTORIAL**

Lamentablemente, no se ha logrado legitimar la existencia del sector de la microempresa como un sector económicamente activo y además relevante. La representatividad sectorial está muy atomizada, por tanto ausente de coordinación; por un lado está la agremiación de los microempresarios, con la Cámara Nacional de la Microempresa; el gremio de artesanos, y las Cámaras de Pequeñas Industrias, en ocasiones con intereses enfrentados.

En segundo lugar, la agremiación de los proveedores de servicios financieros, con la RFR, FINANCOOP y otros organismos descritos anteriormente, que agrupan a las más variadas IMF; y, en tercer lugar el FOME que reúne a 13 ONG que brindan apoyo principalmente en el campo de los servicios empresariales. Lo descrito es una debilidad por la ausencia de un espacio común de coordinación y de interacción sectorial que incremente su visibilidad en el contexto nacional.

El Consejo Nacional de la Microempresa (CONMICRO): Es una instancia pública, sin ninguna incidencia en las políticas relacionadas con la microempresa, sin presupuesto, sin la participación de los Ministros que pueden impulsar propuestas concretas que favorezcan a la microempresa. Queda aún pendiente generar un espacio de concertación público-privado, donde se puedan elaborar y consensuar las políticas que impulsen el desarrollo de la microempresa, con la subsecuente creación de empleo y disminución de la pobreza. Se debe formular una Política Sectorial para la

microempresa, que se fundamente en las necesidades concretas de los microempresarios.

Resulta necesario articular las políticas sociales con el apoyo a la microempresa. En este sentido, sería muy útil la reformulación del CONMICRO, redefiniendo su composición, ámbito de acción y presupuesto, de manera tal que pueda efectivamente ser el espacio de concertación público-privado donde se impulsen y coordinen las políticas de apoyo a la microempresa. Es necesario lograr una mejor organización del sector, fomentar su unidad y una mejor interlocución con el Estado, de manera que éste reconozca la importancia del sector, su influencia sobre el empleo y la generación de ingresos. El Gobierno debe llevar adelante un conjunto de políticas públicas que sean favorables para la microempresa librándola de los trámites engorrosos, facilitando el acceso a los mercados y el acceso al crédito a través del desarrollo de las microfinanzas.

### **2.3 DEFINICIÓN DE MICROCRÉDITO**

Según la definición de la SB el microcrédito “es todo crédito concedido a un prestatario, sea persona natural o jurídica, o a un grupo de prestatarios con garantía solidaria, destinado a financiar actividades en pequeña escala, de producción, comercialización o servicios, cuya fuente principal de pago la constituye el producto de las ventas o ingresos generados por dichas actividades, adecuadamente verificados por la institución del sistema financiero prestamista” (Junta Bancaria, Resolución 457 del 2002). Se dispuso además que el límite máximo para considerarlo microcrédito es de US\$ 20.000, el solicitante no necesita presentar estados financieros, sino que la IMF deberá evaluar su capacidad de pago y la estabilidad de su fuente de recursos, y establecerá el monto del crédito mediante la aplicación de tecnología crediticia específica en microfinanzas.

Lamentablemente, en la práctica la clasificación de los microcréditos se guía directamente por el monto del crédito sin analizar al destinatario del

préstamo, con lo que se incluye en la cartera de microfinanzas créditos de consumo.

Las microfinanzas tienen como meta final el mejorar las condiciones de vida fundamentalmente de los más pobres, y uno de los medios más apropiados es prestarles servicios financieros. El desafío es medir el verdadero impacto social y comprobar si realmente se está trabajando para reducir la pobreza.

### **2.3.1 INSTITUCIONES MICROREDITICIAS**

El Ecuador tiene una larga trayectoria de instituciones de microfinanzas que están vinculadas, principalmente, al sistema de cooperativismo desarrollado en el país. Las asociaciones gremiales y cooperativas datan desde 1879 al conformarse la primera institución con estas características en la ciudad de Guayaquil, la “Sociedad de Artesanos Amantes del Progreso”, de ahí en adelante el desarrollo de sistema cooperativo ha sido sumamente dinámico, así como el desarrollo de las cooperativas de ahorro y crédito (COAC).

Para una mejor comprensión dividiremos en:

- Cooperativas de ahorro y crédito reguladas y no reguladas.
- ONGs especializadas en microcrédito.
- Bancos Privados y sociedades financieras.
- Estructuras financieras locales, cajas de ahorro y crédito, bancos comunales.
- Red Financiera Rural: que agrupa a todos los tipos de instituciones de microfinanzas a nivel nacional.

Estas instituciones reciben sus recursos generalmente a través de inversionistas privados y/o estatales principalmente extranjeros: Algunos de ellos son la Banca Ética Europea, Gobiernos Europeos, Organismos Multilaterales, Organismos de Cooperación, ONGs Internacionales, Grupos de Iglesias, Personas particulares Bancos, COAC no reguladas, COAC reguladas, ONG.

Trataremos de forma más cercana a las Cooperativas de Ahorro y Crédito como elementos de impulso para el financiamiento de actividades micro empresariales las cuales podemos clasificar de primer piso y segundo.

Las Cooperativas de Primer Piso son aquellas que pueden realizar intermediación financiera con sus socios y terceros que podrán ser personas naturales o jurídicas.

Las Cooperativas de Segundo Piso son aquellas que únicamente pueden realizar intermediación financiera con Cooperativas de Ahorro y Crédito de Primer Piso, socias o no socias.

## **2.4 COMPOSICIÓN DEL CRÉDITO EN EL SISTEMA FINANCIERO REGULADO**

El crédito de acuerdo a la concepción tradicional, se define como el derecho que tiene el deudor de recibir del acreedor alguna cosa, en la medida que haya confiabilidad con el compromiso de pago o devolución. Desde el punto de vista legal, el crédito según la ley, el comercio y la economía es el derecho que una persona llamada acreedor, tiene para obligar a otra, el deudor, a pagar. En realidad son múltiples los conceptos, pero lo más adecuado a nuestros tiempos y desde el punto de vista financiero, es que el crédito es una operación o transacción de riesgo en la que el acreedor (prestamista) confía a cambio de una garantía en el tomador del crédito o deudor (prestatario), con la seguridad que este último

cumplirá en el futuro con sus obligaciones de pagar el capital recibido (amortización de la deuda), más los intereses pactados tácitamente (servicio de la deuda)<sup>14</sup>. El sistema financiero regulado por la SB, clasifica el crédito por el fin de uso en:

- Comercial
- Crédito de consumo
- Vivienda
- Crédito a la microempresa

**Comercial:** Son todos aquellos dirigidos al financiamiento de actividades productivas, las operaciones de tarjetas de crédito corporativas y los créditos entre instituciones financieras. **Crédito Corriente:** Préstamo concedido a través de una tarjeta de crédito donde el cliente realiza sus consumos y puede pagar sin recargo en el mes siguiente al estado de cuenta.

**Crédito de consumo:** Son otorgados a personas naturales que tengan por destino la adquisición de bienes de consumo o pago de servicios; que generalmente se amortizan en función de un sistema de cuotas periódicas y cuya fuente de pago es el ingreso neto mensual promedio del deudor, entendiéndose por éste el promedio de los ingresos brutos mensuales del núcleo familiar menos los gastos familiares estimados mensuales.

**Vivienda:** Son otorgados a personas naturales para la adquisición, construcción, reparación, remodelación y mejoramiento de vivienda propia, siempre que se encuentren amparados con garantía hipotecaria y hayan sido otorgados al usuario final del inmueble; caso contrario, se considerarán como créditos comerciales

---

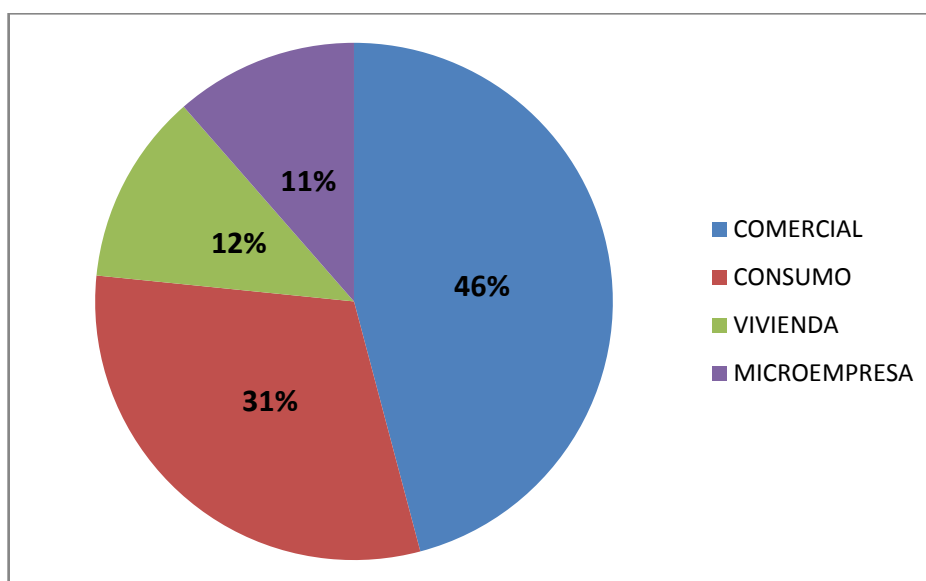
<sup>14</sup> [www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com)

**Hipotecario:** Aquel en el que el deudor cuenta con el respaldo de una garantía de un bien inmueble hipotecado a la institución financiera. Por lo general, es de mediano o largo plazo y se otorga para la compra, ampliación, reparación o construcción de una vivienda, compra de sitios, oficinas o locales comerciales, o para libre disponibilidad; tales propiedades quedan como garantía del préstamo, a favor de la institución financiera que lo otorga, para asegurar el cumplimiento de su pago.

**Crédito a la microempresa:** Son aquellos créditos directos o indirectos otorgados a personas o jurídicas, destinados al financiamiento de actividades de producción, comercialización o prestación de servicios.

La distribución de cartera por actores (Banca Privada, Cooperativa de Ahorro y Crédito, Mutualistas, Sociedades Financieras y Banca Pública), según la Súper Intendencia de Bancos para el año 2009 se tiene en el gráfico 2.9: Composición de crédito del sistema regulado, el mismo manifiesta que el 46% de la cartera está destinado al segmento consumo, el 31% está destinado al consumo, el 12% se asigna para vivienda y el 11% se destina para el sector micro empresarial.

GRÁFICO 2.9. COMPOSICIÓN DEL CRÉDITO EN EL SISTEMA FINANCIERO REGULADO PARA EL AÑO 2009



**FUENTE: SUPER INTENDENCIA DE BANCOS ECUADOR**  
**ELABORADO: Autores**  
**FECHA: Octubre 2010**

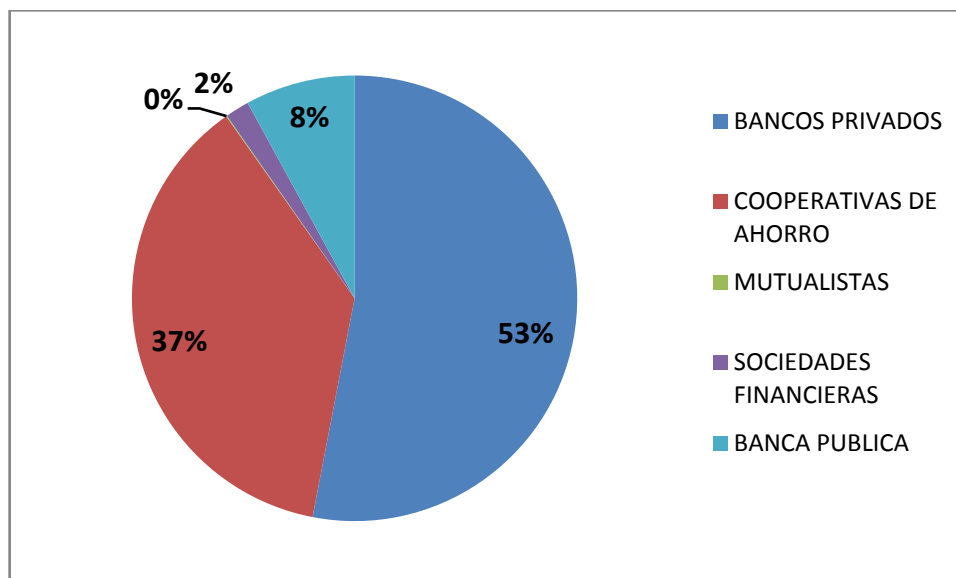
TABLA 2.1: CARTERA BRUTA SISTEMA FINANCIERO PARA EL AÑO 2009

CARTERA BRUTA	BANCOS PRIVADOS	COAC	MUTUALISTAS	SOCIEDADES FINANCIERAS	BANCA PUBLICA	TOTAL
<b>COMERCIAL</b>	51,356.02	229.94	363.76	851.41	20,502.22	73,303.35
<b>CONSUMO</b>	33,361.61	6,983.82	518.06	7,818.73	426.64	49,108.86
<b>VIVIENDA</b>	15,378.18	1,688.20	1,675.81	137.43	244.04	19,123.66
<b>MICROEMPRESA</b>	9,688.58	6,797.75	12.36	319.05	1,455.76	18,273.51

*En millones de dólares*  
**FUENTE: SUPER INTENDENCIA DE BANCOS ECUADOR**  
**ELABORADO: Autores**  
**FECHA: Octubre 2010**

En el cuadro 2.1, se puede destacar también que el actor más importante es la Banca Privada, en la cartera de crédito micro empresarial, como muestra la Figura 2.10. Porcentaje de participación en la cartera micro financiera, con un 53%, seguido por su propósito de existencia las Cooperativas de ahorro y crédito con un 37%, posteriormente la banca pública con un 8%.

GRÁFICO 2.10: PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE ACTORES EN LA CARTERA MICROREDITICIA



**FUENTE: SUPER INTENDENCIA DE BANCOS ECUADOR**

**ELABORADO: Autores**

**FECHA: Octubre 2010**

## 2.5 COPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO ORIGEN Y EVOLUCIÓN EN LAS MICROFINANZAS

El precursor del sistema COAC se puede asociar con Friedrich Wilhelm Raiffeisen, el cual dejó un legado importante para la humanidad y con una rica experiencia en cooperativismo de ahorro y crédito. Este hombre impulsó el sistema COAC basado en los principios de auto ayuda, auto responsabilidad y auto administración, en su tiempo fundó varias cooperativas en su país natal Alemania y aquellos principios e ideas continúan todavía vigentes en el mundo .

En el Ecuador, el sistema de COAC inicia en el siglo XIX en las ciudades de Quito y Guayaquil (1879-1900) bajo la modalidad de organizaciones gremiales; estas organizaciones tenían como objetivos fundamentales contribuir al bienestar de sus asociados, implementar la creación de una



caja de ahorro que otorgaba créditos para los socios y sus familias, solventar gastos de calamidad doméstica. A partir de 1910, se constituyen varios tipos de organizaciones de carácter cooperativo que en su mayoría son patrocinadas por gremios, empleados o trabajadores.

Los objetivos principales con los que surgieron las COAC son: Autoayuda, auto gerencia y auto responsabilidad de sus socios miembros. El principio de la auto ayuda era y sigue siendo el principal indicador de desarrollo de las cooperativas, tanto a nivel local como mundial. Además de estos 3 objetivos generales, se podrían establecer otros específicos como: la copropiedad, que involucra la afiliación del socio a la cooperativa, y compromiso, el mismo que adquiere al sentirse parte de la organización, comprometido con el bienestar de la misma mediante el pago oportuno de los préstamos. Por su definición, las COAC solo operaban en un área geográfica limitada, lo que les permitía tener un elevado conocimiento de los socios y de la situación local de los diferentes sectores productivos, captando la liquidez de esa zona e invirtiéndola en proyectos productivos en la misma zona (Superintendencia de Bancos y Seguros, 1980).

### **2.5.1 MARCO LEGAL DE LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO**

En el año de 1963 se emitió la Ley General de Cooperativas (LGC), la misma que fue promulgada el 7 de septiembre de 1966. En el año 1968 se dicta el reglamento de la ley general de cooperativas (LGC), el mismo que involucraba tanto cooperativas de carácter gremial o asociaciones, como cooperativas con un ámbito más general. En el año 1985, mediante resolución de La Junta Monetaria JM-266-85, se ratifica la naturaleza de las COAC como entes de intermediación financiera y faculta a la Superintendencia de Bancos y Seguros (SBS) para realizar sus labores de control en el sistema, precautelar los intereses del público en general. Hasta esos momentos las cooperativas estaban bajo el control de la Dirección Nacional de Cooperativas del Ministerio de Bienestar Social

(DNCOAC-MBS); por lo que, la SBS creó la Dirección General de Cooperativas (DGCOAC), cuyo objetivo principal era censar el número de COAC que había en el país y analizar qué cooperativas debían pasar al sistema financiero regulado, es decir, bajo el control y supervisión de la SBS.

El Gobierno Nacional mediante decreto 194 considera que, la Constitución de la República, en su artículo 283, establece que el sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objeto garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. Además, establece que el sistema económico se integrará por las formas de organización económica popular y solidaria, e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

Que, la Constitución de la República, en su artículo 309, establece que el Sistema Financiero Nacional incluye al sector financiero popular y solidario, el cual contará con normas, entidades de control específicas, diferenciadas, que se encargarán de preservar su seguridad, estabilidad, transparencia y solidez; Que, la Constitución de la República, en su artículo 311, establece que el sector financiero popular y solidario se compondrá de: cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, cajas de ahorro; estableciendo, que las iniciativas de servicios del sector financiero popular, solidario y las micro, pequeñas, medianas unidades productivas recibirán un tratamiento diferenciado, preferencial del Estado, en la medida en que impulsen el desarrollo de la economía popular y solidaria.

Que, el Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010 en su Objetivo No. 6 garantiza el trabajo, justo y digno, mediante la aplicación de la Política 6.1,

cuyo objetivo es propiciar el empleo emergente y dinamizar la economía considerando, para tal efecto, las siguientes estrategias:

1. Incentivo a las Cooperativas de Ahorro y Crédito, entidades de Finanzas Solidarias para captar, canalizar el ahorro, con costos equitativos, favoreciendo en particular a los emprendimientos de la economía solidaria.
  
2. Fomento a las micro y pequeñas empresas, tomando en cuenta a las Finanzas Solidarias en sus diversas formas, estimulando proyectos articuladores, cooperativos y comunales exitosos.
  
3. Consolidación de un programa integral dirigido a las Finanzas Solidarias en sus diversas formas, que permitan a micro y pequeños empresarios el acceso a recursos crediticios, mercados financieros bajo condiciones preferenciales. Que, es decisión del Gobierno Nacional promover la democratización del acceso al crédito por parte de los actores de la Economía Popular y Solidaria, objetivo que será logrado con el impulso y fortalecimiento del sector financiero popular, solidario a fin de que sea un efectivo catalizador de recursos a los sectores más vulnerables del país; Que el sector cooperativo de ahorro y crédito ha posibilitado el acceso al crédito a los sectores de la economía popular, que han sido excluidos del sector financiero formal, convirtiéndose así en un elemento dinamizador de la economía nacional, el aparato productivo en particular, fortaleciendo el tejido social en los territorios; Que, es necesario dotar a las Cooperativas de Ahorro y Crédito de un marco jurídico que les permita desenvolverse dentro de los principios, valores y fines cooperativistas, en el marco de su objeto social de intermediario financiero cooperativo.
  
4. Que, la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero en su artículo 212 establece que mediante decreto ejecutivo se reglamentará la constitución, organización, funcionamiento y liquidación, así como las facultades de competencia y control de la Superintendencia de Bancos y Seguros respecto de las Cooperativas de Ahorro y Crédito que realizan

intermediación financiera con el público; y, En ejercicio de las atribuciones conferidas por los artículos 147 número 13 de la Constitución de la República del Ecuador, y 212 de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero.

**Decreta:**

Expedir el siguiente:

***REGLAMENTO QUE RIGE LA CONSTITUCIÓN, ORGANIZACIÓN, FUNCIONAMIENTO Y LIQUIDACIÓN DE LAS COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO QUE REALIZAN INTERMEDIACIÓN FINANCIERA CON EL PÚBLICO, Y LAS COOPERATIVAS DE SEGUNDO PISO SUJETAS AL CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS.***

## **2.6 BANCA PRIVADA, APOORTE Y CRECIMIENTO EN LAS MICROFINANZAS**

Desde sus inicios, el sistema bancario ha sido un pilar fundamental para el desarrollo tanto de pequeños como de grandes negocios; y esta importancia se ha ido incrementando a lo largo de los años por distintas razones, una de ellas la imperiosa necesidad de asegurar y acumular los capitales obtenidos.

Esta oportunidad de masificar los servicios bancarios a la mayor cantidad de personas vió la necesidad de iniciar programas específicos de microfinanzas, como son los desarrollados por el Banco Solidario, Procredit, Banco del Pichincha con Credife y Banco de Guayaquil como los principales actores en este tipo de cartera.

**Banco Solidario:** Han pasado 15 años desde que la Financiera Enlace se convirtió en Banco Solidario. Con la fórmula de “hacer de la misión del Banco su misión de vida”, un grupo de ecuatorianos se unieron para crear el Solidario convencidos de “creer en la gente por lo que es, más que por lo que tiene”.

La Misión del banco es: Somos una organización ecuatoriana que contribuye a reducir la pobreza y a mejorar la calidad de vida de los segmentos menos favorecidos, a través de la satisfacción de sus necesidades, con productos y servicios financieros de calidad e innovadores.<sup>15</sup>

Retribuimos la confianza de nuestros depositantes, inversionistas, accionistas y colaboradores con rentabilidad financiera, social y ambiental, con base en la gestión competitiva de un equipo humano íntegro, responsable, solidario y entusiasta que hace de estos principios parte de su misión de vida.

**Procredit:** El Grupo ProCredit está liderado por ProCredit Holding AG, una sociedad anónima con sede en Francfort del Meno, Alemania, fundada en 1998 con el nombre de “Internationale Mikro Investitionen” (IMI). La misión del Banco ProCredit es “Un banco orientado al desarrollo de los países en que opera, que ofrece servicios financieros integrales. Ofrece un excelente servicio al cliente y una amplia gama de productos bancarios. En las operaciones de crédito se orienta principalmente a las micro, pequeñas y medianas empresas porque están convencidos de que éstas crean el mayor número de empleos y aportan una contribución significativa a las economías en las que operan.

A diferencia de otras instituciones financieras, Procredit no promueve el crédito al consumo, sino que pone su enfoque primordial en la prestación de servicios de banca socialmente responsable, contribuyendo a la creación de una cultura del ahorro y estableciendo relaciones a largo plazo con nuestros clientes.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> [www.Banco-solidario.com](http://www.Banco-solidario.com)

<sup>16</sup> [www. Bancoprocredit.com.ec](http://www.Bancoprocredit.com.ec)

**Banco del Pichincha con Credife:** En medio de la crisis económica que atravesaba el Ecuador en 1999, las oportunidades de los microempresarios para acceder a fuentes de financiamiento eran limitadas. Banco Pichincha desarrolló grandes esfuerzos para ingresar en el campo de las microfinanzas y es así como el 9 de abril de 1999 inicia operaciones Credife Desarrollo Microempresarial S.A., subsidiaria del Banco Pichincha, con el fin de prestar servicios financieros integrales, orientados al desarrollo del sector microempresarial ecuatoriano.

**Banco de Guayaquil:** Inicia sus operaciones en este sector en Octubre del 2004, este ofrece créditos para capital de trabajo, adquisición de maquinaria y adecuación de local.

