



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE ECONOMÍA**

**Trabajo de titulación, previo a la obtención del título  
de Economista**

**Tema:**

**“Análisis de los oligopolios y su incidencia en el crecimiento y  
desarrollo de los emprendimientos en Ecuador. Periodo 2010  
– 2020”**

**Autores:**

**Sr. Calderón Vargas Josué Ynauri**  
**Srta. Suárez Piloco Ammy Brigitte**

**Tutor:**

**Econ. Rubén Darío Saldaña Jara, MSc.**

**Septiembre, 2021**  
**Guayaquil - Ecuador**



## ANEXO XI.- FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

### FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS

#### CARRERA: ECONOMIA (MODALIDAD SEMESTRAL)

|   |   |   |     |
|---|---|---|-----|
| REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA  |   |   |     |
| FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN  |   |   |     |
| TÍTULO Y SUBTÍTULO:   | Análisis de los oligopolios y su incidencia en el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos en Ecuador. Periodo 2010 – 2020   |   |     |
| AUTOR(ES) (apellidos/nombres):  | Calderón Vargas Josué Ynauri<br>Suárez Piloco Ammy Brigitte   |   |     |
| REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):  | Econ. Saldaña Jara Rubén Darío, MSc.  |   |     |
| INSTITUCIÓN:  | Universidad de Guayaquil  |   |     |
| UNIDAD/FACULTAD:  | Ciencias Económicas   |   |     |
| MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:  | Economía  |   |     |
| GRADO OBTENIDO:   | Tercer Nivel  |   |     |
| FECHA DE PUBLICACIÓN:   | Septiembre,2021   | No. DE PÁGINAS:   | 100 |
| ÁREAS TEMÁTICAS:  | Oligopolios y Emprendimientos   |   |     |
| PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:  | Emprendimiento, oligopolio, poder de mercado, Mipymes, crecimiento, desarrollo  |   |     |
| <b>RESUMEN/ABSTRACT:</b> El objetivo de esta investigación fue analizar los oligopolios en el Ecuador y su incidencia en el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos durante el periodo 2010-2020. La metodología corresponde al enfoque cuantitativo, modalidad documental, alcance explicativo, inferencia inductivo-deductiva y corte longitudinal; se estimaron los índices de concentración IHH, Cr4 y Lerner, además del procesamiento de información estadística sobre emprendimientos y entrevistas a expertos. Los resultados muestran que el nivel de concentración en los sectores Supermercados, Almacenes de ropa, Lácteos, Cementos, Ventas al por mayor y menor de bicicletas y repuestos es alto; Suministros de oficina es moderadamente concentrado, Farmacéutico es competitivo y Ventas al por mayor y menor de llantas y repuestos automotrices es bajo. Por otro lado, los emprendimientos ecuatorianos presentan una TEA elevada, sin embargo, el porcentaje de emprendimientos establecidos es bajo, pues gran parte de ellos se quedan en la intención de emprender, ya que se enfrentan a diversos problemas como la excesiva tramitología y el tiempo que conlleva el proceso de formalización, dificultades para obtener financiamiento, limitada base tecnológica, escasa innovación en sus productos, entre otros. Se concluye que los sectores económicos analizados poseen características de estructuras de mercado oligopólicas, de manera que influyen en la reducción del espacio de competencia disponible para los emprendimientos; esto, junto a emprender por necesidad y no por oportunidad, además de la alta tasa de cierre, constituye factores que influyen negativamente en su crecimiento y desarrollo. |   |   |     |
| ADJUNTO PDF:  | SI <input checked="" type="checkbox"/>  | NO <input type="checkbox"/>   |     |
| CONTACTO CON AUTOR/ES:  | Teléfono:<br>0999779513<br>0994592321   | E-mail:<br><a href="mailto:josue.calderonva@ug.edu.ec">josue.calderonva@ug.edu.ec</a><br><a href="mailto:ammy.suarezpi@ug.edu.ec">ammy.suarezpi@ug.edu.ec</a> |     |
| CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:  | Nombre: Econ. Natalia Andrade Moreira, MSc. Secretaria de la Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Guayaquil<br>Teléfono: 2293052, Ext. 108<br>E-mail: <a href="mailto:natalia.andradem@ug.edu.ec">natalia.andradem@ug.edu.ec</a> |   |     |



**ANEXO XII.- DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y DE AUTORIZACIÓN DE LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS**

**FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS  
CARRERA: ECONOMIA (MODALIDAD SEMESTRAL)**

---

LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS

Nosotros, **CALDERON VARGAS JOSUÉ YNAURI** y **SUÁREZ PILOCO AMMY BRIGITTE**, con C.I. No. **0956686380** y **0955481775**, certificamos que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es “**ANÁLISIS DE LOS OLIGOPOLIOS Y SU INCIDENCIA EN EL CRECIMIENTO Y DESARROLLO DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN ECUADOR. PERIODO 2010 – 2020**” son de nuestra absoluta propiedad y responsabilidad, en conformidad al Artículo 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN\*, autorizo/amos la utilización de una licencia gratuita intransferible, para el uso no comercial de la presente obra a favor de la Universidad de Guayaquil.

---

CALDERÓN VARGAS JOSUÉ YNAURI  
C.I.No.: 0956686380

---

SUÁREZ PILOCO AMMY BRIGITTE  
C.I.No.: 0955481775



**ANEXO VII.- CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD**  
**FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**CARRERA: ECONOMÍA (MODALIDAD SEMESTRAL)**

Habiendo sido nombrado RUBÉN DARÍO SALDAÑA JARA, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por CALDERÓN VARGAS JOSUÉ YNAURI y SUÁREZ PILOCO AMMY BRIGITTE, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de ECONOMISTA.

Se informa que el trabajo de titulación: ANÁLISIS DE LOS OLIGOPOLIOS Y SU INCIDENCIA EN EL CRECIMIENTO Y DESARROLLO DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN ECUADOR. PERIODO 2010 – 2020, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa antiplagio URKUND quedando el **1%** de coincidencia.

Capacidades de las micro y pequeñas empresas. Por lo tanto, fue conveniente realizar la presente investigación con el fin de conocer con detalle los niveles de concentración del poder de mercado durante el periodo 2010-2020, los puntos fuertes que pueden ser potenciados y los puntos débiles a corregir de las políticas públicas, como factores que contribuyen al mejoramiento de la calidad de vida de los ecuatorianos. Los resultados de esta investigación contribuyen a entender y posiblemente lograr cambios estructurales en el sistema económico del país, además de brindar apoyo a los emprendimientos, para que puedan crecer y desarrollarse, como reconocimiento a la relevancia que tiene este sector de la economía ecuatoriana. Con los resultados de la investigación se pretende conocer y potenciar aquellos parámetros legales y prácticos que sustentan a los emprendimientos. Todo lo expuesto con anterioridad se considera importante para asumir el compromiso de determinar las modificaciones que se puedan realizar a las políticas existentes y que queden en la formulación de nuevas políticas y conductas que favorezcan el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos, con la finalidad de contribuir al desarrollo económico y social del país, así como mejorar la calidad de vida de la población. 1.8 Hipótesis Ho: Los oligopolios han incidido de forma negativa en el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos del Ecuador, durante el periodo 2010 - 2020.

Capítulo II Marco referencial 2.1 Marco Teórico

Es importante considerar que, para poder plantear hipótesis con fines de contrastación