Para ingresar al sector microcréditos, el Banco de Guayaquil recibió el asesoramiento de la Asociación Internacional de Desarrollo (AID), con el fin de capacitar a los oficiales de crédito. Los negocios que tienen mayor posibilidad de obtener un crédito son los que están en la línea de producción, comercio y servicios.

### **Evolución de entidades**

Diversas entidades financieras actúan en la cartera de las microfinanzas en Ecuador, es así que a partir del 2002 el sector se vuelve muy dinámico y tiene gran acogida en el mercado financiero ecuatoriano. La variedad de productos demandados por los clientes de los sectores microproductivos, usualmente excluidos de los servicios financieros tradicionales, se torna cada día más exigente, hoy por hoy se cuenta con productos microfinancieros, como crédito, ahorros, inversión, microseguros y la creación de los denominados “corresponsales no bancarios”, que facilitan el acceso a servicios financieros. En el año 2002 existían 14, (Ver Figura 2.11 Evolución de entidades crediticias reguladas por la SIB), entidades que proporcionaban servicios microfinancieros, a septiembre de 2010

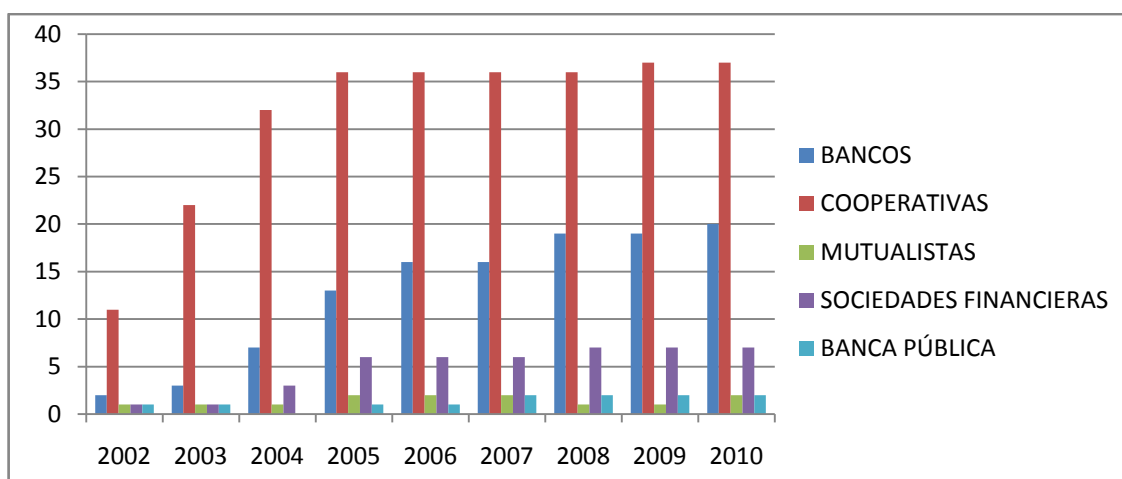
ascienden a 68 las instituciones financieras dedicadas a este negocio: 20 bancos privados, 37 cooperativas, 7 sociedades financieras, 2 mutualistas y 2 entidades públicas (Banco Nacional de Fomento y Corporación Financiera Nacional)<sup>17</sup>, evidenciándose la importancia que reviste el desarrollo de la industria micro financiera en el país. El impulso y evolución de las instituciones que realizan microfinanzas va en aumento, sus operaciones han crecido y los clientes diversifican su portafolio de productos *“Por primera vez en la historia, las instituciones comerciales que operan en el sector financiero formal han comenzado a satisfacer la enorme demanda de servicios rentables”*.

Es importante indicar que con la promulgación de la Resolución No. JB-2008-1150 de 30 de junio de 2008, la Junta Bancaria autorizó a las entidades financieras para que, bajo su entera responsabilidad, puedan optar por el mecanismo de corresponsales no bancarios, cuyo objetivo primordial es facilitar el acceso, profundización y bancarización de servicios financieros. En este sentido, el organismo de control ha propiciado y apoyado el desenvolvimiento de este tipo de operaciones, en busca de un mayor grado de profundización financiera y acceso a servicios financieros. Hay que también ver los indicadores de desenvolvimiento como son la morosidad y el comportamiento de la tasa de interés.

---

<sup>17</sup> Súper Intendencia de Bancos, ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DE LAS MICROFINANZAS 2009-2010

GRÁFICO 2.11. EVOLUCIÓN DE ENTIDADES FINANCIERAS REGULADAS



**FUENTE: SÚPER INTENDENCIA DE BANCOS ECUADOR**  
**ELABORADO: Autores**  
**FECHA: Octubre 2010**

TABLA 2.2. EVOLUCIÓN DE ENTIDADES FINANCIERAS REGULADAS

	BANCOS	COOPERATIVAS	MUTUALISTAS	SOCIEDADES FINANCIERAS	BANCA PÚBLICA	TOTAL SISTEMA
2002	2	11	1	1	1	16
2003	3	22	1	1	1	28
2004	7	32	1	3	0	43
2005	13	36	2	6	1	58
2006	16	36	2	6	1	61
2007	16	36	2	6	2	62
2008	19	36	1	7	2	65
2009	19	37	1	7	2	66
2010	20	37	2	7	2	68

**FUENTE: SÚPER INTENDENCIA DE BANCOS ECUADOR**  
**ELABORADO: Autores**  
**FECHA: Octubre 2010**

### MOROSIDAD

En lo que respecta al nivel de morosidad de la industria microfinanciera, los actores y operadores, desde su origen han establecido de cierta forma una estrategia para precautelar y cuidar el desarrollo del mercado microfinanciero, elementos como la especialización y la tecnología crediticia adquirida por los instituciones que hacen microfinanzas, el apoyo



de organismos internacionales, la capacitación y modernización en la entidad de control, han contribuido a mantener un nivel de morosidad adecuado, inferior al 6%, pero precisa recalcar que el hecho fundamental que contribuye a mantener dichos niveles son las características propias del cliente microfinanciero, su imperiosa necesidad de mantener viva la posibilidad de crecer, desarrollar su emprendimiento, a pesar de aquello, las cifras ya empiezan a ser preocupantes; así en septiembre de 2009, la morosidad que experimentó la banca pública fue del 31%, los bancos privados y mutualistas registraron el 5% y 9%, respectivamente; en tanto que las cooperativas y las sociedades financieras experimentaron un 6% y 9% de morosidad en su orden. Para igual periodo del 2010, las cifras fueron las siguientes: Banca Pública 13%; Sociedades Financieras 8%, Mutualistas 13%; Cooperativas 5% y Bancos Privados 3%.

## **TASAS DE INTERÉS**

Las tasas de interés para el sector microfinanciero conllevan “costos adicionales”, ya que implican mayor grado de especialización, atención personalizada en el campo y contar con tecnología específica para microfinanzas, razones por las cuales se diferencian de las tasas de interés para otros tipos de financiamiento como son: comercial, consumo y vivienda; sin embargo, la política gubernamental atada a una necesidad de brindar mayor acceso al financiamiento, vía transparencia y sensibilidad del sector privado, ha logrado ajustar las tasas de interés; es así que la tasa promedio ponderada para el sector microfinanciero a septiembre de 2010 se encuentra en el 20,56%; la tasa de interés de los bancos privados 21,66%, cooperativas de ahorro y crédito 20,03%, mutualistas 20,17%, sociedades financieras 21,88% y la banca pública 8,8%, lo cual comparado con la tasa activa efectiva máxima establecida por el Banco Central del Ecuador para microcrédito acumulado simple, que para septiembre de 2010 fue del 30,5%, se puede evidenciar que las entidades financieras dedicadas a este negocio, están dentro de los parámetros establecidos por

la autoridad. Cabe indicar que el rendimiento promedio estimado de la cartera de microfinanzas a septiembre de 2010 fue del orden del 21,1% y para septiembre de 2009 alcanzó 21,6%, este es el resultado del indicador que mide los intereses acumulados en relación con la cartera por vencer promedio. El rendimiento promedio estimado de los bancos privados fue el BCE estableció una metodología desde el 1 de mayo del 2010, por la cual, las tasas para el microcrédito minorista (hasta 3 mil dólares) y para el de acumulación simple (de \$ 3 mil a \$ 10 mil) bajen de 33,9% a 30,50% y de 33,3% a 27,5%, respectivamente. 25,7%; Cooperativas 19,2%; Mutualistas 21,8%; Sociedades Financieras 21,6% y de la Banca Pública 7,4%.

Los problemas de financiamiento ocurren también a la hora de obtener un crédito, la tasa de interés es alta comparando entre Consumo, Comercio y vivienda. Como vemos en la siguiente tabla 2.3 tasa activa efectiva máxima.

**TABLA 2.3 TASA ACTIVA EFECTIVA MÁXIMA**

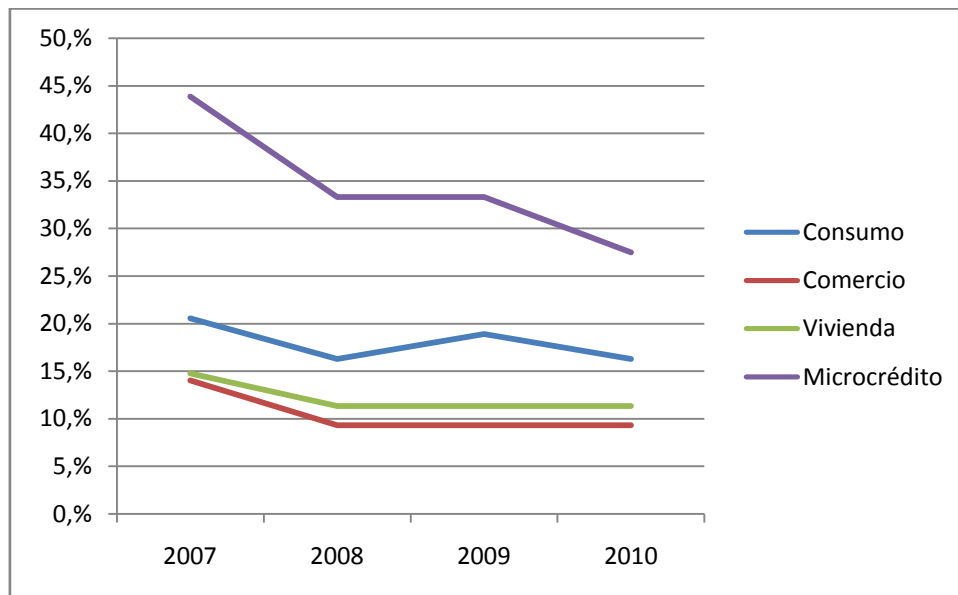
AÑO	2007	2008	2009	2010
Consumo	21%	16%	19%	16%
Comercio	14%	9%	9%	9%
Vivienda	15%	11%	11%	11%
Microcrédito	44%	33%	33%	28%

**FUENTE:** Banco Central del Ecuador

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

GRÁFICO 2.12 TASA ACTIVA EFECTIVA MÁXIMA



**FUENTE:** Banco Central del Ecuador

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

## 2.7 PROGRAMAS MICROFINANCIEROS DEL GOBIERNO

Dentro de los programas de microfinanzas del gobierno existe dos autores relevantes estos son la Corporación Financiera Nacional y el Banco de Fomento, la misión de estas entidades son la siguientes.

Corporación Financiera Nacional banca de desarrollo del Ecuador, es una institución financiera pública, cuya misión consiste en canalizar productos financieros y no financieros alineados al Plan Nacional del Buen Vivir para servir a los sectores productivos del país.

La acción institucional está enmarcada dentro de los lineamientos de los programas del Gobierno Nacional dirigidos a la estabilización y dinamización económica, convirtiéndose en un agente decisivo para la consecución de las reformas emprendidas:

- Lleva un ritmo de acción coherente con los objetivos nacionales, brindando el empuje necesario para que los sectores productivos enfrenten en mejores condiciones la competencia externa.

- El sector privado se siente estimulado para emprender proyectos de envergadura con la incorporación de modernos y sofisticados procesos tecnológicos acorde con las exigencias de la sociedad y la globalización del siglo XXI.

Cuenta con una amplia red de oficinas Sucursales independientes y autónomas a nivel nacional, permitiéndoles servir a los sectores más alejados de las principales capitales de provincia reflejando óptimos niveles de operatividad y colocación de créditos.

La CFN durante su trayectoria institucional, ha consolidado su actividad crediticia, reiterando el compromiso de continuar sirviendo al sector productivo con especial atención a la micro y pequeña empresa apoyándoles adicionalmente en programas de capacitación, asistencia técnica y firma de convenios interinstitucionales para el fomento productivo buscando mejorar y resaltar la gestión empresarial como fuente de competitividad a mediano y largo plazo.<sup>18</sup>

**Banco Nacional de Fomento:** De acuerdo con la Ley promulgada el 28 de marzo de 1974, el Banco Nacional de Fomento es una entidad financiera de desarrollo, autónoma, de derecho privado y finalidad social y pública, con personería jurídica y capacidad para ejercer derechos y contraer obligaciones.

La autonomía del Banco Nacional de Fomento está plenamente garantizada en la Constitución política vigente, y la Institución, en todas sus operaciones, sólo está sujeta al control de la Superintendencia de Bancos.

Hasta el año 1999, el BANCO NACIONAL DE FOMENTO presentó una serie de dificultades cuya problemática impidió asumir eficientemente su rol de Banca de Desarrollo, que se reflejó principalmente por el estancamiento de la actividad crediticia, bajos niveles de recuperación y problemas de liquidez. Esto determinó que la Administración desarrolle una serie de

---

<sup>18</sup> [www.cfn.fin.ec](http://www.cfn.fin.ec)

acciones a fin de revitalizar su estructura financiera-crediticia y retomar el rol de importante intermediario-financiero. En este sentido, se ha continuado desarrollando las estrategias enmarcadas dentro del Plan Estratégico y de Reactivación Institucional.

En el Suplemento del Registro Oficial No.196 del 23 de octubre del 2007, se publicó la Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica del Banco Nacional de Fomento que es la que actualmente está en vigencia.

El BNF tiene nuevas atribuciones, después que el Congreso Nacional se allanó al veto parcial del Ejecutivo en las reformas a la Ley de esta institución financiera.

En las reformas también se establece que el crédito se ampliará a los sectores agricultor, minero, forestal, pesquero y turístico. De igual manera se definieron los tipos de crédito que se otorgarán para el fomento y desarrollo, comercial, de consumo y microcrédito.

La nueva Ley exige al Estado que implemente los seguros como mecanismo de protección contra riesgos y contingencias que puedan afectar el pago de los créditos al Banco. Este seguro deberá estar cubierto con el aporte del Estado y el beneficiario del crédito. El aporte estatal, según determina la ley aprobada, se hará con cargo al Fondo de Ahorro y Contingencias.

## **CAPÍTULO III**

### **SITUACIÓN DE MICROCRÉDITO EN PYMES DE LA CIUDAD DE LATACUNGA**

En este capítulo investigaremos la situación actual de las pymes en la ciudad de Latacunga, para ello efectuaremos el trabajo de campo respectivo, en la área urbana de la ciudad, se aplicara a un gremio importante, como son miembros de la Cámara de Comercio, para obtener una muestra representativa y variada dentro de las actividades productivas de la ciudad.

#### **3.1 DETERMINACIÓN DE FUENTES PRIMARIAS DE INVESTIGACIÓN**

El diseño de investigación establece las bases para llevar a cabo el proyecto en estudio y detalla los procedimientos necesarios para obtener información específica a fin de estructurar o resolver el problema de investigación. Al respecto se han identificado dos tipos de investigación: exploratoria y concluyente.

Para la evaluación y selección de los cursos de acción a seguir se determino que el tipo de investigación más conveniente es la investigación concluyente. Este tipo de investigación proporciona información sobre la cual puedan actuar quienes toman decisiones gerenciales<sup>19</sup>. La investigación concluyente es más formal, por consiguiente, los objetivos establecidos deben ser especificados claramente. Los posibles enfoques de investigación incluyen encuestas experimentos, observaciones y simulación. Los diseños concluyentes pueden clasificarse en investigación descriptiva y causal.

---

<sup>19</sup> Investigación de Mercado, Paula Judkin, ESPE 2007

**La investigación descriptiva:** Se seleccionó por ser la más adecuada para obtener la información que se necesita para la siguiente fase de estudio. La investigación descriptiva se caracteriza por un diseño de investigación planeado y estructurado, generalmente se utiliza un diseño de investigación por encuestas, este último comprende un cuestionario estructurado que se da a una muestra de la población y está diseñado para obtener información específica de los entrevistados.

**Fuentes de datos:** se empezó con fuentes de datos secundarios que son aquellos que se han publicado con anterioridad y originalmente recopilados para otro propósito, pero son de mucha utilidad para la investigación en curso. La fuente de datos primarios son aquellos que se recolectan con el propósito específico de resolver el problema de investigación, para lo cual se realizó encuestas a una muestra de la población objetivo.

Tomando en cuenta los objetivos y las fuentes de datos se establece el procedimiento de recolección de información. Los métodos básicos de recolección de datos son las encuestas o comunicación y la observación. El método a emplearse para el proyecto en estudio son las encuestas o comunicación. El método de encuestas incluye algún tipo de cuestionario, en el que se presenta al participante un conjunto de afirmaciones y se le pide responderlas, estas preguntas pueden hacerse en forma verbal o por escrito.

Por lo regular, se prepara un cuestionario formal y las preguntas se hacen en un orden preestablecido, obteniendo datos confiables porque las respuestas se limitan a las alternativas mencionadas.

Para efectos de la recolección de la información, los sujetos participantes en el estudio fueron seleccionados a lazar de la base de datos de la Cámara de comercio de Latacunga, se escogió este gremio por tener una población variada, refiriéndonos a la actividad desarrollada por cada uno de sus miembros y adicionalmente este agrupa negocios maduros y nuevos.

### **3.2 DETERMINACIÓN DE TAMAÑO DE POBLACIÓN**

En estadística se conoce como muestreo a la técnica para la selección de una muestra a partir de una población. Al elegir una muestra se espera conseguir que sus propiedades sean extrapolables a la población. Este proceso permite ahorrar recursos, y a la vez obtener resultados parecidos a los que se alcanzarían si se realizase un estudio de toda la población.

Para este caso se opto por una población conocida que corresponde a los socios de la Cámara de Comercio de Latacunga, los mismos que en total hasta el año 2009 son 704 socios, estos se dedican a los extractos comerciales a investigar, servicio, comercio y producción. La tabla 3.1 ACTIVIDAD ECONÓMICA DE SOCIOS DE CÁMARA DE COMERCIO LATACUNGA, muestra la distribución de estos en los tres sectores mencionados.



TABLA 3.1 ACTIVIDAD ECONÓMICA DE SOCIOS DE CÁMARA DE COMERCIO LATACUNGA

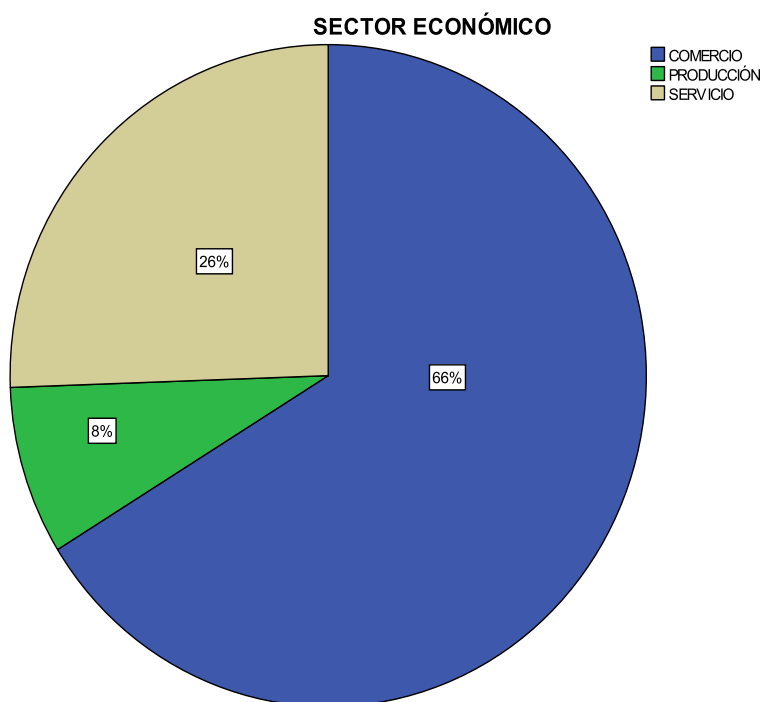
SECTOR ECONÓMICO				
	Frecuencia	Percent	Valid Percent	Acumulado Percent
COMERCIO	466	66,2	66,2	66,2
PRODUCCIÓN	58	8,2	8,2	74,4
SERVICIO	180	25,6	25,6	100,0
Total	704	100,0	100,0	

**FUENTE:** Cámara de Comercio Latacunga

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

GRÁFICO 3.1 ACTIVIDAD ECONÓMICA DE SOCIOS DE CÁMARA DE COMERCIO LATACUNGA



**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

### 3.3 TAMAÑO DE MUESTRA

Para desarrollar la investigación de campo se utilizará la fórmula para poblaciones menores a 100.000 habitantes, y se aplicará a una población finita.

#### FÓRMULA

$$n = \frac{Z_c^2 N p (1 - p)}{e^2 N + Z_c^2 p (1 - p)}$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra

N= Población (704 socios CCL)

Z<sub>c</sub> = Valor de Z crítico, Nivel de confianza 95% que es igual a 1,96

p = Proporción de éxitos en la población (95%)

e = Error en la proporción de la muestra. (0,05)

$$(1,96)^2 * 704 * 0,95 * (1 - 0,95)$$

$$n = \frac{\text{-----}}{\text{-----}}$$

$$(0,05)^2 * 704 + (1,96)^2 * 0,95 * (1 - 0,95)$$

$$n = 66$$

Utilizamos el 95% de éxito en razón de que la población objeto es manejable y la información que se obtenga de la investigación de campo es a través de una encuesta, administrada, tratado de ser muy reales con los datos obtengan.

### 3.4 DISEÑO DE ENCUESTA

Un cuestionario es una técnica estructurada para recopilar datos, que consiste en una serie de preguntas escritas u orales, que debe responder

un entrevistado. Antes de iniciar la elaboración de un cuestionario, se debe tener claro los objetivos y las preguntas de investigación que impulsan a diseñar el cuestionario. Dada la importancia que tiene el cuestionario en un proceso de investigación, es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos en su elaboración:

- a) Especificar la información necesaria.
- b) Especificar el tipo de modelo de entrevista.
- c) Indagar sobre la existencia de cuestionarios previos sobre el tema de estudio.
- d) Determinar el tipo de preguntas que se van a formular.
- e) Elaborar las preguntas y ordenarlas.
- f) Elaborar el cuestionario inicial y probarlo.
- g) Redactar el cuestionario definitivo.

Siguiendo los pasos anteriores se obtuvo las siguientes preguntas:

***ENCUESTA PARA ENCONTRAR LA SITUACIÓN DE MICROCRÉDITO EN  
PYMES DE LA CIUDAD DE LATACUNGA***

*CARACTERÍSTICAS SOCIO- ECONÓMICA*

EDAD

GÉNERO

1. ¿Cuál es su nivel de estudios?

POSGRADO

TERCER NIVEL

TÉCNICO SUPERIOR

BACHILLER

PRIMARIA

OTROS

2. ¿A qué sector económico su microempresa pertenece?

COMERCIO

SERVICIO

PRODUCCIÓN

3. ¿A qué grupo ocupacional está relacionado Ud. A más de ser microempresario?

CUENTA PROPIA

EMP. DEL ESTADO

EMP. SECTOR PRIV

OTROS

4. ¿Cuántos años de vigencia tiene su negocio?

> a 1 AÑO

1 AÑO

1 a 5 AÑOS

6 a 10 AÑOS

< 11 AÑOS

5. ¿Cuántos locales o sucursales tiene su microempresa?

Número

6. ¿Cuáles son las principales razones para iniciar una microempresa?

SER INDEPENDIENTE	<input type="text"/>
OPORTUNIDAD PARA GANAR MÁS	<input type="text"/>
CONTINUAR UNA EMPRESA FAMILIAR	<input type="text"/>
NO ENCONTRAR TRABAJO	<input type="text"/>
ÚNICA OPCIÓN DISPONIBLE	<input type="text"/>
EDAD	<input type="text"/>
COMBINAR TRABAJO Y HOGAR	<input type="text"/>
OTROS	<input type="text"/>

7. ¿Qué actividad desarrollaba antes de ser microempresario?

ESTUDIANTE	<input type="text"/>
DESEMPLEADO	<input type="text"/>
OBRERO	<input type="text"/>
NEGOCIO DIFERENTE	<input type="text"/>
TRABAJO ASALARIADO	<input type="text"/>

8. ¿Cuál son los problemas más importantes que debe enfrentar su microempresa?

NINGUNO	<input type="text"/>
MERCADOS Y COMPETENCIA	<input type="text"/>
FINANCIEROS	<input type="text"/>
UBICACIÓN Y SERVICIOS	<input type="text"/>
INSUMOS Y SUMINISTROS	<input type="text"/>
MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	<input type="text"/>
AUTORIDAD Y REGULACIONES	<input type="text"/>
TRANSPORTE	<input type="text"/>
INFRAESTRUCTURA	<input type="text"/>
TÉCNICO Y DIRECCIÓN	<input type="text"/>
PERSONAL	<input type="text"/>
OTROS	<input type="text"/>

9. ¿Para Iniciar una microempresa a qué fuentes de financiamiento acude?

AHORROS PERSONALES	<input type="text"/>
FAMILIARES O AMIGOS	<input type="text"/>
HERENCIAS	<input type="text"/>
BANCOS O FINANCIERAS	<input type="text"/>
COAC	<input type="text"/>
ONG, FUNDACIÓN	<input type="text"/>
REMESAS	<input type="text"/>
LIQUIDACIÓN DE ANTIGUO TRABAJO	<input type="text"/>
LOTERIA O PREMIO	<input type="text"/>

10. ¿La microempresa tiene como dependientes a?

USTED

FAMILIARES

EMPLEADOS

11. ¿Cuáles son sus clientes más importantes?

PÚBLICO GENERAL

MINORISTAS

MAYORISTAS

OTRAS EMPRESAS

GOBIERNO

EXPORTADORES

12. Percepción de ingresos, a su criterio las ventas de su negocio son:

MUY BUENAS

BUENAS

REGULAR

MALAS

MUY MALAS

13. Percepción a continuar en el negocio

DEJAR POR UN EMP. ASALARIADO

EMPEZAR OTRO NEGOCIO

CONTINUAR EL NEGOCIO TAL COMO  
ESTA

EXPANDIR EL NEGOCIO

NO SABE

14. Percepción de satisfacción del negocio actual

MUY SATISFECHO

- |                               |                      |
|-------------------------------|----------------------|
| SATISFECHO                    | <input type="text"/> |
| NI SATISFECHO NI INSATISFECHO | <input type="text"/> |
| INSATISFECHO                  | <input type="text"/> |
| MUY INSATISFECHO              | <input type="text"/> |

15. ¿Cuáles son los principales problemas financieros que su PYMES enfrenta?

- |                             |                      |
|-----------------------------|----------------------|
| FALTA DE INVERSIÓN          | <input type="text"/> |
| NO SE PUEDE OBTENER CRÉDITO | <input type="text"/> |
| VENTAS A CRÉDITO            | <input type="text"/> |
| INGRESOS BAJOS              | <input type="text"/> |
| TASAS DE INTERES ALTAS      | <input type="text"/> |
| OTROS                       | <input type="text"/> |

16. ¿Cuándo requiere un crédito a qué institución financiera acude?

- |                        |                      |
|------------------------|----------------------|
| BANCO PRIVADO          | <input type="text"/> |
| BANCO PUBLICO          | <input type="text"/> |
| COMPAÑIA FINANCIERA    | <input type="text"/> |
| COAC                   | <input type="text"/> |
| ONG O FUNDACIÓN        | <input type="text"/> |
| PROGRAMA GUBERNAMENTAL | <input type="text"/> |
| OTRAS COOPERATIVAS     | <input type="text"/> |

17. El último crédito adquirido por su PYMES lo destino para:

- |                    |                      |
|--------------------|----------------------|
| CAPITAL DE TRABAJO | <input type="text"/> |
|--------------------|----------------------|



AMPLIACIÓN DE NEGOCIO	<input type="text"/>
MEJORAMIENTO DE LOCAL	<input type="text"/>
INICIO DE OTO NEGOCIO	<input type="text"/>
COMPRA DE HERRAMIENTAS	<input type="text"/>
OTROS	<input type="text"/>

18. ¿Cuál es su percepción de las entidades financieras que Ud. Utiliza con mayor frecuencia?

MUY BUENAS	<input type="text"/>
BUENAS	<input type="text"/>
REGULAR	<input type="text"/>
MALO	<input type="text"/>
MUY MALO	<input type="text"/>

19. ¿Cuál fue el monto de crédito que Ud. Adquirió en estos últimos años?

0 a 1000	<input type="text"/>
1000 a 50000	<input type="text"/>
5000 a 10000	<input type="text"/>
10000 a 20000	<input type="text"/>
20000 a 50000	<input type="text"/>
> 50000	<input type="text"/>

20. ¿Cuál fue el capital con el cual inicio su microempresa?

0 a 1000	<input type="text"/>
1000 a 50000	<input type="text"/>

5000 a 10000	<input type="text"/>
10000 a 20000	<input type="text"/>
20000 a 50000	<input type="text"/>
> 50000	<input type="text"/>

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

Con esta encuesta, luego de aplicar una prueba de verificación de los objetivos trazados se cumplan y obtener la mayor cantidad de información intrínseca, se procedió a aplicar a los socios de la Cámara de Comercio de Latacunga.

Los datos socio económicos más relevantes a tratar, son el género y edad, en que la mayoría de la población intenta tener un negocio independiente que le permita satisfacer sus necesidades básicas.

En la tabla 3.2.La Edad de los microempresarios en la ciudad de Latacunga, se observa que la mínima para iniciar una microempresa es de 20 años, que podría decirse que muy temprano, con la desventaja de poca experiencia para poder llegar a tener una empresa exitosa, pero como diría el autor Robert Kiyosaki, autor del best seller Padre Rico, Padre Pobre, manifiesta que debemos cambiar de cultura enseñar a nuestros hijos, a no depender de un trabajo asalariado y a este defenderlo con alma, vida y corazón.

Debemos inculcar a desarrollar actividades productivas como negocios propios, estos nos darán la oportunidad de crear empleo y lo más importante una independencia económica.

La edad promedio en que la mayoría de incursiona con un negocio está entre los 32 y 39 años, se podría argumentar que todos las personas tuvieron una experiencia previa, es decir trabajaron en algo similar, o se

prepararon de alguna manera para conocer el mercado donde desarrollaron esta actividad.

Otra edad interesante a explicar es a los 55 años, esta tiene una característica a mencionar, se trata de la población que ha terminado su relación de dependencia con alguna empresa y busca mantenerse económicamente activa.

Para una mejor apreciación también clasificamos a la población como adultos jóvenes que va desde 18 a 30 años, adultos adultos van desde 31 a 55 años y mayores de 56 años como adultos maduros para poder visualizar de una manera más compacta.

**TABLA 3.2. EDAD DE MICROEMPRESARIOS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA**

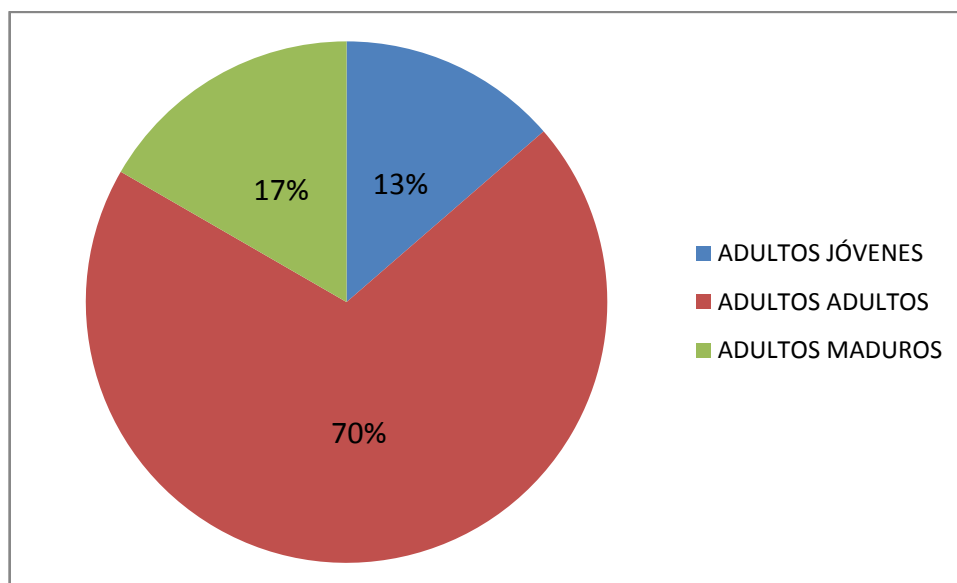
<b>GRUPOS EDAD</b>	<b>ADULTOS EN LA MUESTRA</b>	<b>MICROEMPRESARIOS</b>
<b>18 a 25</b>	6%	4
<b>26 a 30</b>	8%	5
<b>31 a 35</b>	24%	16
<b>36 a 40</b>	30%	20
<b>41 a 45</b>	6%	4
<b>46 a 50</b>	9%	6
<b>51 a 55</b>	6%	4
<b>56 a 60</b>	5%	3
<b>MAYOR a 60</b>	6%	4

**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

**GRÁFICA 3.2. EDAD DE MICROEMPRESARIOS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA**



FUENTE: Investigación de Campo  
 ELABORADO: Autores  
 FECHA: Octubre 2010

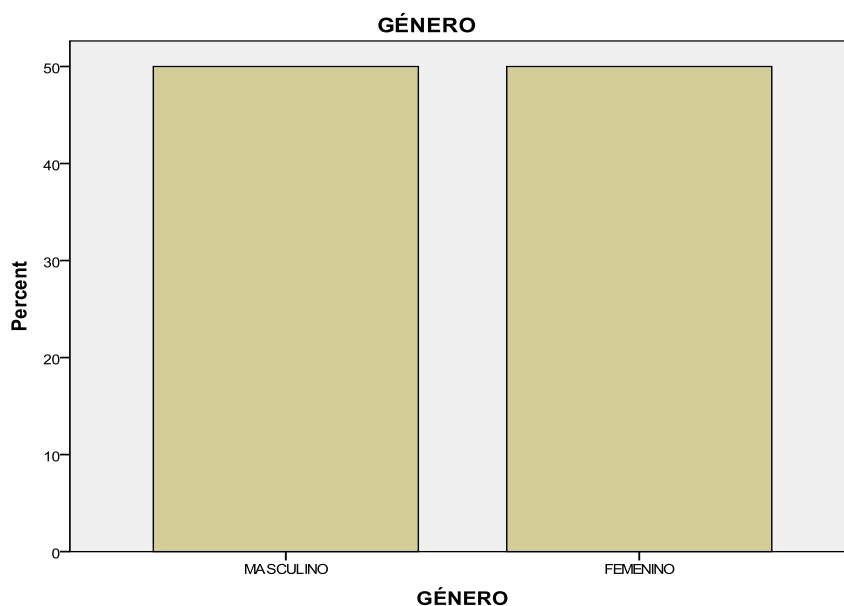
Con respecto al género nos complace presentar un empate técnico, entre el femenino y masculino, la lectura que podemos dar a este resultado es que la gran mayoría de negocios es impulsado por las amas de casa con el fin de satisfacer las necesidades de la familia, donde tanto el hombre como la mujer necesitan trabajar para poder cubrir las necesidades económicas del hogar. Ver tabla 3.3.

TABLA 3.3.GÉNERO DE LOS MICROEMPRESARIOS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA

	Frecuencia	Percent	Valid Percent	Acumulado Percent
MASCULINO	33	50,0	50,0	50,0
FEMENINO	33	50,0	50,0	100,0
Total	66	100,0	100,0	

FUENTE: Investigación de Campo  
 ELABORADO: Autores  
 FECHA: Octubre 2010

GRÁFICO 3.3.GÉNERO DE LOS MICROEMPRESARIOS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA



**FUENTE:** Investigación de Campo  
**ELABORADO:** Autores  
**FECHA:** Octubre 2010

### **Pregunta 1 ¿Cuál es su nivel de estudios?**

En cuanto a la educación, tratamos de averiguar sobre la importancia que tiene el nivel de educación, que los micro empresarios poseen, no es una regla general manifestar que para iniciar un negocio especialmente en el sector comercio, no se necesita mayor conocimiento que haber cursado el bachillerato, como muestra la tabla 3.4. Nivel de educación que tienen los microempresarios, el 36.4% de los entrevistados fueron bachilleres, el 22,7% fueron profesionales medios, el 22,7 tenían título de tercer nivel, el 15,2% solo curso la primaria y el 3% tiene título de posgrado.

TABLA 3.4.NIVEL DE EDUCACIÓN LOS MICROEMPRESARIOS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA

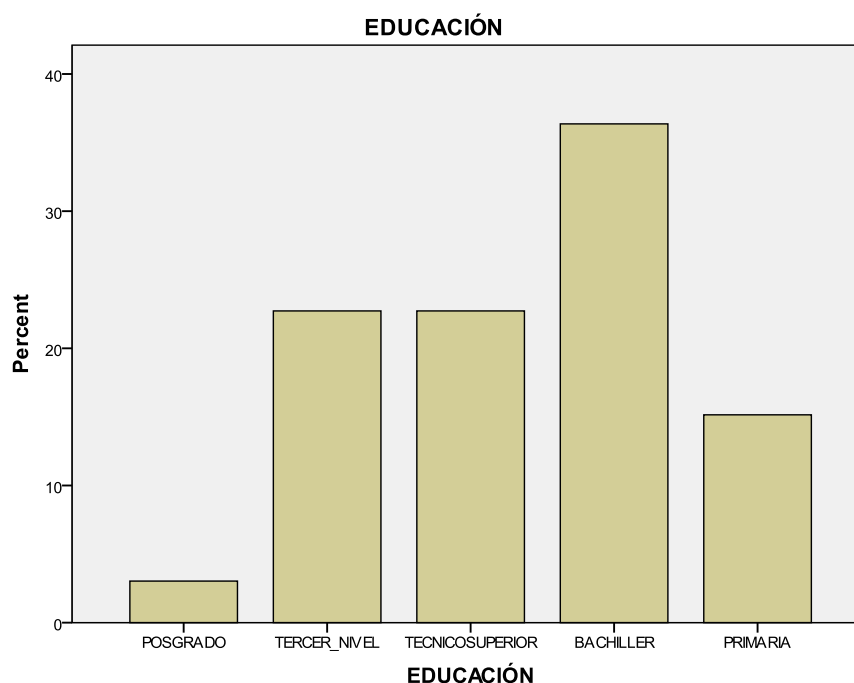
	Frecuencia	Percent	Valid Percent	Acumulado Percent
POSGRADO	2	3,0	3,0	3,0
TERCER_NIVEL	15	22,7	22,7	25,8
TECNICOSUPERIOR	15	22,7	22,7	48,5
BACHILLER	24	36,4	36,4	84,8
PRIMARIA	10	15,2	15,2	100,0
Total	66	100,0	100,0	

**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

**GRÁFICO 3.4. NIVEL DE EDUCACIÓN DE LOS MICROEMPRESARIOS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA**



**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

**Pregunta 2 ¿A qué sector económico su microempresa pertenece?**

Con respecto al sector económico que representa se puede observar en la tabla 3.5, que en un 77,3% de dedica al comercio, el 15,2 % al servicio y a la producción se dedica un 7,2%, en este aspecto cabe recalcar la ventaja de pertenecer al sector comercio es la facilidad de entrar y salir con una inversión moderada, mientras que en el caso del sector producción

necesita más inversión y tiempo de permanencia en el mercado es elevado. La ventaja de este último es la necesidad de incrementar los puestos de trabajo, mayor demanda de mano de obra.

**TABLA 3.5. DISTRIBUCIÓN POR SECTOR DE ACTIVIDADES MICROEMPRESARIALES EN LA CIUDAD DE LATACUNGA**

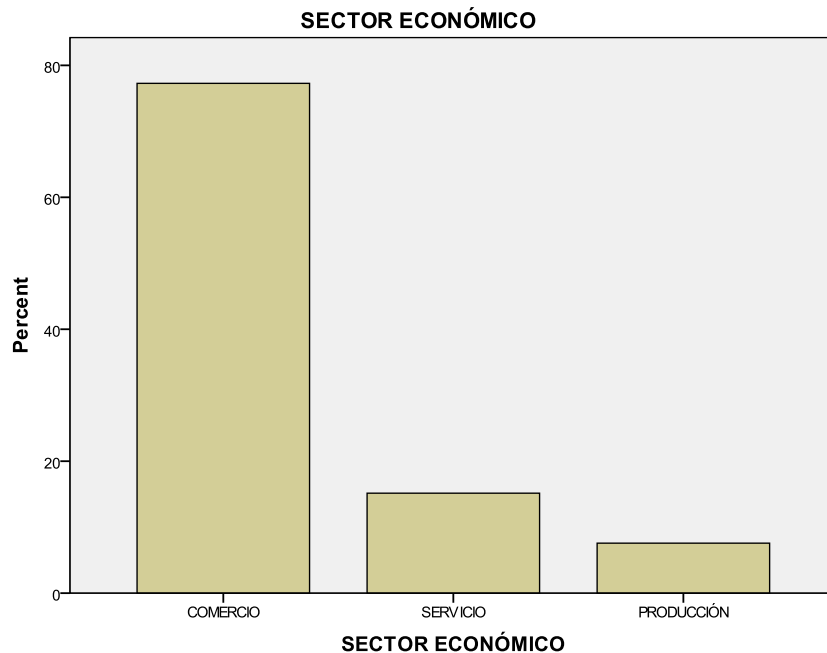
	Frecuencia	Percent	Valid Percent	Acumulado Percent
COMERCIO	51	77,3	77,3	77,3
SERVICIO	10	15,2	15,2	92,4
PRODUCCIÓN	5	7,6	7,6	100,0
Total	66	100,0	100,0	

**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

**GRÁFICO 3.5. DISTRIBUCIÓN POR SECTOR DE ACTIVIDADES MICROEMPRESARIALES EN LA CIUDAD DE LATACUNGA**



**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

**Pregunta 3 ¿A qué grupo ocupacional está relacionado Ud. A más de ser microempresario?**

Con respecto al grupo ocupacional al cual pertenece, la mayoría en si respondió que quiere trabajar por cuenta propia o ser patrono, ver tabla 3.6, esta pregunta trata de recoger si los entrevistados o en este caso la población en general tiene o desarrolla otra actividad adicional a la microempresa, cosa que no ocurrió los microempresarios se dedican únicamente a desarrollar su actividad productiva.

TABLA 3.6. GRUPO OCUPACIONAL A MÁS DE SER MICROEMPRESARIO

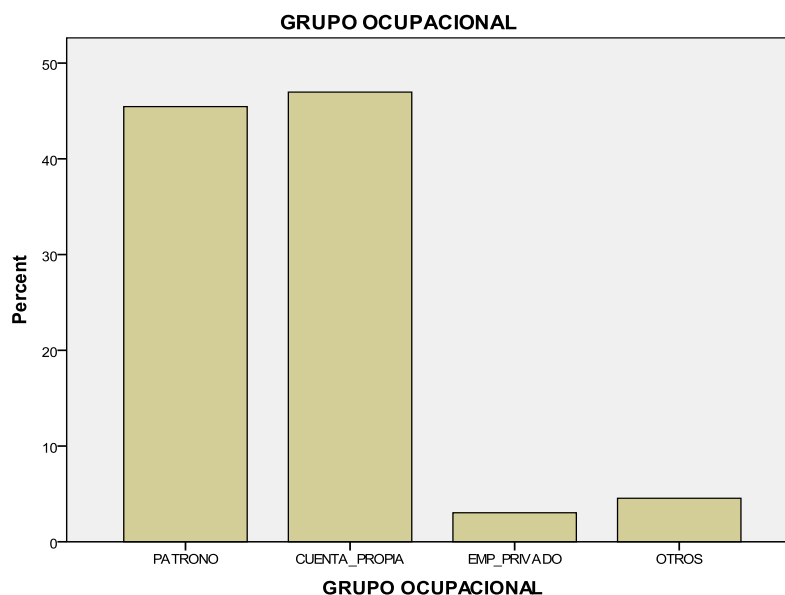
	<i>Frecuencia</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Acumulado Percent</i>
<i>PATRONO</i>	30	45,5	45,5	45,5
<i>CUENTA_PROPIA</i>	31	47,0	47,0	92,4
<i>EMP_PRIVADO</i>	2	3,0	3,0	95,5
<i>OTROS</i>	3	4,5	4,5	100,0
<i>Total</i>	66	100,0	100,0	

**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

GRÁFICO 3.6. GRUPO OCUPACIONAL A MÁS DE SER MICROEMPRESARIO



**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

**Pregunta 4 ¿Cuántos años de vigencia tiene su negocio?**



El siguiente t3pico a tratar es c3fan maduras son las microempresas existentes en la Ciudad, 3stas son posicionadas y consolidadas en el tiempo, posicionadas una empresa es razonable en un plazo de 1 a 5 a3fos (39,4%) y consolidar de 6 a3os y m3s es un negocio maduro con un contundente 56,1%. Como muestra la tabla 3.7.

TABLA 3.7. A3OS DE PERMANENCIA EN EL SECTOR MICROEMPRESARIAL

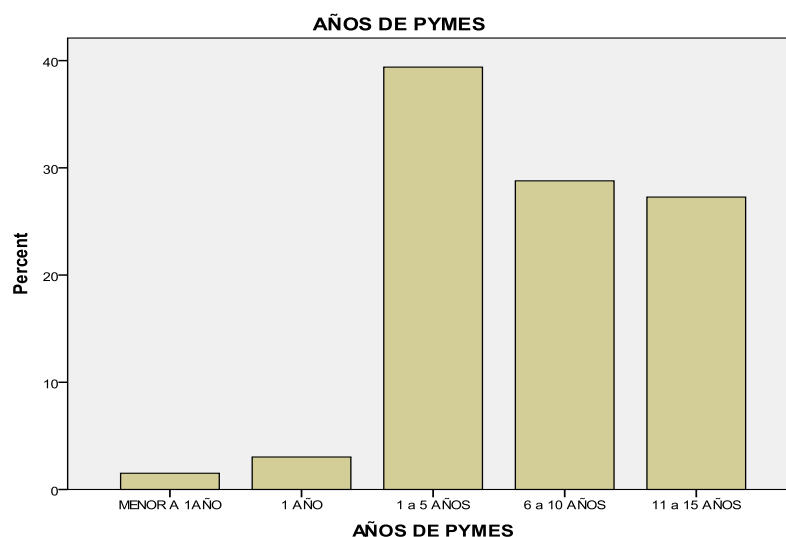
		Frecuencia	Percent	Valid Percent	Acumulado Percent
Valid	MENOR A 1A3O	1	1,5	1,5	1,5
	1 A3O	2	3,0	3,0	4,5
	1 a 5 A3OS	26	39,4	39,4	43,9
	6 a 10 A3OS	19	28,8	28,8	72,7
	11 a 15 A3OS	18	27,3	27,3	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

**FUENTE:** *Investigaci3n de Campo*

**ELABORADO:** *Autores*

**FECHA:** *Octubre 2010*

GR3FICO 3.7. A3OS DE PERMANENCIA EN EL SECTOR MICROEMPRESARIAL



**FUENTE:** *Investigaci3n de Campo*

**ELABORADO:** *Autores*

**FECHA:** *Octubre 2010*

**Pregunta 5 3Cu3ntos locales o sucursales tiene su microempresa?**

Para medir el grado de crecimiento, se introdujo la pregunta cuántos locales tiene su microempresa, en este caso se observó un pobre crecimiento, esto se debe a la gran competencia en el mercado y la falta de estrategia para incrementar las ventas, como se ve en la tabla 3.8. Pero más bien podemos introducir esta información como el grado de posicionamiento en el mercado que tiene la micro empresa, en este caso solo el 3% de estas tiene mayor presencia en el mercado el resto tiene la misma participación.

**TABLA 3.8. NÚMERO DE LOCALES QUE UD. TIENE**

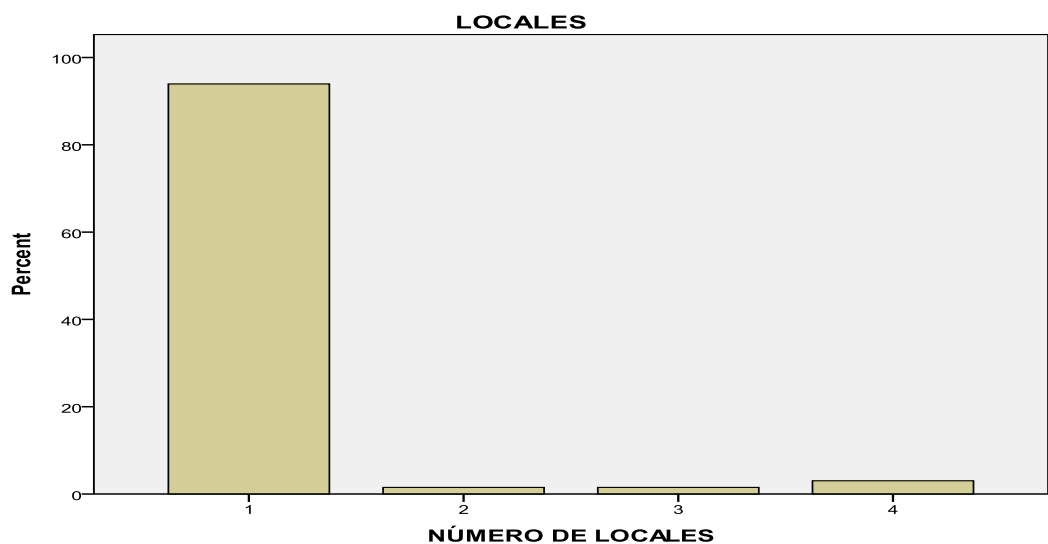
	Frecuencia	Percent	Valid Percent	Acumulado Percent
1	62	93,9	93,9	93,9
2	1	1,5	1,5	95,5
3	1	1,5	1,5	97,0
4	2	3,0	3,0	100,0
Total	66	100,0	100,0	

**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

**GRÁFICO 3.8. NÚMERO DE LOCALES QUE UD. TIENE**



**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

**Pregunta 6 ¿Cuáles son las principales razones para iniciar una microempresa?**

La Tabla 3.9 trata de identificar cuál fue la razón por la cual los habitantes se inclinan por ser un microempresario, en un 57% respondieron por ser independientes y el 27,3% sienten la oportunidad de ganar más esta respuestas son decisivas para ingresar al mundo empresarial.

**TABLA 3.9 RAZONES PARA INICIAR UNA MICROEMPRESA EN LA CIUDAD DE LATACUNGA**

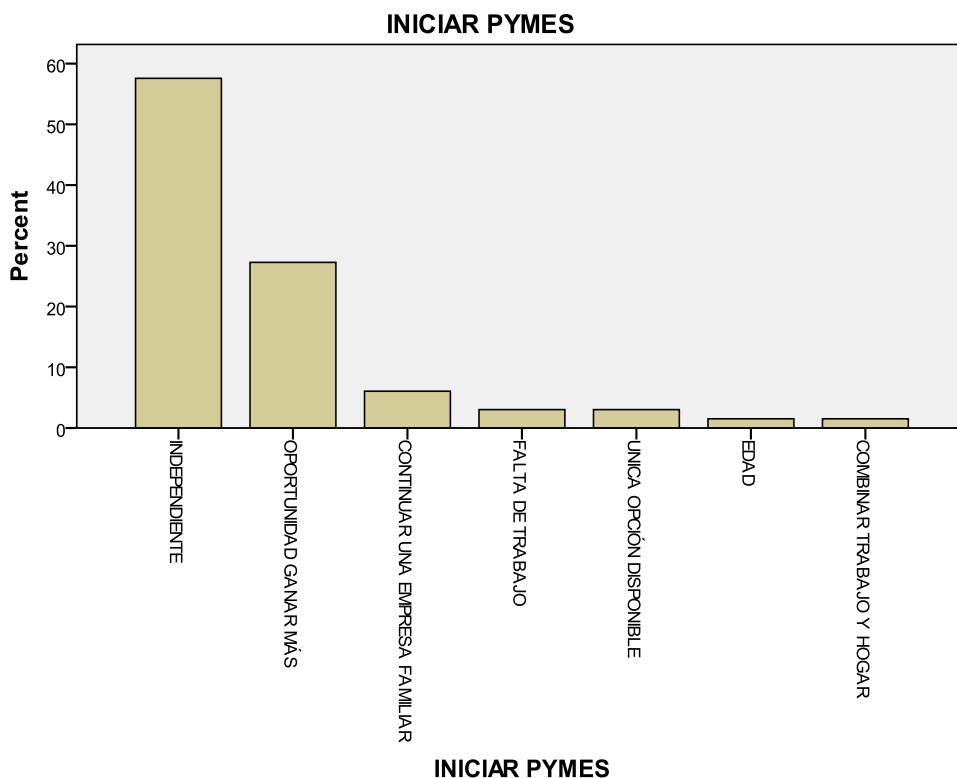
	Frecuencia	Percent	Valid Percent	Acumulado Percent
INDEPENDIENTE	38	57,6	57,6	57,6
OPORTUNIDAD GANAR MÁS	18	27,3	27,3	84,8
CONTINUAR UNA EMPRESA FAMILIAR	4	6,1	6,1	90,9
FALTA DE TRABAJO UNICA OPCIÓN DISPONIBLE	2	3,0	3,0	93,9
EDAD	2	3,0	3,0	97,0
COMBINAR TRABAJO Y HOGAR	1	1,5	1,5	98,5
Total	66	100,0	100,0	100,0

**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

GRÁFICA 3.9 RAZONES PARA INICIAR UNA MICROEMPRESA EN LA CIUDAD DE LATACUNGA



**FUENTE:** Investigación de Campo  
**ELABORADO:** Autores  
**FECHA:** Octubre 2010

**Pregunta 7 ¿Qué actividad desarrollaba antes de ser microempresario?**

Otro dato importante a resaltar en la investigación de campo es las actividades que la mayoría de microempresarios hacía antes de entrar, destacamos como punto importante que la mayoría es decir un 54% tenía un trabajo muy bien remunerado, y este excedente de liquidez lo utilizó para montar un negocio, con vistas a tener una independencia económica a largo plazo o dejar un legado, empresa familiar que generación tras generación seguirá participando en ella. La tabla 3.10 corrobora estos datos, en esta también podemos concluir que muchos estudiantes el 20%, luego de concluir sus estudios incursionan en las microempresas, como alternativa a la falta de empleo.

TABLA 3.10 ACTIVIDADES DESARROLLADAS ANTES DE SER UN MICROEMPRESARIO

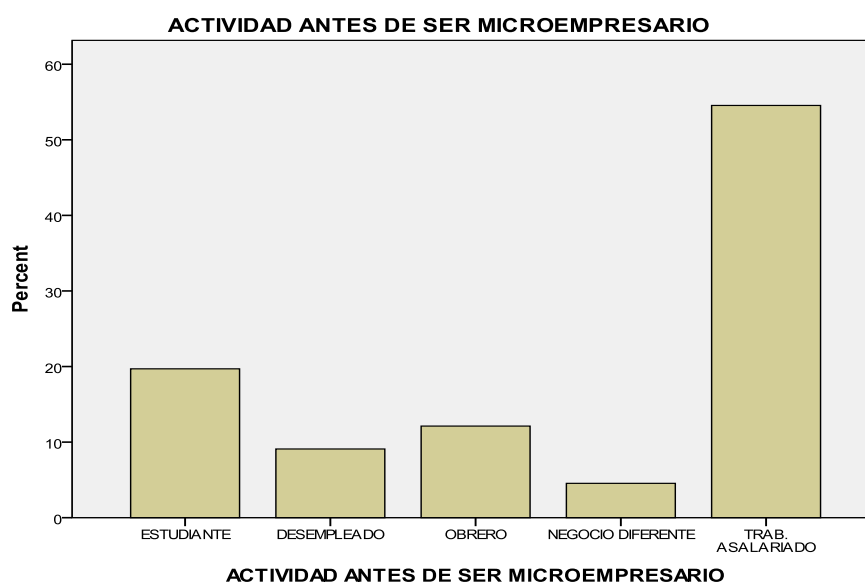
	Frecuencia	Percent	Valid Percent	Acumulado Percent
ESTUDIANTE	13	19,7	19,7	19,7
DESEMPLEADO	6	9,1	9,1	28,8
OBRERO	8	12,1	12,1	40,9
NEGOCIO DIFERENTE	3	4,5	4,5	45,5
TRAB. ASALARIADO	36	54,5	54,5	100,0
Total	66	100,0	100,0	

**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

GRÁFICA 3.10 ACTIVIDADES DESARROLLADAS ANTES DE SER UN MICROEMPRESARIO



**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

Para entender las necesidades de los microempresarios respondemos con las siguientes preguntas.

**Pregunta 8 ¿Cuáles son los problemas más importantes que debe enfrentar su microempresa?**

Con respecto a las necesidades de los microempresarios identificamos los problemas comunes que afronta los microempresarios de la ciudad, como se puede observar en el cuadro 3.11 con un 50%, se tiene el mercado, la competencia y financieros con un 15% entre los más relevantes, la competencia desleal, aquellos comercios de ambulantes se considera como competencia desleal, puesto que no están registradas, no generan rentas al fisco, permiten la entrada de productos de dudosa procedencia (contrabando) por las fronteras. Además conllevan al caos de las regulaciones municipales, refiriéndonos al orden en la urbe.

**TABLA 3.11 PROBLEMAS IMPORTANTES DE LAS MICROEMPRESA DE LA CIUDAD DE LATACUNGA**

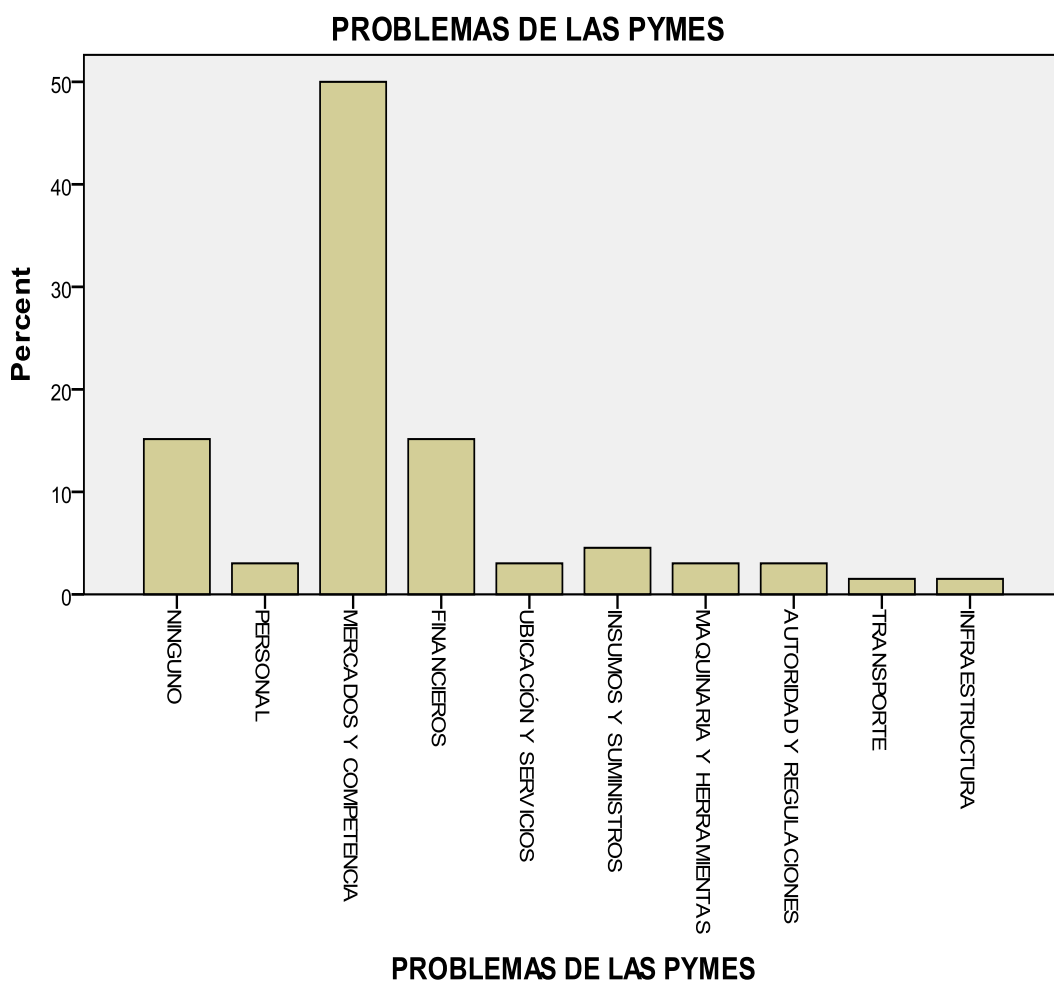
	Frecuencia	Percent	Valid Percent	Acumulado Percent
NINGUNO	10	15,2	15,2	15,2
PERSONAL	2	3,0	3,0	18,2
MERCADOS Y COMPETENCIA	33	50,0	50,0	68,2
FINANCIEROS	10	15,2	15,2	83,3
UBICACIÓN Y SERVICIOS	2	3,0	3,0	86,4
INSUMOS Y SUMINISTROS	3	4,5	4,5	90,9
MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS	2	3,0	3,0	93,9
AUTORIDAD Y REGULACIONES	2	3,0	3,0	97,0
TRANSPORTE	1	1,5	1,5	98,5
INFRAESTRUCTURA	1	1,5	1,5	100,0
Total	66	100,0	100,0	

**FUENTE: Investigación de Campo**

**ELABORADO: Autores**

**FECHA: Octubre 2010**

GRÁFICO 3.11 PROBLEMAS IMPORTANTES DE LAS MICROEMPRESAS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA



**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

**Pregunta 9 ¿Para Iniciar una microempresa a qué fuentes de financiamiento acude?**

Con respecto al origen del capital para iniciar una microempresa se obtuvo las siguientes respuestas, el 59,1% lo hizo en base a ahorros personales, el 24,2% con bancos y financieras como muestra la tabla 3.12.

TABLA 3.12. FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA INICIAR UNA MICROEMPRESA

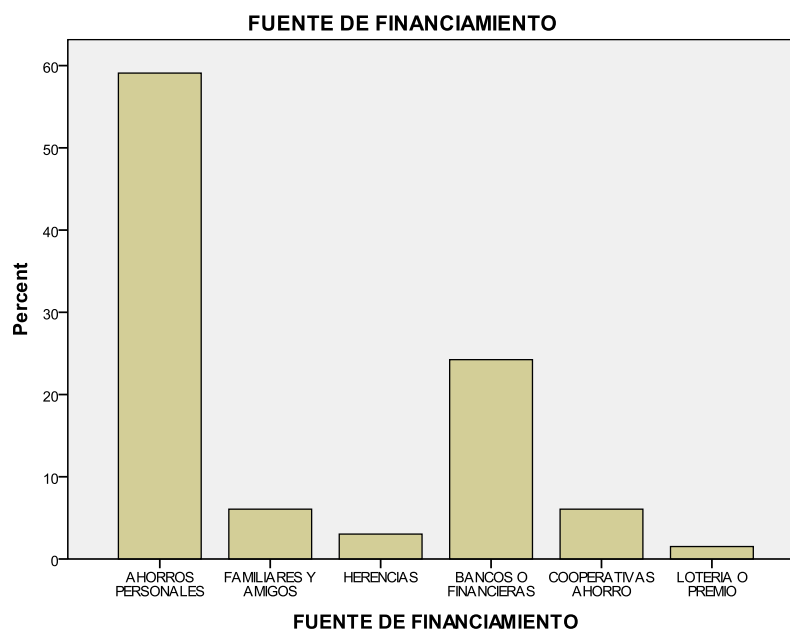
	Frecuencia	Percent	Valid Percent	Acumulado Percent
AHORROS PERSONALES	39	59,1	59,1	59,1
FAMILIARES Y AMIGOS	4	6,1	6,1	65,2
HERENCIAS	2	3,0	3,0	68,2
BANCOS O FINANCIERAS	16	24,2	24,2	92,4
COOPERATIVAS AHORRO	4	6,1	6,1	98,5
LOTERIA O PREMIO	1	1,5	1,5	100,0
Total	66	100,0	100,0	

**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

GRÁFICO 3.12. FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA INICIAR UNA MICROEMPRESA



**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010



Las siguientes preguntas tratan de clarificar el la generación de empleo.

**Pregunta 10 ¿La microempresa tiene como dependientes a?**

Con respecto a la creación de fuentes de trabajo, se observó que en el sector comercial no existe un incremento sustancial de fuentes de empleo, este sector es administrado netamente por el propietario y los miembros del hogar hijos o esposo 47%, con un concepto optimista tiene uno o dos empleados 34,8%. En la Tabla 3.13 se detecta ésta particularidad.

TABLA 3.13.FUENTES DE TRABAJO CREADAS POR LAS MICROEMPRESAS DE LA CIUDAD

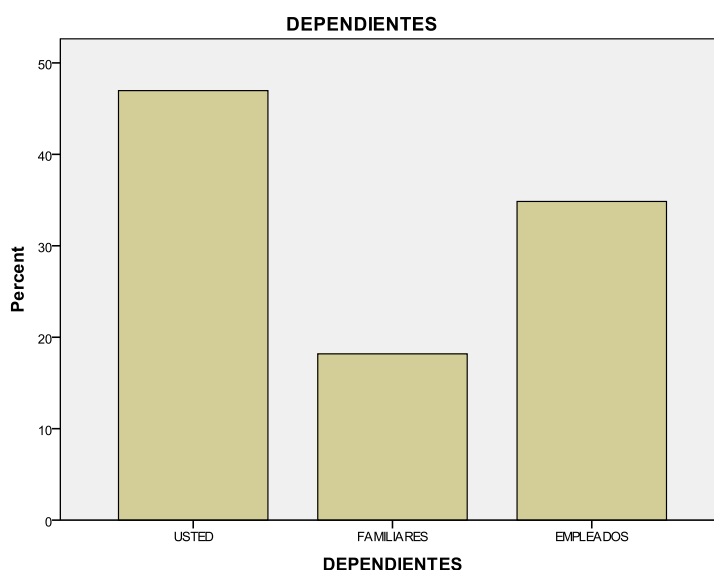
	Frecuencia	Percent	Valid Percent	Acumulado Percent
USTED	31	47,0	47,0	47,0
FAMILIARES	12	18,2	18,2	65,2
EMPLEADOS	23	34,8	34,8	100,0
Total	66	100,0	100,0	

**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

GRÁFICO 3.13. FUENTES DE TRABAJO CREADAS POR LAS MICROEMPRESAS DE LA CIUDAD



**FUENTE:** Investigación de Campo  
**ELABORADO:** Autores  
**FECHA:** Octubre 2010

**Pregunta 11 ¿Cuáles son sus clientes más importantes?**

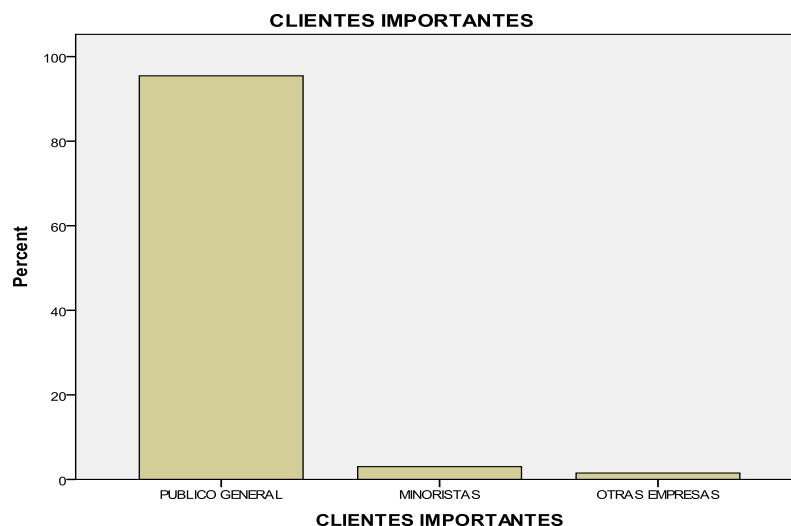
Otro tópico a topar es a quién está dirigido las ventas o servicio, se pudo observar en la tabla 3.14, que en un 95,5 % está dedicado al público en general, es decir que no tiene un cliente fijo, esta es una gran desventaja en la cual tiene que trabajar para mejorar los ingresos o ventas a clientes fijos que garanticen de alguna manera un flujo continuo de ingresos y no esperar de temporadas o fechas en especial.

TABLA 3.14 CLIENTES IMPORTANTES A QUIÉN VA DIRIGIDO LAS VENTAS

	Frecuencia	Percent	Valid Percent	Acumulado Percent
PUBLICO GENERAL	63	95,5	95,5	95,5
MINORISTAS	2	3,0	3,0	98,5
OTRAS EMPRESAS	1	1,5	1,5	100,0
Total	66	100,0	100,0	

**FUENTE:** Investigación de Campo  
**ELABORADO:** Autores  
**FECHA:** Octubre 2010

GRÁFICO 3.14 CLIENTES IMPORTANTES A QUIÉN VA DIRIGIDO LAS VENTAS



**FUENTE:** Investigación de Campo  
**ELABORADO:** Autores  
**FECHA:** Octubre 2010

**Pregunta 12 ¿Percepción de ingresos, a su criterio las ventas de su negocio son: ?**

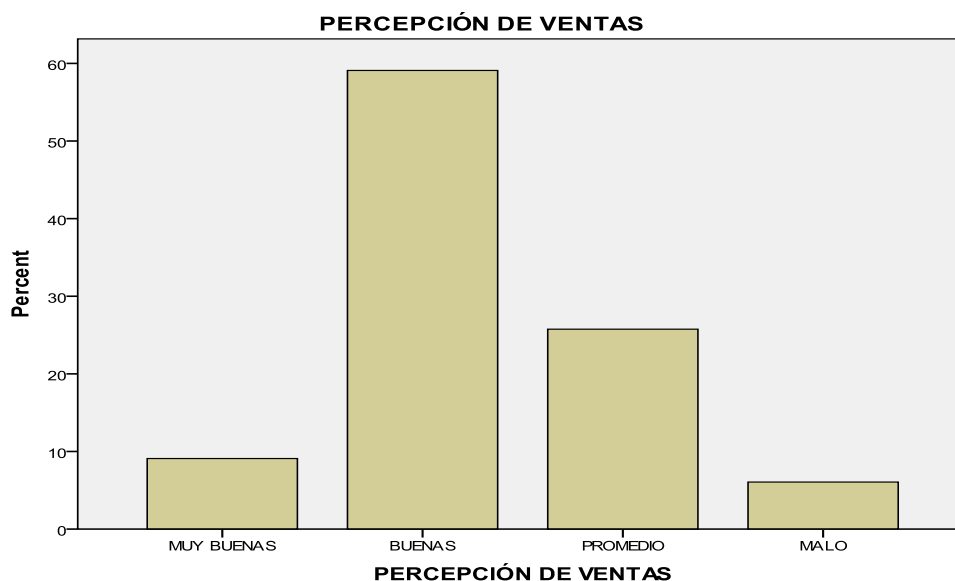
La siguiente pregunta tiene por objeto determinar la percepción de ventas de las microempresas, el 59,1% de las respuestas manifiesta que son buenas, es decir que el negocio cubre las expectativas entorna al retorno de inversión. Ver tabla 3.15.

TABLA 3.15 PERCEPCIÓN DE VENTAS DE LA MICROEMPRESAS DE LA CIUDAD

	Frecuencia	Percent	Valid Percent	Acumulado Percent
MUY BUENAS	6	9,1	9,1	9,1
BUENAS	39	59,1	59,1	68,2
REGULAR	17	25,8	25,8	93,9
MALO	4	6,1	6,1	100,0
Total	66	100,0	100,0	

**FUENTE:** Investigación de Campo  
**ELABORADO:** Autores  
**FECHA:** Octubre 2010

GRÁFICO 3.15 PERCEPCIÓN DE VENTAS DE LA MICROEMPRESAS DE LA CIUDAD



**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

### Pregunta 13 ¿Percepción a continuar en el negocio?

La siguiente pregunta tiene que ver con la permanencia de mantener el negocio tal, cual como está. En la tabla 3.16 se observa que el 47% de estos tiene la intención de expandir, es decir abrir otra local o ampliar el local actual y el 45,5%, quiere mantener como está actualmente, y el 7,6% quiere empezar otro negocio, esta última respuesta se podría tomar como un grado de decepción, con respecto a las ventas.

TABLA 3.16 TENDENCIA A CONTINUAR LA MICROEMPRESA EN LA CIUDAD

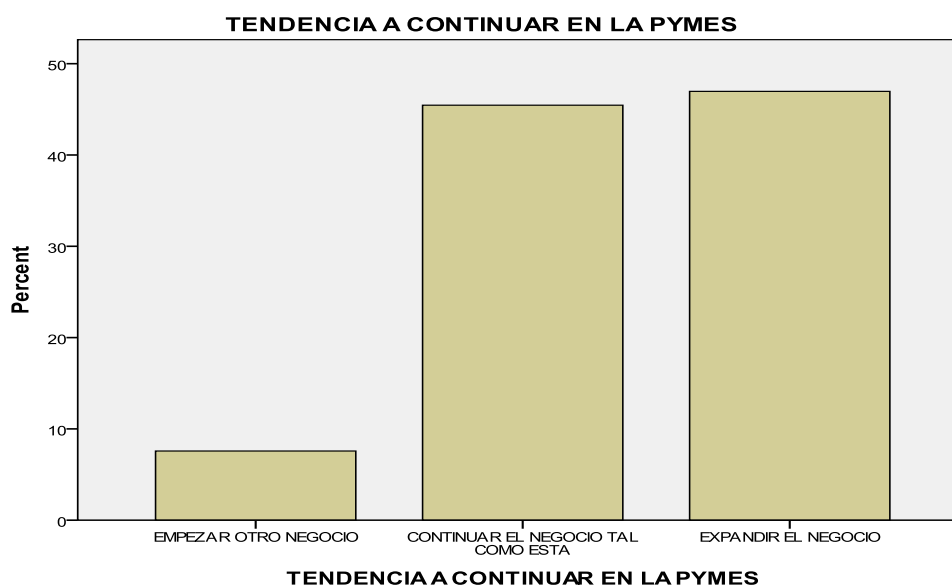
	Frecuencia	Percent	Valid Percent	Acumulado Percent
EMPEZAR OTRO NEGOCIO ADICIONAL	5	7,6	7,6	7,6
CONTINUAR EL NEGOCIO TAL COMO ESTA	30	45,5	45,5	53,0
EXPANDIR EL NEGOCIO	31	47,0	47,0	100,0
Total	66	100,0	100,0	

**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

GRÁFICA 3.16 TENDENCIA A CONTINUAR LA MICROEMPRESA EN LA CIUDAD



**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

**Pregunta 14 ¿Percepción de satisfacción del negocio actual?**

La siguiente pregunta tiene que ver con la satisfacción que tiene el microempresario con respecto al desenvolvimiento que ha tenido en su actividad empresarial, el 68,2% se encuentra satisfecho con lo que hace y el 22,7% se encuentra en un término medio, puede interpretarse con el número de micro empresarios que tienen entre 1 a 5 años de vigencia en el

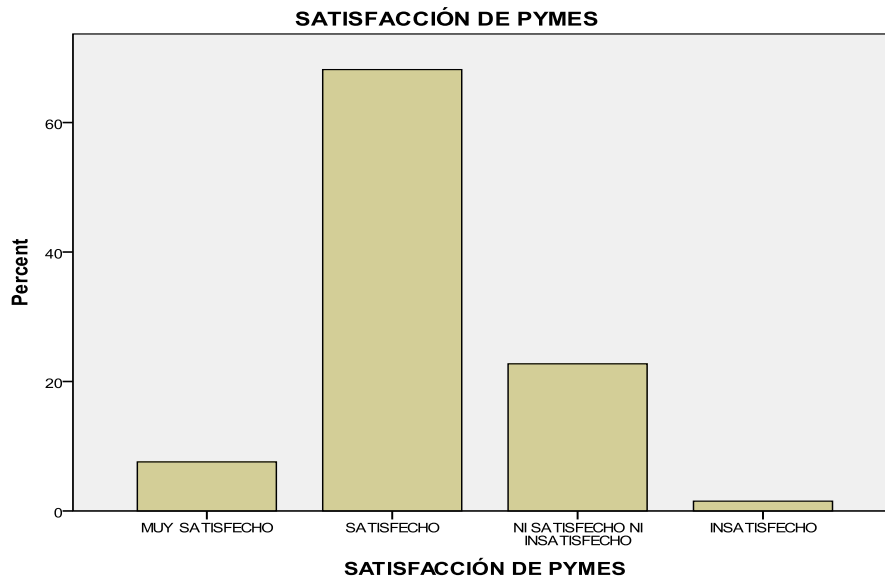
mundo empresarial y no logran consolidar el negocio, la tabla 3.17 muestra claramente los resultados.

TABLA 3.17. SATISFACCIÓN DEL MICROEMPRESARIO CON SU NEGOCIO

	Frecuencia	Percent	Valid Percent	Acumulado Percent
MUY SATISFECHO	5	7,6	7,6	7,6
SATISFECHO	45	68,2	68,2	75,8
NI SATISFECHO NI INSATISFECHO	15	22,7	22,7	98,5
INSATISFECHO	1	1,5	1,5	100,0
Total	66	100,0	100,0	

**FUENTE:** Investigación de Campo  
**ELABORADO:** Autores  
**FECHA:** Octubre 2010

GRÁFICO 3.17. SATISFACCIÓN DEL MICROEMPRESARIO CON SU NEGOCIO



**FUENTE:** Investigación de Campo  
**ELABORADO:** Autores  
**FECHA:** Octubre 2010

Para esclarecer con respecto al ahorro y crédito acudimos a realizar las siguientes preguntas en el cuestionario de campo que ayuda a establecer un criterio sobre los problemas crediticios y a donde acude en caso de necesitar.

**Pregunta 15 ¿Cuáles son los principales problemas financieros que su PYMES enfrenta?**

Nos centramos primero en identificar qué problema financiero tiene, como muestra la tabla 3.18. El 36.4% tiene problemas indirectos a los financieros, es decir falta de carácter organizacional y de representación gremial, formalización frente a las instituciones regularizadoras, etc. El 19.7% cree que las tasas de interés de las instituciones financieras son elevadas. El 15,2% manifiesta que los problemas financieros están ligados directamente a las ventas que son bajas y un 13.6% indica que es por la falta de inversión. (Diversificación de producto).El 10.6% también se inclina que la política de crédito, (cartera vencida) es mala.

**TABLA 3.18 PROBLEMAS FINANCIEROS QUE TIENE LAS MICROEMPRESAS DE LA CIUDAD**

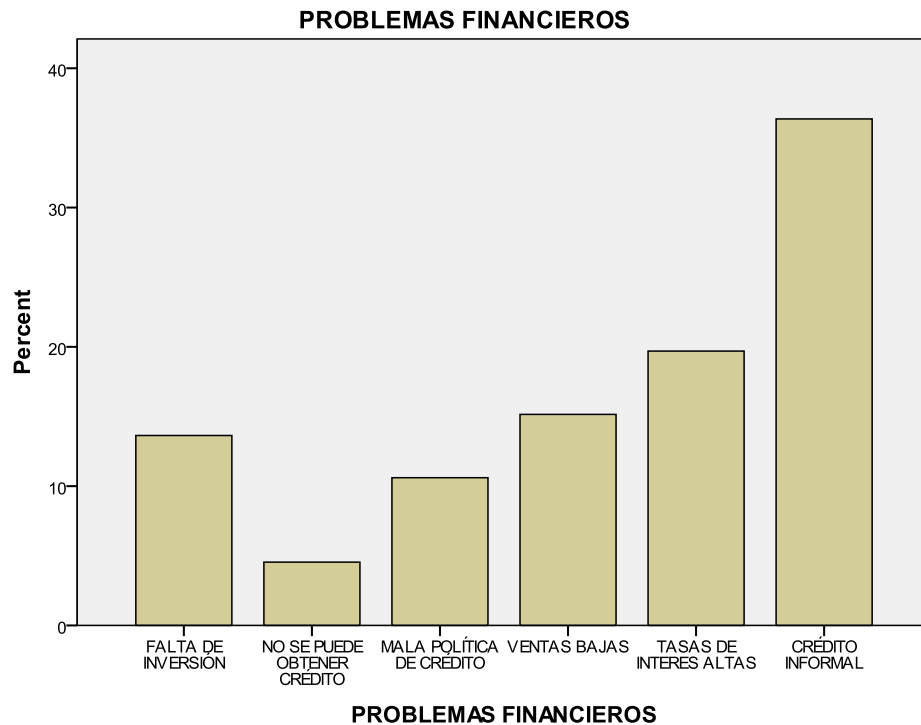
	Frecuencia	Percent	Valid Percent	Acumulado Percent
FALTA DE INVERSIÓN	9	13,6	13,6	13,6
NO SE PUEDE OBTENER CRÉDITO	3	4,5	4,5	18,2
MALA POLÍTICA DE CRÉDITO	7	10,6	10,6	28,8
VENTAS BAJAS	10	15,2	15,2	43,9
TASAS DE INTERES ALTAS	13	19,7	19,7	63,6
CREDITO INFORMAL	24	36,4	36,4	100,0
Total	66	100,0	100,0	

**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

GRÁFICO 3.18 PROBLEMAS FINANCIEROS QUE TIENE LAS MICROEMPRESAS DE LA CIUDAD



**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

**Pregunta 16 ¿Cuándo requiere un crédito a qué institución financiera acude?**

La siguiente pregunta tiene que ver con la procedencia del crédito, la tabla 3.19, muestra que en un 48,5% viene de la banco privada, el 36.4% es de las cooperativas de ahorro y crédito (COAC) y con 9,1% de la Banca Pública corroborando con el impulso que ha tenido en este último gobierno, al Banco de Fomento y la Corporación Financiera Nacional.



TABLA 3.19 PROCEDENCIA DEL CRÉDITO POR SECTOR BANCARIO

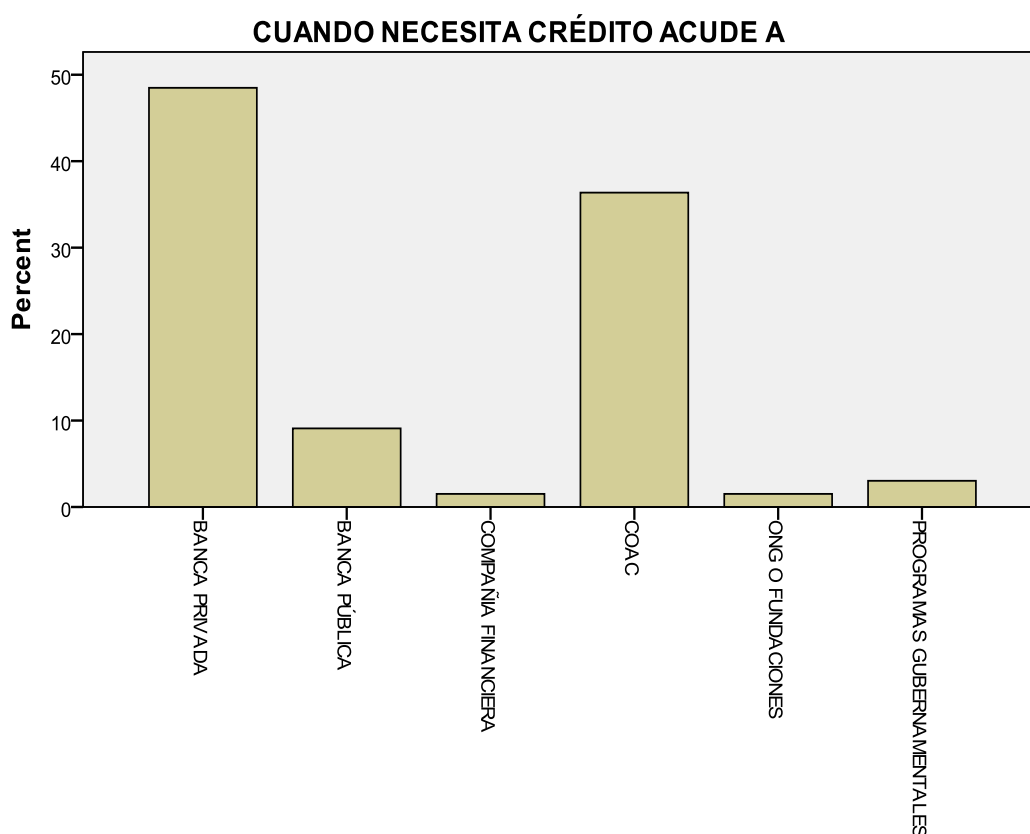
	Frecuencia	Percent	Valid Percent	Acumulado Percent
BANCA PRIVADA	32	48,5	48,5	48,5
BANCA PÚBLICA	6	9,1	9,1	57,6
COMPAÑIA FINANCIERA	1	1,5	1,5	59,1
COAC	24	36,4	36,4	95,5
ONG O FUNDACIONES	1	1,5	1,5	97,0
PROGRAMAS GUBERNAMENTALES	2	3,0	3,0	100,0
Total	66	100,0	100,0	

**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

GRÁFICO 3.19 PROCEDENCIA DEL CRÉDITO POR SECTOR BANCARIO



**CUANDO NECESITA CRÉDITO ACUDE A**

**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

**Pregunta 17 ¿El último crédito adquirido por su PYMES lo destino para:?**

La pregunta con respecto al destino del crédito Tabla 3.20, el 40,9% lo destino exclusivamente como capital de trabajo, el 22,7 % para ampliación de negocio, con el mismo peso para compra de herramientas y un 7,6% para mejorar el local.

**TABLA 3.20 DESTINO DEL CRÉDITO HECHO POR LOS MICROEMPRESARIOS DE LA CIUDAD**

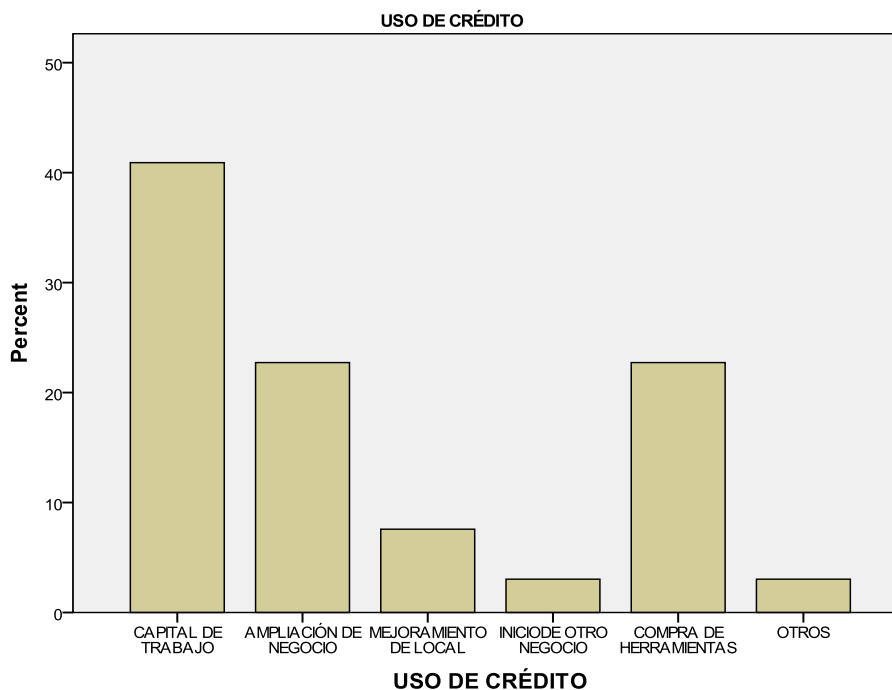
	Frecuencia	Percent	Valid Percent	Acumulado Percent
CAPITAL DE TRABAJO	27	40,9	40,9	40,9
AMPLIACIÓN DE NEGOCIO	15	22,7	22,7	63,6
MEJORAMIENTO DE LOCAL	5	7,6	7,6	71,2
INICIO DE OTRO NEGOCIO	2	3,0	3,0	74,2
COMPRA DE HERRAMIENTAS	15	22,7	22,7	97,0
OTROS	2	3,0	3,0	100,0
Total	66	100,0	100,0	

**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

GRÁFICO 3.20 DESTINO DEL CRÉDITO HECHO POR LOS MICROEMPRESARIOS DE LA CIUDAD



**FUENTE:** Investigación de Campo  
**ELABORADO:** Autores  
**FECHA:** Octubre 2010

Las siguientes preguntas tienen que ver con las instituciones microcrediticias.

**Pregunta 18 ¿Cuál es su percepción de las entidades financieras que Ud. Utiliza con mayor frecuencia?**

En este punto abordaremos la percepción que tiene los microempresarios con respecto a las instituciones financieras, como indica la tabla 3.21, el 68,2 % tiene como concepto de servicio bueno, y el 24,2% considera que promedio es decir ni bueno ni malo, el 3% considera que es malo, este valor es relativamente bajo como resultado podemos decir que hay confianza al depositar sus ahorros en el sistema financiero regulado.

TABLA 3.21 PERCEPCIÓN DE SERVICIO DE INSTITUCIONES FINANCIERAS

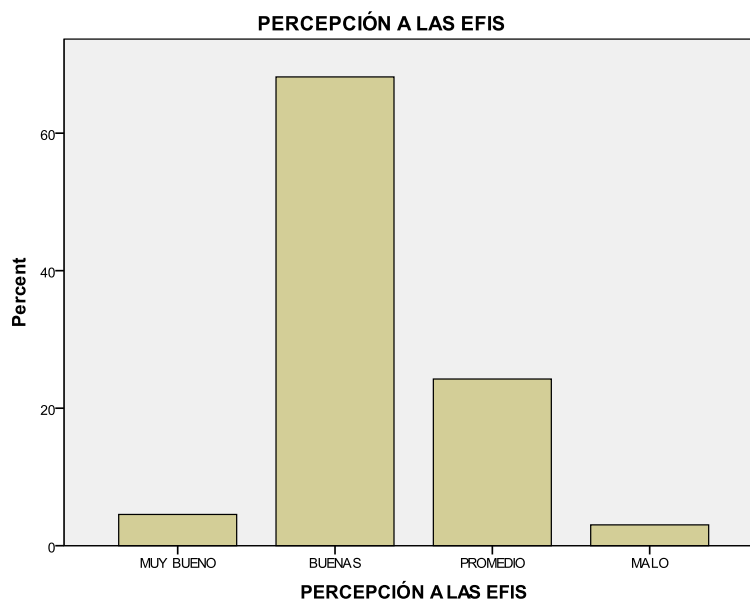
	Frecuencia	Percent	Valid Percent	Acumulado Percent
MUY BUENO	3	4,5	4,5	4,5
BUENAS	45	68,2	68,2	72,7
REGULAR	16	24,2	24,2	97,0
MALO	2	3,0	3,0	100,0
Total	66	100,0	100,0	

**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

GRÁFICA 3.21 PERCEPCIÓN DE SERVICIO DE INSTITUCIONES FINANCIERAS



**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

**Pregunta 19 ¿Cuál fue el monto de crédito que Ud. Adquirió en estos últimos años?**

Con respecto al monto de crédito Tabla 3.22, que últimamente hizo, se puede observar que los montos son bajos de 1.000 a 5.000 en un 42,4 % y 0 a 1.000 en un 36,4%, como consecuencia que estos son usados como

capital de trabajo, y en cierta forma lo utilizan para promoción o mejoramiento de local como se mostró en la tabla 3.20. Destino del crédito hecho por los microempresarios.

TABLA 3.22. MONTO DE CRÉDITO ADQUIRIDO POR LAS MICROEMPRESAS DE LA CIUDAD

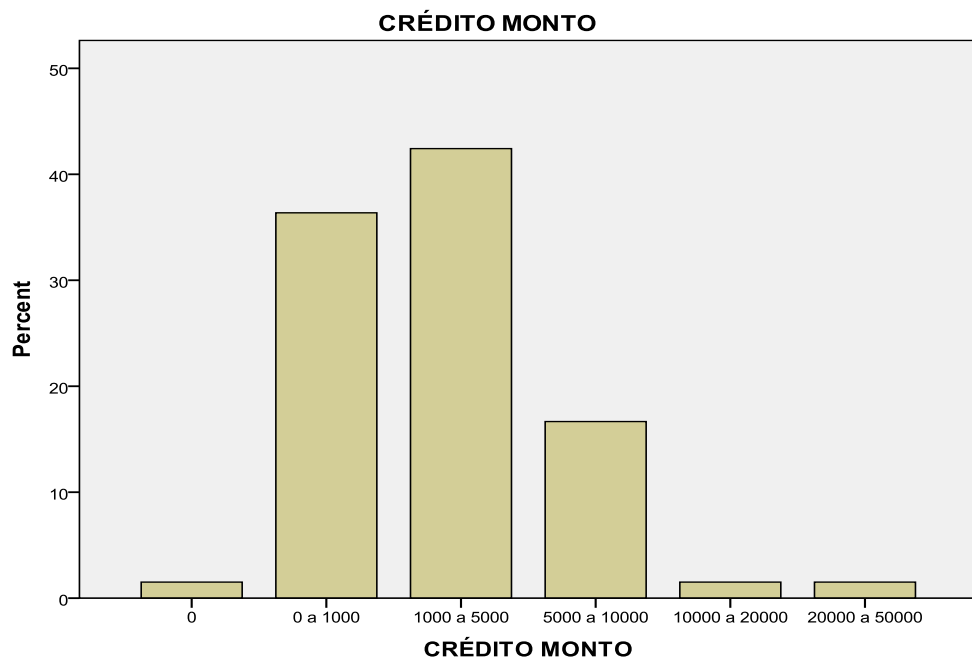
	Frecuencia	Percent	Valid Percent	Acumulado Percent
0	1	1,5	1,5	1,5
0 a 1000	24	36,4	36,4	37,9
1000 a 5000	28	42,4	42,4	80,3
5000 a 10000	11	16,7	16,7	97,0
10000 a 20000	1	1,5	1,5	98,5
20000 a 50000	1	1,5	1,5	100,0
Total	66	100,0	100,0	

**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

GRÁFICO 3.22. MONTO DE CRÉDITO ADQUIRIDO POR LAS MICROEMPRESAS DE LA CIUDAD



**FUENTE:** Investigación de Campo

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

**Pregunta 20 ¿Cuál fue el capital con el cual inicio su microempresa?**

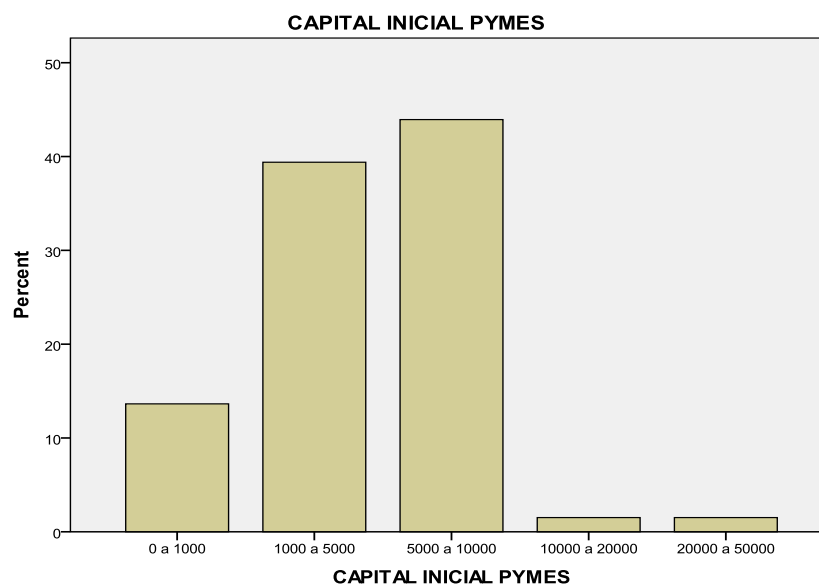
Otro factor a analizar es el monto con el cual inicio la microempresa. Tabla 3.23, está muestra que el 43,9% necesitaron un capital inicial entre 5.000 a 10.000 y el 39,4% de 1.000 a 5.000, capital acorde para el sector comercio y servicio, que no necesita mucho activo fijo para desarrollar sus actividades comerciales.

**TABLA 3.23 CAPITAL PARA INICIAR UNA MICROEMPRESA EN LA CIUDAD**

	Frecuencia	Percent	Valid Percent	Acumulado Percent
0 a 1000	9	13,6	13,6	13,6
1000 a 5000	26	39,4	39,4	53,0
5000 a 10000	29	43,9	43,9	97,0
10000 a 20000	1	1,5	1,5	98,5
20000 a 50000	1	1,5	1,5	100,0
Total	66	100,0	100,0	

**FUENTE:** Investigación de Campo  
**ELABORADO:** Autores  
**FECHA:** Octubre 2010

**GRÁFICO 3.23 CAPITAL PARA INICIAR UNA MICROEMPRESA EN LA CIUDAD**



**FUENTE:** Investigación de Campo  
**ELABORADO:** Autores  
**FECHA:** Octubre 2010

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este capítulo con la ayuda e interpretación de datos desarrollados en la investigación de campo, identificaremos los problemas principales que enfrentan las microempresas de la ciudad, para ello usaremos la herramienta análisis de causa raíz, (pareto, espina de pescado) y el desarrollará estrategias para mitigar estas.

#### 4.1 DATOS SOCIO ECONÓMICOS

La provincia de Cotopaxi tiene, 7 cantones a saber: Latacunga, La Maná, Pangua, Pujilí, Salcedo, Saquisilí y Sigchos con un total de 396.646 habitantes. Un resumen de los datos socio económicos de la provincia de Cotopaxi se presenta en la tabla 4.1.

TABLA 4.1 FACTORES DEMOGRÁFICOS DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI.

<b>INDICADORES DEMOGRÁFICOS</b>	
POBLACIÓN TOTAL ( 2007)	13'808.563
POBLACIÓN COTOPAXI (2007)	396.646
TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL (%)	2,10%
POBLACIÓN URBANA COTOPAXI	106.186
POBLACIÓN HOMBRES	192.119
POBLACIÓN MUJERES	204.527
<b>FACTORES SOCIOECONÓMICOS DE COTOPAXI</b>	
TASA DE ANALFABETISMO POBLACIÓN %	15%
% MUJERES	10,20%
% HOMBRES	20%
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA	141.062
HOMBRES	90.691
MUJERES	50.371
DENSIDAD POBLACIONAL (HAB/Km <sup>2</sup> )	48
NÚMERO DE CANTONES	7
NÚMERO DE PARROQUIAS RURALES	33

**FUENTE:** INEC, VI Censo Nacional de Población y Vivienda  
**ELABORADO:** Autores  
**FECHA:** Octubre 2010

En la tabla 4.2 se puede observar los datos demográficos para la ciudad de Latacunga y en el gráfico 4.1. Indica la distribución de población en el cantón Latacunga.

TABLA 4.2 POBLACIÓN URBANA EN LA CIUDAD DE LATACUNGA

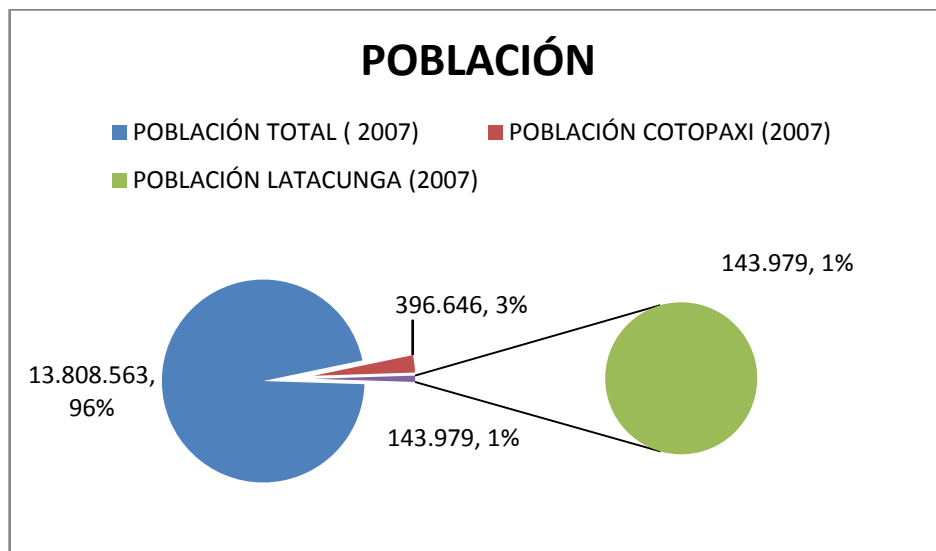
POBLACIÓN EN EL CANTÓN LATACUNGA	
POBLACIÓN TOTAL ( 2007)	13'808.563
POBLACIÓN COTOPAXI (2007)	396.646
POBLACIÓN LATACUNGA (2007)	143.979
POBLACIÓN URBANA LATACUNGA	51.689
POBLACIÓN RURAL LATACUNGA	92.290
POBLACIÓN HOMBRES URBANO	24.888
POBLACIÓN MUJERES URBANO	26.801

**FUENTE:** INEC, VI Censo Nacional de Población y Vivienda

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

GRÁFICO 4.1 DISTRIBUCIÓN DE HABITANTES EN EL CANTÓN LATACUNGA



**FUENTE:** INEC, VI Censo Nacional de Población y Vivienda

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

El nivel de instrucción de la provincia se puede observar en la tabla 4.3, éste es muy similar al presentado en la pregunta 1, tabla 3.4, con la



diferencia que en esta aparece que el 24,2% no tuvo ninguna instrucción y 42,3% tiene instrucción primaria.

TABLA 4.3 NIVEL DE INSTRUCCIÓN DE LOS HABITANTES DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI

	Frecuencia	Percent	Valid Percent	Acumulado Percent
Ninguno	84601	24,2	24,2	24,2
Centro Alfabetización	2919	,8	,8	25,0
Primario	148001	42,3	42,3	67,4
Secundario	50717	14,5	14,5	81,9
Educación Básica	36185	10,4	10,4	92,2
Educación Media	5056	1,4	1,4	93,7
PostBachillerato	2900	,8	,8	94,5
Superior	17939	5,1	5,1	99,7
Postgrado	545	,2	,2	99,8
Se ignora	677	,2	,2	100,0
Total	349540	100,0	100,0	

**FUENTE:** INEC, VI Censo Nacional de Población y Vivienda

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

En la tabla 4.4 se puede observar los grupos ocupacionales en la provincia, ésta resalta claramente que el 20,3% de la población cotopaxense trabaja por cuenta propia, esto corrobora los datos de la pregunta 3, tabla 3.6.

TABLA 4.4 GRUPO OCUPACIONAL DE HABITANTES DE COTOPAXI

	Frecuencia	Percent	Valid Percent	Acumulado Percent
0	189136	54,1	54,1	54,1
Patrono o Socio Activo	10514	3,0	3,0	57,1
Cuenta Propia	71074	20,3	20,3	77,5
Empleado del municipio/consejo	1314	,4	,4	77,8
Empleado del estado	8581	2,5	2,5	80,3
Empleado privado	34554	9,9	9,9	90,2
Trab. familiar sin remuneración	25014	7,2	7,2	97,3
Otra	9353	2,7	2,7	100,0
Total	349540	100,0	100,0	

**FUENTE:** INEC, VI Censo Nacional de Población y Vivienda

**ELABORADO:** Autores

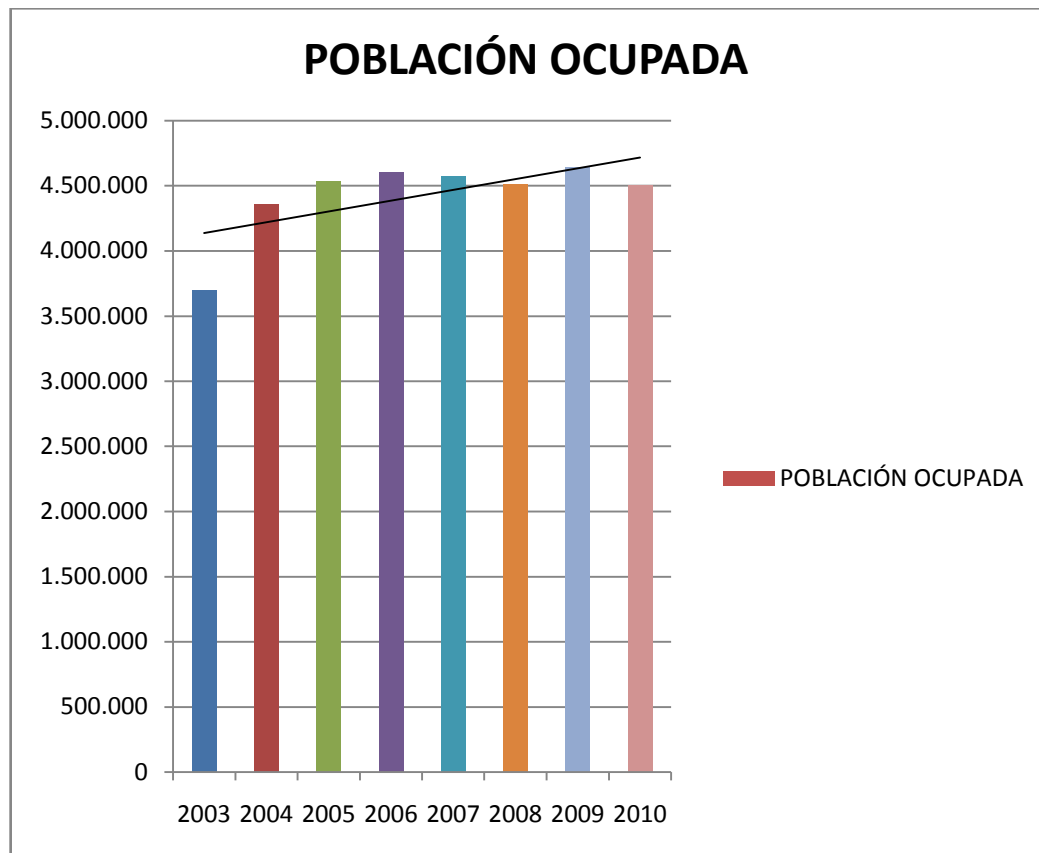
**FECHA:** Octubre 201

## 4.2 EMPLEO

La generación de empleo, hacemos referencia a la Población Económicamente Activa (PEA) a nivel Nacional, gráfico 4.2, con esta variable evidenciaremos la situación actual de empleo en el país, la variación anual que presenta como también, la tendencia positiva en cuanto a la creación de empleo.

Para conocer cuál es la tendencia entre ciudades vamos a mostrar el gráfico 4.3 éste muestra el comportamiento de la Población Económicamente Activa de las ciudades de Cuenca, Guayaquil, Quito, Machala y Ambato, con esto evidenciamos cada ciudad tiene un comportamiento diferente, e inclusive entre zonas.

GRÁFICO 4.2 POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA NACIONAL (PEA)



**FUENTE:** *indexmundi.com, Ecuador Fuerza laboral*

**ELABORADO:** *Autores*

**FECHA:** *Octubre 2010*

TABLA 4.5 EVOLUCIÓN DE POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA NACIONAL (PEA)

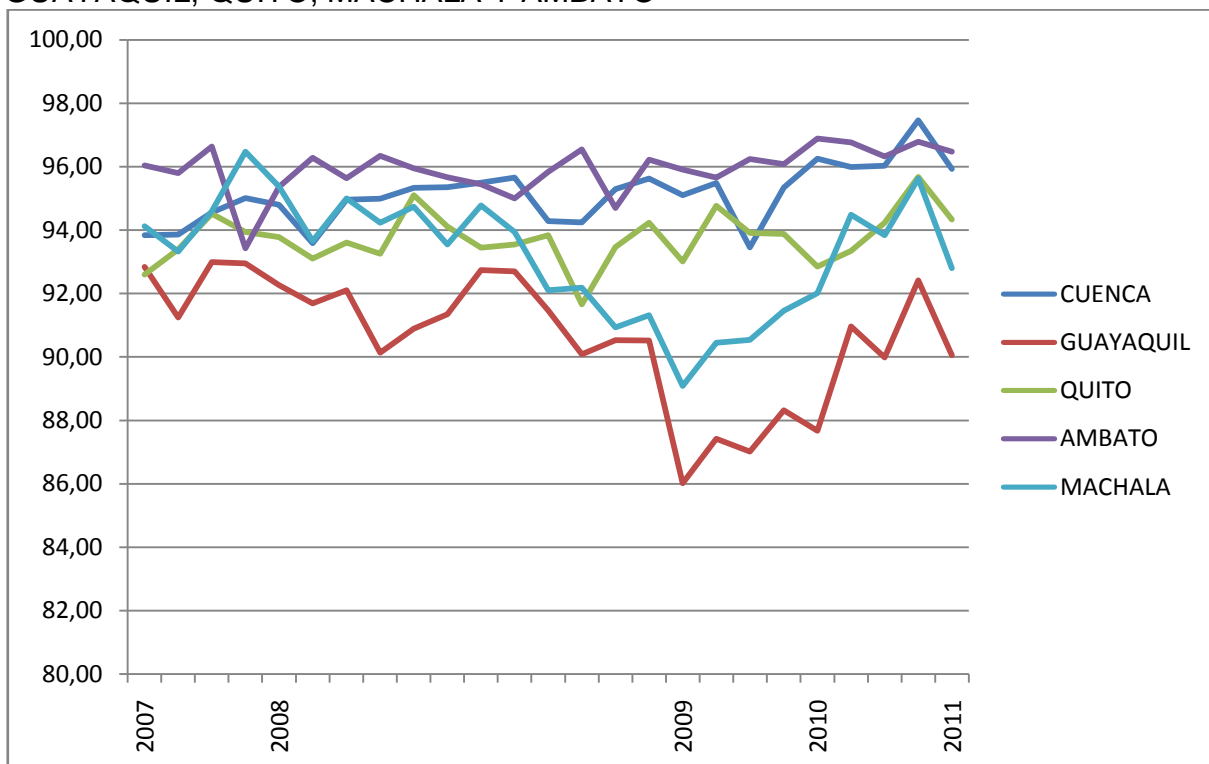
AÑO	POBLACIÓN OCUPADA	VARIACIÓN ANUAL %
2003	3.700.000	
2004	4.360.000	17,8%
2005	4.530.000	3,9%
2006	4.600.000	1,5%
2007	4.570.000	-0,7%
2008	4.510.000	-1,3%
2009	4.640.000	2,9%
2010	4.503.000	-3,0%

**FUENTE:** *indexmundi.com, Ecuador Fuerza laboral*

**ELABORADO:** *Autores*

**FECHA:** *Octubre 2010*

**GRÁFICO 4.3 POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE CUENCA, GUAYAQUIL, QUITO, MACHALA Y AMBATO**



**FUENTE:** INEC VI Censo Nacional de Población y Vivienda

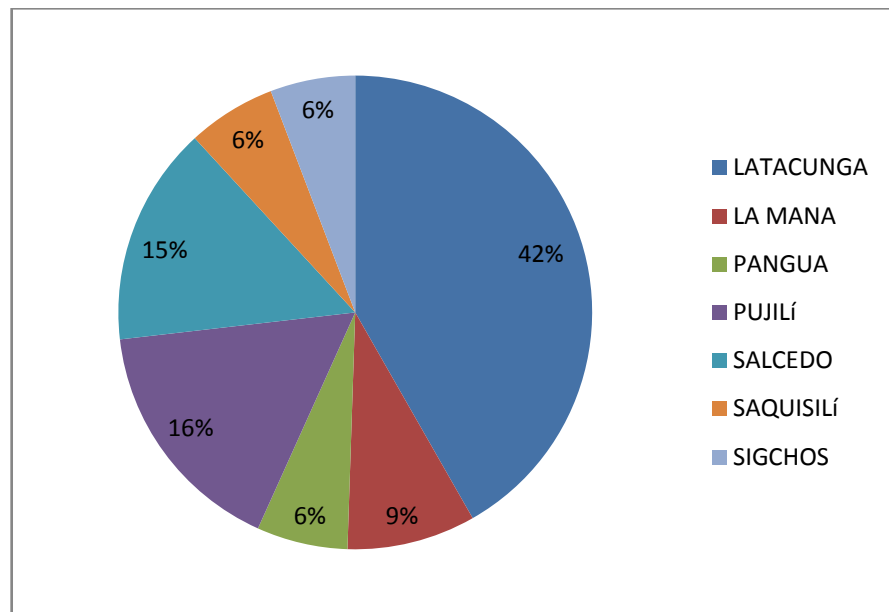
**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

El la gráfica 4.3 se puede observar también, que las ciudades de Cuenca, Quito y Ambato tiene un comportamiento más estable, y parejo es decir siguen la misma tendencia en el tiempo, mientras que en la ciudad de Guayaquil y Machala el altibajo es sentido en condiciones similares.

Para conocimiento del PEA de la provincia de Cotopaxi, según censo 2001, es de 141.162 habitantes. Para el cantón Latacunga se tiene, un total de 58.884 habitantes, esto es el 41,7% de la provincia, la gráfica 4.4 muestra la distribución de PEA por cantón.

GRÁFICO 4.4 DISTRIBUCIÓN DE PEA EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI



**FUENTE:** INEC VI Censo Nacional de Población y Vivienda

**ELABORADO:** Autores

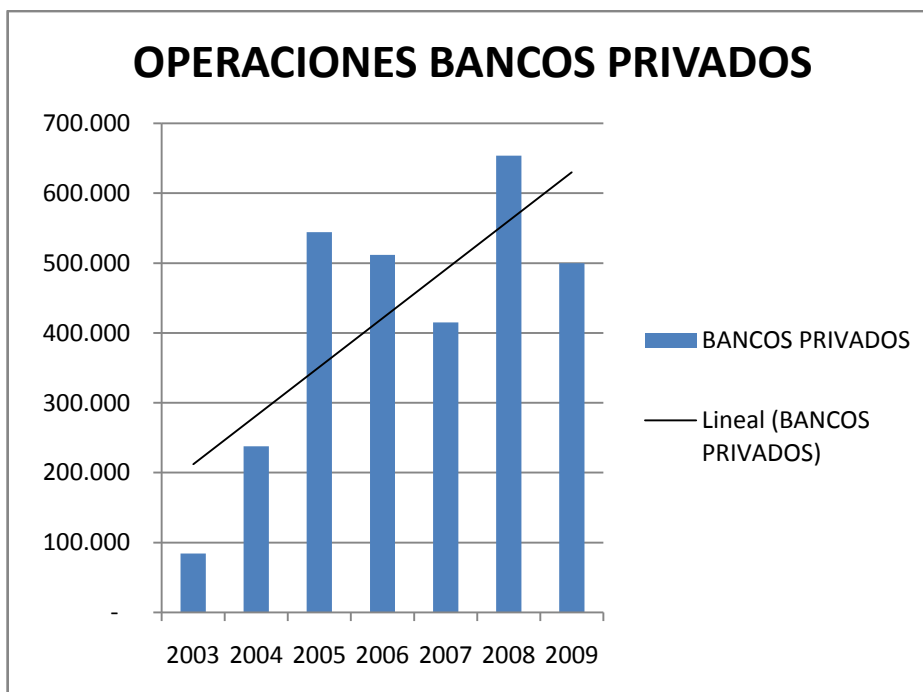
**FECHA:** Octubre 2010

### 4.3 AHORRO Y CRÉDITO

El estudio del ahorro ha ido adquiriendo cada vez mayor importancia debido a que, en términos macroeconómicos, el ahorro es el elemento esencial para el financiamiento de la inversión que permitirá impulsar un crecimiento económico sostenido a largo plazo.

En cuanto a crédito, vamos a ver cual fue desempeño del microcrédito haciendo uso de de el número de operaciones efectuadas a nivel nacional, esto ayuda a visualizar la tendencia positiva de los diferentes actores como son los Bancos Privados, las Cooperativas de ahorro y Crédito, Financieras y Bancos del estado, ver gráficos 4.5, 4.6 4.7 y 4.8.

GRÁFICO 4.5 NÚMERO DE OPERACIONES BANCOS PRIVADOS



**FUENTE:** SUPERINTENDENCIA DE BANCOS, volumen de microcrédito

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

GRÁFICO 4.6 NÚMERO DE OPERACIONES COOPERATIVAS

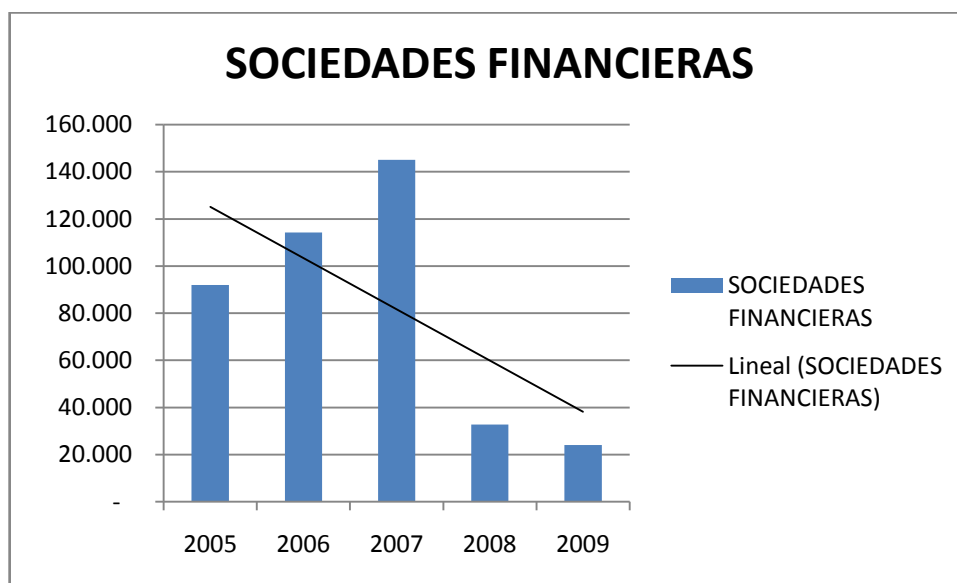


**FUENTE:** SUPERINTENDENCIA DE BANCOS, volumen de microcrédito

**ELABORADO:** Autores

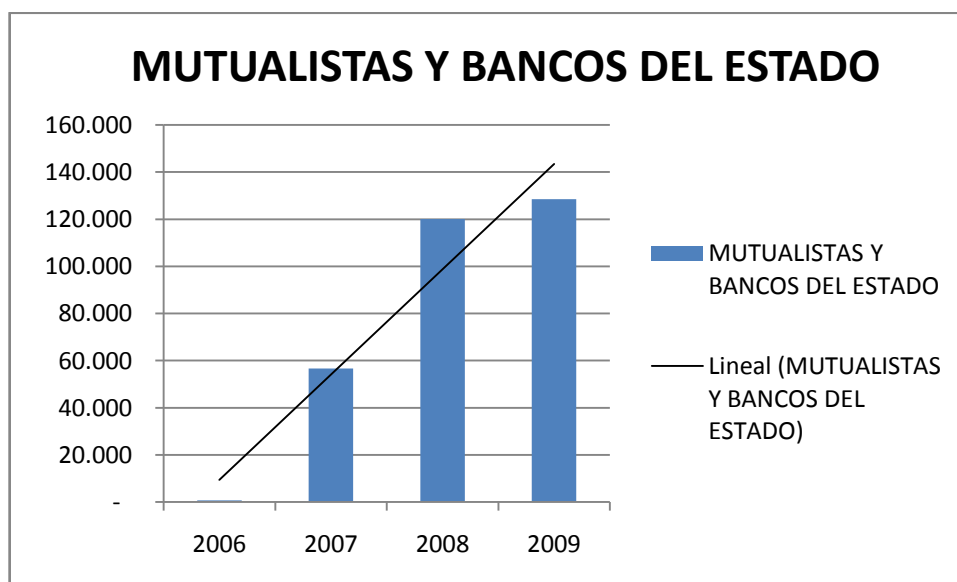
**FECHA:** Octubre 2010

GRÁFICO 4.7 NÚMERO DE OPERACIONES SOCIEDADES FINANCIERAS



**FUENTE:** SUPERINTENDENCIA DE BANCOS, volumen de microcrédito  
**ELABORADO:** Autores  
**FECHA:** Octubre 2010

GRÁFICO 4.8 NÚMERO DE OPERACIONES MUTUALISTAS Y BANCOS DEL ESTADO

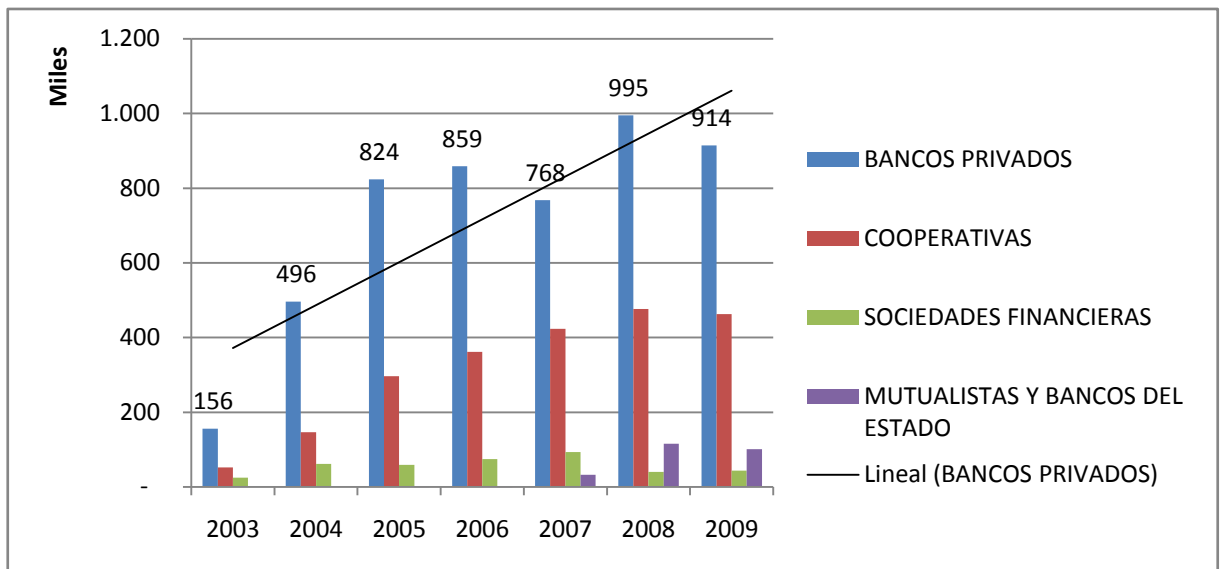


**FUENTE:** SUPERINTENDENCIA DE BANCOS, volumen de microcrédito  
**ELABORADO:** Autores  
**FECHA:** Octubre 2010

En los gráficos se puede observar, el número de operaciones de la Banca Privada es mucho mayor a todas y con respecto a las Sociedades Financieras, se deterioraron completamente .en los años 2008 y 2009.

En el Gráfico 4.9 se ve claramente en cuanto a montos la Banca Privada, duplica al monto entregado por las Cooperativas de Ahorro y Crédito, estos son los autores más importantes dentro de este segmento.

**GRÁFICO 4.9 VOLUMEN DE CRÉDITO MICRO EMPRESARIAL ENTREGADO POR LAS INSTITUCIONES CREDITICIAS REGULADAS**



**FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS, volumen de microcrédito**  
**ELABORADO: Autores**  
**FECHA: Octubre 2010**

La Matriz de perfil competitivo ayuda a evaluar, que instituciones a nivel general están posicionadas en el mercado con mayor jerarquía, para este caso se visualizó la Banca Privada como la entidad más competitiva frente a la Pública y Cooperativas, Ver tabla 4.6 Matriz de perfil competitivo del sistema financiero regulado.



TABLA 4.6 MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO DEL SISTEMA FINANCIERO REGULADO.

FACTORES IMPORTANTES PARA EL ÉXITO	PESO	BANCA PRIVADA		COOPERATIVAS		BANCA PÚBLICA	
		CALIFICACIÓN	PUNTAJE	CALIFICACIÓN	PUNTAJE	CALIFICACIÓN	PUNTAJE
1.- Participación en el mercado	0,2	4	0,8	2	0,4	3	0,6
2.- Servicios de apoyo microempresarial	0,1	2	0,2	1	0,1	3	0,3
3.- Cartera dedicada a microcrédito	0,15	3	0,45	2	0,3	3	0,45
4.- Profundidad de servicios financieros	0,15	2	0,3	2	0,3	1	0,15
5.- Publicidad	0,1	3	0,3	3	0,3	3	0,3
6.- Encajes	0,15	1	0,15	2	0,3	1	0,15
7.- Costo de servicios financieros	0,15	2	0,3	3	0,45	2	0,3
TOTAL	1		2,5		2,15		2,25
Calificación 4= Importante 3= Moderada 2= Bajo Impacto 1= Muy bajo impacto							

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

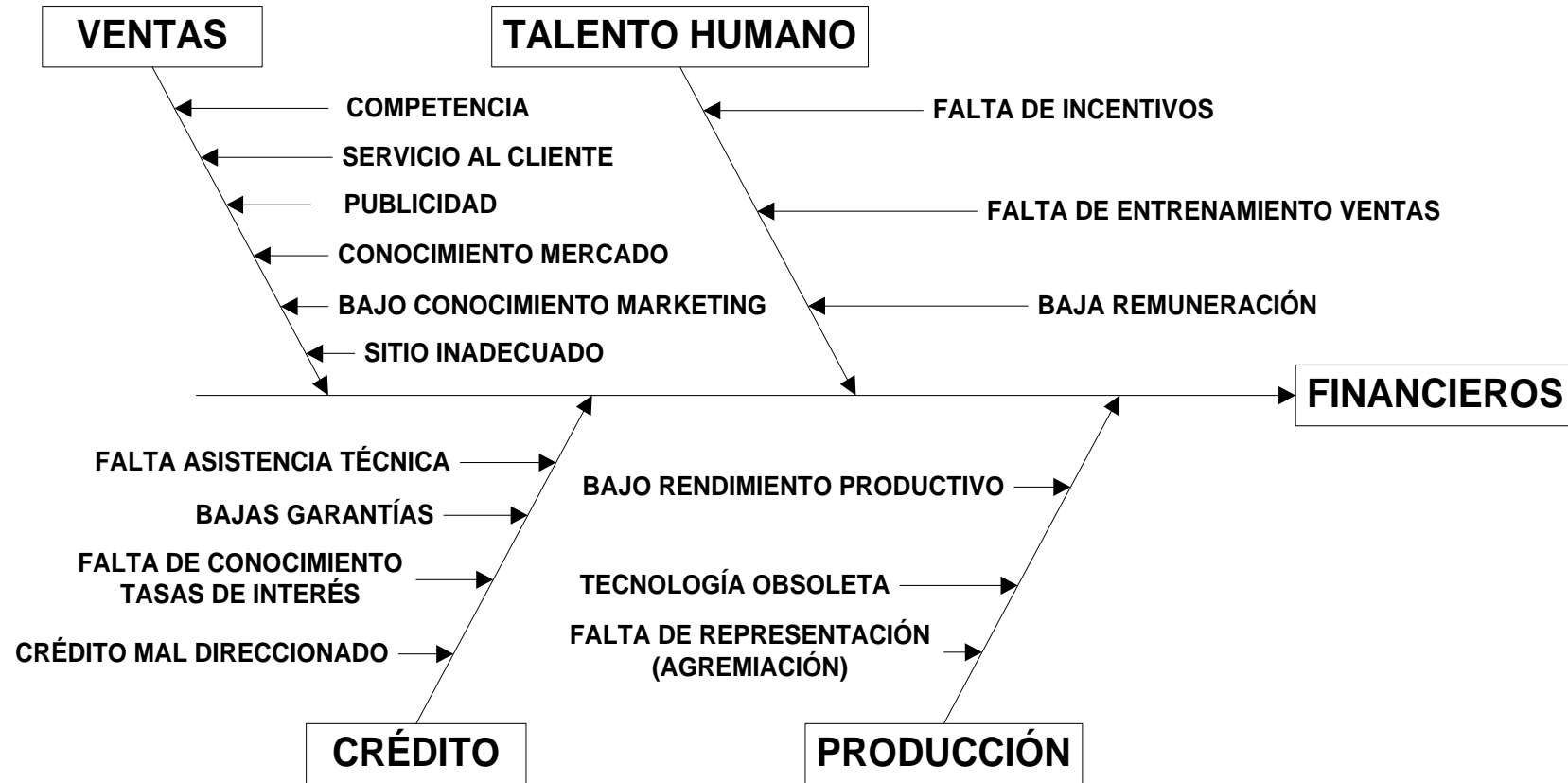
Como se pudo evidenciar la Banca Privada es la más competitiva, con un 2,5

#### **4.4 ANÁLISIS CAUSA DE PROBLEMAS FINANCIEROS DE LAS PYMES DE LA CIUDAD**

El diagrama de pescado, es una representación gráfica que organiza en forma lógica y en orden de mayor importancia las causas potenciales que contribuyen a crear un efecto o problema determinado.

Para este caso analizaremos las causas de problemas financieros que tienen las pequeñas empresas de la ciudad de Latacunga. Como muestra la gráfica 4.10. Primero identificamos los factores o causas principales, VENTAS, TALENTO HUMANO, CREDITO Y PRODUCCIÓN, ubicamos estas como ramas principales (espinas de flecha principal). Luego aplicando la técnica de lluvias de ideas, procedemos a situar las sub ramas en la espina o rama de causa principal. Grafico 4.10 Análisis causa raíz de problemas financieros de las Pymes de la ciudad de Latacunga.

GRÁFICO 4.10 ANÁLISIS CAUSA RAÍZ DE PROBLEMAS FINANCIEROS DE LAS PYMES DE LA CIUDAD DE LATACUNGA



ELABORADO: Autores  
FECHA: Octubre 2010

Luego de haber identificado las causas secundarias, procedemos a la valoración o importancia relativa, para ello construiremos una matriz y calificaremos en una escala de 0 a 100, como afecta directamente a los problemas financieros de las pequeñas empresas de la ciudad. Tabla 4.5.

TABLA 4.7 MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPORTANCIA RELATIVA

<b>Criterios de Priorización (objetivos estratégicos)</b>	1	2	Promedio	Peso Relativo	Importancia Relativa
Competencia	80	90	85	7,5	38,2
Servicio al cliente	70	85	77,5	6,8	
Publicidad	80	80	80	7,1	
Conocimiento de mercado	70	90	80	7,1	
Bajo conocimiento de Marketing	40	50	45	4,0	
sitio inadecuado (ubicación)	60	70	65	5,7	
Falta de incentivos	50	60	55	4,9	16,8
Entrenamiento (ventas)	70	55	62,5	5,5	
Baja remuneración	80	65	72,5	6,4	
Falta de asistencia técnica (crédito)	90	100	95	8,4	27,4
Bajas garantías crediticias	80	80	80	7,1	
Poco conocimiento de costos créditos	70	75	72,5	6,4	
Crédito mal direccionado	60	65	62,5	5,5	
Bajo rendimiento productivo	70	80	75	6,6	17,7
Tecnología obsoleta	80	75	77,5	6,8	
Falta de representatividad, agremiación	45	50	47,5	4,2	
<b>TOTAL</b>			<b>1132,5</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

**ELABORADO: Autores**

**FECHA: Octubre 2010**

El peso relativo se consigue, dividiendo, el peso promedio para el total de cada una de las los problemas que afectan a las finanzas de las microempresas, Posteriormente se procede a categorizar el peso que tiene

cada uno de los problemas principales por ejemplo para las venta se tiene un peso de importancia de 38,2.

Seguido se construye la matriz de evaluación, comportamiento de cada variable frente a causa principal ventas, talento humano, crédito y producción, usando escala de impacto. En base a esta se construye las tablas 4.8, 4.9, 4,10 y 4,11.

**TABLA 4.8 MATRIZ VALORACIÓN VENTAS**

VENTAS	De 0 a 9		Promedio
	PERSONAS		
	1	2	
Competencia	5	9	7,00
Servicio al cliente	6	7	6,50
Publicidad	5	6	5,50
Conocimiento de mercado	9	7	8,00
Bajo conocimiento de Marketing	6	6	6,00
Sitio inadecuado (ubicación)	8	5	6,50
Falta de incentivos	5	4	4,50
Entrenamiento (ventas)	8	5	6,50
Baja remuneración	4	6	5,00
Falta de asistencia técnica (crédito)	3	2	2,50
Bajas garantías crediticias	3	2	2,50
Poco conocimiento de costos créditos	3	5	4,00
Crédito mal direccionado	4	3	3,50
Bajo rendimiento productivo	6	7	6,50
Tecnología obsoleta	7	7	7,00
Falta de representatividad, agremiación	2	2	2,00

**ELABORADO: Autores**

**FECHA: Octubre 2010**

Criterio de valoración

<b>Tabla de valorización Impacto:</b>	<b>Pts</b>
Sin impacto	0
Impacto débil	3
Impacto medio	5
Alto impacto	9

TABLA 4.9 MATRIZ VALORACIÓN TALENTO HUMANO

<b>TALENTO HUMANO</b>	De 0 a 9		Promedio
	PERSONAS		
	1	2	
Competencia	2	3	2,50
Servicio al cliente	5	5	5,00
Publicidad	4	2	3,00
Conocimiento de mercado	6	3	4,50
Bajo conocimiento de Marketing	5	5	5,00
Sitio inadecuado (ubicación)	5	4	4,50
Falta de incentivos	8	7	7,50
Entrenamiento (ventas)	7	9	8,00
Baja remuneración	8	7	7,50
Falta de asistencia técnica (crédito)	3	3	3,00
Bajas garantías crediticias	2	4	3,00
Poco conocimiento de costos créditos	3	2	2,50
Crédito mal direccionado	4	2	3,00
Bajo rendimiento productivo	4	5	4,50
Tecnología obsoleta	6	7	6,50
Falta de representatividad, agremiación	2	2	2,00

**ELABORADO:** Autores  
**FECHA:** Octubre 2010

TABLA 4.10 MATRIZ VALORACIÓN CRÉDITO

CRÉDITO	De 0 a 9		Promedio
	PERSONAS		
	1	2	
Competencia	2	2	2,00
Servicio al cliente	1	1	1,00
Publicidad	2	3	2,50
Conocimiento de mercado	5	7	6,00
Bajo conocimiento de Marketing	1	2	1,50
Sitio inadecuado (ubicación)	2	2	2,00
Falta de incentivos	1	1	1,00
Entrenamiento (ventas)	2	1	1,50
Baja remuneración	1	1	1,00
Falta de asistencia técnica (crédito)	8	9	8,50
Bajas garantías crediticias	7	7	7,00
Poco conocimiento de costos créditos	9	8	8,50
Crédito mal direccionado	8	7	7,50
Bajo rendimiento productivo	6	5	5,50
Tecnología obsoleta	3	5	4,00
Falta de representatividad, agremiación	3	1	2,00

**ELABORADO: Autores**

**FECHA: Octubre 2010**

TABLA 4.11 MATRIZ VALORACIÓN PRODUCCIÓN

PRODUCCIÓN	De 0 a 9		Promedio
	PERSONAS		
	1	2	
Competencia	6	5	5,50
Servicio al cliente	3	2	2,50
Publicidad	6	5	5,50
Conocimiento de mercado	8	6	7,00
Bajo conocimiento de Marketing	7	5	6,00
Sitio inadecuado (ubicación)	8	5	6,50
Falta de incentivos	6	6	6,00
Entrenamiento (ventas)	7	8	7,50
Baja remuneración	6	7	6,50
Falta de asistencia técnica (crédito)	3	1	2,00
Bajas garantías crediticias	1	1	1,00
Poco conocimiento de costos créditos	5	5	5,00
Crédito mal direccionado	6	6	6,00
Bajo rendimiento productivo	7	8	7,50
Tecnología obsoleta	8	9	8,50
Falta de representatividad, agremiación	4	3	3,50

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

Por último construimos la matriz de prioridades que deben ser mitigadas, tomando en cuenta, el factor importancia relativa de cada causa principal por el peso promedio de cada sub rama, la suma total da un peso, la magnitud mayor es considerada como la causa principal de problema a ser resuelto aplicando estrategias en el área.



TABLA 4.12 MATRIZ CAUSA RAÍZ DE PROBLEMAS FINANCIEROS DE LAS PYMES DE LA CIUDAD DE LATACUNGA

No.	Causas	Ventas		Talento Humano		Crédito		Producción		Total Ponderado de causa raíz
		Importancia Relativa		Importancia Relativa		Importancia Relativa		Importancia Relativa		
		Alto = 9	Bajo = 0	Alto = 9	Bajo = 0	Alto = 9	Bajo = 0	Alto = 9	Bajo = 0	
		38,2		16,8		27,4		17,7		
1	Competencia	7,00	+	2,50	+	2,00	+	5,50	=	461
2	Servicio al cliente	6,50	+	5,00	+	1,00	+	2,50	=	404
3	Publicidad	5,50	+	3,00	+	2,50	+	5,50	=	426
4	Conocimiento de mercado	8,00	+	4,50	+	6,00	+	7,00	=	669
5	Bajo conocimiento de Marketing	6,00	+	5,00	+	1,50	+	6,00	=	460
6	Sitio inadecuado (ubicación)	6,50	+	4,50	+	2,00	+	6,50	=	493
7	Falta de incentivos	4,50	+	7,50	+	1,00	+	6,00	=	431
8	Entrenamiento (ventas)	6,50	+	8,00	+	1,50	+	7,50	=	556
9	Baja remuneración	5,00	+	7,50	+	1,00	+	6,50	=	459
10	Falta de asistencia técnica (crédito)	2,50	+	3,00	+	8,50	+	2,00	=	414
11	Bajas garantías crediticias	2,50	+	3,00	+	7,00	+	1,00	=	355
12	Poco conocimiento de costos créditos	4,00	+	2,50	+	8,50	+	5,00	=	516
13	Crédito mal direccionado	3,50	+	3,00	+	7,50	+	6,00	=	495
14	Bajo rendimiento productivo	6,50	+	4,50	+	5,50	+	7,50	=	607
15	Tecnología obsoleta	7,00	+	6,50	+	4,00	+	8,50	=	636
16	Falta de representatividad, agremiación	2,00	+	2,00	+	2,00	+	3,50	=	226

**ELABORADO: Autores**

**FECHA: Octubre 2010**

Los problemas más relevantes son:

- Como causa principal se puede observar el poco conocimiento de mercado que tiene mucho de los microempresarios con un peso de 669 puntos.

- En segundo lugar se tiene como causa la poca tecnología que se cuenta a la hora de producir, con un peso de 636 puntos.
- En tercer lugar tenemos el bajo rendimiento de productivo, con un peso de 607 puntos.
- En cuarto lugar tenemos la falta de entrenamiento en ventas con un peso de 556 puntos.
- En quinto lugar, la falta de conocimiento en costo de crédito con un peso de 516 puntos.
- En sexto lugar, el sitio de operación inadecuado (ubicación), con un peso de 493 puntos.

Estas son las razones principales que las microempresas tienen problemas financieros, que en lo posible hay que mitigar o reducir al mínimo.

Para mitigar estos problemas especialmente el conocimiento de mercado se debe hacer un plan de marketing, para ello presentamos los tips de un plan de marketing. Ver Anexo 1. el mismo que como se puede apreciar, direcciona y reduce apreciablemente los problemas resaltados anteriormente.

Otro aspecto importante a resaltar también es el desarrollo de una marca, esta ayuda a dar un valor agregado y mejor las ventas, los pasos para construir una marca se detallan en el anexo B.

#### ANÁLISIS Y DIAGNOSTICO FODA:

Esta es una herramienta que proporciona un conocimiento del entorno en que se desarrollan las PYMES, establecemos o identificamos las fortalezas y debilidades tanto internas como externas.

Matriz de evaluación de factores externos (EFE), analiza el comportamiento del sector Pymes frente a amenazas externas como también de oportunidades. Esta matriz nos permitirá evaluar al sector comercial, el valor máximo sería 4 y el mínimo 1.

Para un valor mayor que 2,5 hasta 4, significa que el sector responde adecuadamente a las amenazas y oportunidades exteriores.

Un valor menor que 2,5 indica que el sector no aprovecha las oportunidades ni evita las amenazas externas. En este caso las PYMES sector comercio llega a 2,95 un valor muy satisfactorio como se ve en la tabla 4.11 Matriz de evaluación de factores externos PYMES Latacunga.

TABLA 4.13 MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS PYMES LATACUNGA.

FACTORES EXTERNOS CLAVES			
<b>OPORTUNIDADES</b>	PESO	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1.-Apertura de libre comercio,(mercados globales), nuevos mercados entre Ecuador y otros países.	0,15	2	0,3
2.- La población está creciendo, por ende mayor demanda de productos.	0,1	4	0,4
3.- Política de gobierno a impulsar los Pymes de la ciudad. Buen vivir.	0,15	3	0,45
4.- Crecimiento de comercio electrónico, ventas por Internet.	0,1	2	0,2
5.- Mayor recursos inyectados a entidades financieras estatales. CFN, BF.	0,15	3	0,45
<b>AMENAZAS</b>			
1.- Productos de otros países, con mayor calidad y menor precio.	0,1	4	0,4
2.- Recesión económica mundial	0,05	3	0,15
3.- Incremento de tasa de interés	0,1	2	0,2
4.- Falta de tecnología, maquinaria para mejorar competencia.	0,1	4	0,4
<b>TOTAL</b>	1		2,95
Calificación 4= Importante 3= Moderada 2= Bajo Impacto 1= Muy bajo impacto			

**ELABORADO: Autores**

**FECHA: Octubre 2010**

Para evaluar la competitividad de las PYMES de Cotopaxi frente a los mercados más cercanos, tabla 4.12, usaremos la matriz de competitividad, esta permitirá identificar cual es el posicionamiento del mercado frente a la competencia.

TABLA 4.14 MATRIZ DE COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES LATACUNGA, MERCADOS COMPETENCIA.

FACTORES IMPORTANTES PARA EL ÉXITO	PESO	COTOPAXI		PICHINCHA		TUNGURAHUA	
		CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1.- Participación en el mercado	0,2	3	0,6	4	0,8	3	0,6
2.- Competitividad de precios	0,1	2	0,2	3	0,3	3	0,3
3.- Rentabilidad financiera	0,1	2	0,2	3	0,3	3	0,3
4.- Calidad de producto	0,15	2	0,3	2	0,3	3	0,45
5.- Publicidad	0,1	3	0,3	3	0,3	4	0,4
6.- Lealtad de los clientes	0,15	2	0,3	2	0,3	2	0,3
7.- Calidad de producto	0,1	2	0,2	2	0,2	2	0,2
8.- Dirección y representatividad	0,1	1	0,1	3	0,3	3	0,3
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>2,2</b>		<b>2,8</b>		<b>2,85</b>

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

Comparando con las provincias próximas, encontramos que estamos acorde al medio, tomando en cuenta que estas provincias se encuentran entre las comercialmente más relevantes.

TABLA 4.15 MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS

<b>FACTORES INTERNOS CLAVES</b>			<b>VALOR</b>
<b>FORTALEZAS INTERNAS</b>	<b>PESO</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>PONDERADO</b>
1.-Fácil entrada y salida en el mercado	0,15	3	0,45
2.- Fuente importante de generar empleo	0,1	2	0,2
3.- Capital inicial bajo	0,15	3	0,45
4.- Venta directa al consumidor	0,1	2	0,2
5.- Ciclo de caja bajo	0,15	2	0,3
<b>AMENAZAS</b>			
1.- Competencia informal	0,1	3	0,3
2.- Poco margen de ganancia	0,05	2	0,1
3.-Tasa se interés alta	0,1	3	0,3
4.- Poca productividad	0,1	3	0,3
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>2,6</b>

PYMES LATACUNGA.

**ELABORADO:** Autores

**FECHA:** Octubre 2010

En este punto podemos aseverar que estamos al límite, por debajo de 2,5 indica que las industrias tienen serias debilidades internas, en este caso se podría decir que en su gran mayoría son internamente sólidas.

La siguiente matriz tiene como objetivo establecer estrategias en base a las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas. Tabla 4.14 Matriz FODA

TABLA 4.16 MATRIZ FODA PYMES DE LA CIUDAD DE LATACUNGA

	<p><b>FORTALEZAS: F</b></p> <p>1.-Posicionamiento en mercado 2.-variedad de productos</p> <p>3.-Crecimiento en el mercado 4.-Fácil ingreso y salida del mercado</p> <p>5.-Capital inicial bajo</p> <p>6.-Mínima mano de obra</p> <p>7.-Inventario fácil de cuantificar 8.-Estructura organizacional simple</p> <p>9.- Baja tecnología a utilizar</p> <p>10.- Ventas directas al consumidor</p>	<p><b>DEBILIDADES: D</b></p> <p>1.-Mercado y competencia 2.-Baja productividad</p> <p>3.-Poco conocimiento en promoción y publicidad</p> <p>4.- Servicio al cliente nulo 5.- Poco valor agregado a sus productos</p> <p>6.- Informalidad de estado financieros</p> <p>7.- Ningún plan de negocio 8.- Ninguna estrategia de precio de producto</p> <p>9.- Margen de utilidad bajo</p>
<p><b>OPORTUNIDADES: O</b></p> <p>1.- Variedad de productos en un solo local 2.- Proyección de población creciente 3.- Terminal aéreo en vías de desarrollo</p> <p>4.- Gobierno nacional promociona las pymes</p> <p>5.- Mayor asesoramiento técnico a las pymes</p> <p>6.- Tasas de interés con tendencia a la baja</p>	<p><b>ESTRATEGIAS FO</b></p> <p>1.- Desarrolle una marca 2.- Ingrese a comercio electrónico.</p> <p>3.- Diversifique la cartera</p>	<p><b>ESTRATEGIAS DO</b></p> <p>1.- Estudio de mercado actual</p> <p>2.- Elabore plan marketing</p> <p>3.- Asociarse a un gremio fuerte</p> <p>4.- Financie la compra de tecnología (maquinaria)</p>
<p><b>AMENAZAS: A</b></p> <p>1.- Competencia</p> <p>2.- Inestabilidad económica del país</p> <p>3.- Tasas de interés altas</p> <p>4.- Falta de tecnología, baja productividad</p> <p>5.- Baja investigación (desarrollo de tecnología)</p>	<p><b>ESTRATEGIAS FA</b></p> <p>1.- Atención al cliente personalizada</p> <p>2.- Mantener una buena publicación</p> <p>3.- Mantener un stock de productos adecuadas (cantidad)</p> <p>4.- Ofrecer descuentos especiales, por producto, fecha</p>	<p><b>ESTRATEGIAS DA</b></p> <p>1.- Establezca producto estrella e innove constantemente.</p> <p>2.- Actualice constantemente base de datos clientes y proveedores.</p> <p>3.- Controle siempre la rotación de productos.(inventario),</p>

**ELABORADO: Autores**

**FECHA: Octubre 2010**

Como resultado de la matriz FODA se obtuvo las siguientes estrategias a desarrollar:

❖ Estrategias Fortaleza oportunidad FO:

1. Desarrolle una marca.
2. Ingrese a comercio electrónico.
3. -Diversifique la cartera de productos.

❖ Estrategias Debilidad Oportunidad DO:

1. Estudio de mercado actual
2. Elabore plan marketing
3. Asociarse a un gremio fuerte
4. Financie la compra de tecnología (maquinaria)

❖ Estrategias Fortalezas Amenaza FA:

1. Atención al cliente personalizada
2. Mantener una buena publicación
3. Mantener un stock de productos adecuados
4. Ofrecer descuentos especiales

❖ Estrategias Debilidad Amenaza FA:

1. Establezca producto estrella e innove constantemente.
2. Actualice constantemente base de datos clientes
3. Controle siempre la rotación de productos.



# CAPÍTULO V

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Con el objeto de analizar las necesidades de microcrédito y las dificultades para acceder a las fuentes de financiamiento de las PYMES en la ciudad de Latacunga durante el periodo 2005 - 2009, se encontró algunas dificultades sobretodo en la investigación de campo, en este punto cabe mencionar el agradecimiento a la Cámara de Comercio de Latacunga, por su valiosa apertura y colaboración de todos su miembros, al proporcionar información de primera mano verás y precisa para este fin.

### 5.1 CONCLUSIONES

Luego de desarrollar e interpretar cada una de las preguntas se puede dar las siguientes conclusiones:

- La hipótesis principal “analizar las necesidades de microcrédito y las dificultades para acceder a las fuentes de financiamiento de las PYMES en la ciudad de Latacunga durante el periodo 2005 – 2009” son múltiples, para detallar estas analizaremos desde tres diferentes matices como son:
  - La fuente de financiamiento para iniciar una microempresa.
  - Problemas financieros que tienen los microempresario.
  - Estructura organizacional y capacitación.

**Fuentes de financiar:** Esta demostrado el 59,1%, ver tabla 3.12, de las personas que inician un PYMES solo depende de los ahorros personales como capital inicial. Esta es la razón por la cual los microempresarios llegan a una edad adulta adulta, hasta conseguir el capital inicial para emprender su propia unidad productiva independiente, capaz de satisfacer sus necesidades básicas.

Otra lectura que se puede dar con respecto a este punto es que mientras el futuro microempresario ahorra, este se está preparando, en el caso de un empleado asalariado hace un *BENCHMARKING*, copiar o ve una nueva oportunidad de negocio, según la edad para iniciar una microempresa tabla 3.2.

**Problemas financieros:** Que éste atraviesa luego de haber obtenido el capital inicial para poner su unidad productiva, el alto costo del crédito informal, este es el mayor problema que enfrentan una gran mayoría de los microempresarios como se ve en tabla 3.18. con el 36,4%.

Esta diferencia radica fundamentalmente según las entidades financieras, por las pocas garantías, el bajo flujo de caja y la poca o nula existencia de balances que certifiquen o prueben la posibilidad de endeudamiento a la cual puede acceder. Además los costos adicionales que las Instituciones financieras conllevan, mayor grado de especialización, atención personalizada en el campo y tecnología apropiada para microfinanzas. Sin embargo gracias a la política gubernamental, y la necesidad imperante de brindar mayor acceso al financiamiento vía transparencia y sensibilidad del sector privado, ha logrado ajustar las tasas de interés, para el año 2010 en:

Bancos Privados 22%  
Cooperativas de Ahorro y Crédito 21%  
Mutualistas 23%  
Sociedades Financieras 24%  
Banca Pública 10%

Estos valores son los que más interesan conocer a la hora de solicitar un crédito, que en muchas ocasiones los microempresarios desconocen, conllevando a buscar financiamiento costoso.

**Competencia:** Específicamente la informal, la que no está regulada por ninguna entidad, que en el mercado aparece con productos muchas veces de contrabando, causando grandes perjuicios tanto a los microempresarios como al propio fisco por la evasión de impuestos y la desorganización que producen en las urbes, ventas ambulantes.

- Otro factor relevante consultado fue el tiempo de permanencia en el sector microempresarial, en este podíamos concluir que el 39,4% de la población tiene su negocio consolidado puesto que tiene entre 1 a 5 años de funcionamiento. Lo que llama la atención que no se tuvo muchas microempresas creadas en un tiempo de 0 a 1 año apenas el 4,5%, esto demuestra que el a pesar del esfuerzo que hace el gobierno por promocionar no es suficiente.
- Con respecto a la creación de empleo se vio que en el sector comercio la generación de empleo es muy reducida debido a que el 47% de los microempresarios trabajan y administran ellos mismos. El 34,8% tiene empleados pero el número de puestos de trabajo oscilan entre 1 a 10 personas.
- El capital para iniciar una micro empresa específicamente en el sector comercio y servicio el 77% de la población es de 5.000 a 10.000 dólares. Y para el sector producción oscila entre 20.000 a 50.000 dólares.
- Para ver como ayudan las Instituciones Financieras a fortalecer las PYMES mostramos el cuadro 3.19 muestra la procedencia de crédito en este se puede concluir que 48,5% proviene de la Banca Privada y 36,4% de las Cooperativas de ahorro y crédito y apenas el 9,1% la Banca Pública, esta penetración es reducida debido a los escasos fondos y la demanda alta por obtener específicamente por la tasa de interés reducida que estos últimos ofrecen.

- Para mostrar el papel predominante de las Instituciones Financieras que han tenido las microempresas como socio estratégico a la hora financiar una actividad productiva, nos referiremos a la tabla 3.12 Fuentes para financiar la creación de una microempresa, el 30,3% acude a la Banca privada. Dato corroborado por el crecimiento de cartera en la figura 2.10 Composición de cartera microempresarial, esta establece que el 57% corresponde a la Banca Privada, 37% a las Cooperativas y el 8% a la Banca Pública.
- El aporte que siempre efectúa cualquier ente productivo sea este micro, mediana, grande empresa es reflejado en el impuesto a la renta generado. El aporte al PIB de la microempresa esta en 9,28% valor nada despreciable.

## **5.2 RECOMENDACIONES**

- Uno de los problemas más importantes que el microempresario tiene es el crédito informal, que debe ser eliminado de raíz, aplicando Código penal, artículo 584, señala que será reprimidos con seis a nueve años loe prisión y una multa de 100 salarios unificados a los usureros.
- Difundir continuamente al público en general las tasas de interés para cada sector, por medio de los medios de comunicación, radio, televisión y prensa escrita.
- Mejorar la competitividad de productos mediante la aplicación de tecnología de punta y renovadora.
- Motivar a los jóvenes a plasmar sus ideas en productos revolucionarios y que se es posible tener un nicho como empresario cambiar la ortodoxa idea de obtener un empleo bien remunerado. Por la desafiante independencia económica.

- La Banca Privada debe comprender mejor al microempresario, en el sentido de aumentar los plazos de pago, tasa de interés acorde al medio y el tipo de negocio, evitando el sobre endeudamiento.
- El micro empresario debe prepararse continuamente no solo en con la idea de iniciar una microempresa más bien la idea debería ser enfocada a mantener en el tiempo y buscar nuevas oportunidades de mercado. Exportación de productos con valor agregado.
- Otro problema grave es el informalismo de llevar el negocio, estados financieros que abalicen la existencia de un activo y pasivo, con el propósito, de obtener el crédito acorde a flujo de caja.
- Desarrollar la actividades encontradas en la matriz Fortaleza Oportunidad FO:
  - Desarrolle una marca
  - Ingrese a comercio electrónico.
  - Diversifique la cartera
- Desarrollar la actividades encontradas en la matriz debilidad Oportunidad DO:
  - Estudio de mercado actual
  - Elabore plan marketing
  - Asociarse a un gremio fuerte
  - Financie la compra de tecnología (maquinaria)
- Desarrollar la actividades encontradas en la matriz fortaleza amenaza FA:
  - Atención al cliente personalizada
  - Mantener una buena publicación
  - Mantener un stock de productos adecuadas (cantidad)
  - Ofrecer descuentos especiales, por producto, fecha

➤ Desarrollar la actividades encontradas en la matriz devilidad amenaza DA:

- Establezca producto estrella e innove constantemente.
- Actualice constantemente base de datos clientes y proveedores
- Controle siempre la rotación de productos.(inventario)

## BIBLIOGRAFÍA

- PAULA JUDKIN, Investigación de mercado, ESPE 2007
- Datos estadísticos INEN
- USAID ECUADOR, Microempresas y microfinanzas en Ecuador línea base 2004
- Banco Interamericano de Desarrollo en Ecuador, La Microempresa en el Ecuador
- Hugo Jácome Estrella, Jorge Cordovéz, Microfinanzas en la economía ecuatoriana
- Reglamento a la Ley General de instituciones del sistema financiero decreto Ejecutivo No 1852 RO/ 475 del 4 de julio de 1994
- Fred R. David, Conceptos de Administración Estratégica, Novena edición, 2003.

## ENLACES

- [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org) Índice de competitividad global 2009 - 2010
- [www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec) Estadística PEA
- [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec) Estadística, Previsión Macroeconómicas PIB
- [www.superban.gov.ec](http://www.superban.gov.ec) Compendio sobre Microfinanzas
- [www.rfr.org.ec](http://www.rfr.org.ec) Boletines financieros RFR
- [www.uasb.edu.ec](http://www.uasb.edu.ec) Observatorio PYME
- [www.conquito.org.ec](http://www.conquito.org.ec) Servicios ofertados por las Instituciones Financieras Públicas Ecuador.
- [www.mipro.gob.ec](http://www.mipro.gob.ec) Política Industrial del Ecuador 2008 - 2012
- [www.mies.gov.ec](http://www.mies.gov.ec) Legislación
- [www.flacso.org.ec](http://www.flacso.org.ec) Pilares de la Arquitectura Financiera, Ministerio de coordinación de la Política Económica.
- [www.cfn.fin.ec](http://www.cfn.fin.ec) Microcrédito.

# ANEXOS



# ANEXO 1

# ANEXO 1

## PASOS PARA DESARROLLAR UN PLAN DE MARKETING

1. Direccionamiento estratégico:

Toda Pyme debe tener declarado el propósito de existencia, es el ADN de la microempresa.

- Misión
- Visión
- Objetivos
- Metas
- Cultura
- Recursos del Negocio.

2. Análisis de mercado

Es el análisis específico del sector global en que se desarrollara las estrategias y operaciones, el segmento de mercado que será atacado, sustentado analíticamente el porqué ese target del mercado fue elegido, por razones cuantitativas, motivadas y percibidas de los consumidores.

a. Actividad a desarrollar (que producto vendo) o área de servicio me dedico.

b. Segmentar el mercado:

- Geográficas
- Demográficas
- Psicográficas
- Comportamiento

c. Análisis FODA, este elemento es importante desarrollar por los resultados que arroja y describen tanto interno como externo en relación a:

- Fortalezas.
- Oportunidades
- Debilidades
- Amenazas

d. Estrategias

- Estrategia de producto
  - Calidad de producto
  - Confiabilidad (función, habilidad y garantía).
  - Valor agregado del producto
  - Ciclo de vida
  - Marca y línea de producto
  - Embase y presentación.
- Estrategia de precios
  - Diferenciales (según el perfil del consumidor)
  - Competitivas ( se fija según la competencia)
  - Precio psicológico
  - Precio Habituales
  - Precio de Prestigio
  - Precio Redondeados
  - Precio impar
  - Precio por producto
- Estrategia de plaza – canal de venta.
  - Distribución interna (local).
  - Utilización Mechandising
- Promoción y publicidad
  - Promoción en volumen de productos.
  - Promoción en precio, descuento.
  - Realización de producto hueso o perro.
  - Publicidad en medios masivos de comunicación.
  - Publicidad con hojas volantes.

- Publicidad a través de carpas, en sitios de mayor afluencia.
  
- Post venta
  - Asistencia técnica
  - Capacitación
  
- Personal
  - Reclutamiento, inducir y capacitar
  - Calidad de servicio al cliente
  
- Protección, venta de productos de calidad para evitar problemas referentes a la LEY DE DEFENSA AL CONSUMIDOR.
  
- Proveedores
  - Portafolio de proveedores
  - Manejo de políticas de crédito
  
- Indicadores y monitoreo de gestión

# ANEXO 2

## ANEXO 2

### PASOS PARA CONSTRUIR UNA MARCA

#### Primer paso: diagnóstico del mercado

##### a) Análisis del consume

- Público objetivo o target: Estudiar a los consumidores
- Motivaciones del consumidor: Descubrir cuáles son los key drivers (vectores de consumo).
- Necesidades insatisfechas.

##### b) Análisis de la competencia

- Identidad e imagen de las marcas competidoras.
- Estrategias seguidas por la competencia.
- Fortalezas y debilidades de las marcas de la competencia.
- Posicionamiento de las marcas.

**Mapa de los competidores,** El mapa de competidores o mapa competitivo, no es más que una representación gráfica de la competencia en función de dos variables o factores, que se presentarán en dos ejes, x (horizontal) e y (vertical). Se deberán escoger aquellos dos ejes más relevantes para el sector, que ayuden a posicionar las marcas.

##### c) Autoanálisis se realizará a un nivel interno, puesto que tiene que ver con el estudio de información de la propia empresa.

- Valores organizacionales.
- Estrategia de la empresa.
- Fortalezas y debilidades.

#### Segundo paso: realidad psicológica de la marca

Este segundo paso se encargará de definir la realidad psicológica de la marca, consecuencia del proceso de percepción que sufre la realidad material. Ésta realidad psicológica es por la que los consumidores identifican y diferencian los productos.

- a) Formular la visión de la marca** Esta fase establece el significado de la marca. ¿Cuál es el punto de vista de la marca? En este paso se debe mirar hacia adentro. Analizar a fondo: ¿qué somos como marca? ¿qué hacemos como marca? y ¿por qué somos relevantes?.
- Diferenciación.
  - Segmentación.
- b) Identificar los atributos únicos de la marca** Los atributos únicos de la marca son aquellas palabras que definen qué es la marca y la diferencian del resto de marcas. Representan el compromiso que la marca tiene con el consumidor, y van a ser la razón por la cual el consumidor demande la marca.
- c) Concepto** El concepto es una idea clave. A partir de ésta, se deberá desarrollar un concepto de marca que refleje a la marca y que se transmita a los consumidores.
- d) Personalidad de la marca** La personalidad de la marca está definida por los atributos, el estilo y los comportamientos que la marca realice, la personalidad responde a la pregunta de si la marca fuera una persona, ¿cómo sería?.
- Atributos: valor físico, estructural que compone a la marca, datos físicos y objetivos.
  - Beneficios: son la traducción de los atributos. Un beneficio es, como su nombre lo indica, algo benéfico para el consumidor.

- Valores: aquello que mueve a la gente para querer la marca, lo que piensan los consumidores de la marca.
- La personalidad: es la definición de la marca como si esta fuese una persona.
- Esencia: el corazón de la marca.

### **Tercer paso: situación de la marca en la mente del consumidor**

El posicionamiento es la ubicación de una empresa o en este caso una marca en la mente de sus consumidores respecto a otras empresas o marcas. En este sentido, debe tenerse claro que las percepciones son la realidad. Aquello que piensen los consumidores es lo que importa.

La marca "X" es	Denominación de la personalidad de la marca.
Qué ofrece	Oferta de la marca / Beneficio tangible o racional.
Debido a	Justificación de ese beneficio.
Para qué	Beneficio emocional.

### **Cuarto paso: realidad material de la marca**

Se definirá la realidad material de la marca a través de cada uno de los componentes que definan esa realidad. El desarrollo de este paso estará basado en los anteriores, pues la construcción de la imagen se nutrirá de los atributos y el concepto desarrollado para la marca.

Los componentes de la identidad visual de la marca, abarcan desde el logotipo, el color, el tagline no slogan, a un olor o un sonido y el nombre de marca.

- a) Naming.-** Se refiere al proceso por el cual se desarrolla un nombre para denominar a la marca. Es importante crear un nombre que cree deseo y que ayude a posicionar la marca.



- Diferente. Debe ser único.
- Breve.
- Apropiado.
- Fácil de deletrear y de pronunciar.
- Protegible.
- Si es posible, que el nombre sugiera la categoría del producto o que entregue un mensaje.

#### **b) Desarrollo gráfico**

Una imagen vale más que mil palabras y por ello es importante desarrollar una imagen gráfica potente para la marca que estamos construyendo.

- **Estilo visual:** está definido por el logo, los colores empleados en la construcción de la marca o la tipografía.
- **El logo:** se refiere a la representación que combina un símbolo (imagen, icono...)
- **La tipografía:** aquel tipo de letra empleado por la marca
- **Los colores:** elección del color o colores que definirán la marca.
- **Tono de voz y visual:** el tono en el que la marca habla al consumidor.
- **Crear un lema o tagline:** no es imprescindible la creación de un lema.

**Quinto paso: estrategia de comunicación de la marca una vez creada**

Se debe desarrollar un plan o programa anual de comunicación coherente en una comunicación integrada, que programe las acciones de comunicación de la marca, y que se constituya como un programa continuo de educación de marca. El programa debe tener como objetivo trabajar sobre los siguientes aspectos:

- Notoriedad de marca
- Experiencia de marca
- Fidelidad de la marca
- Trabajar el posicionamiento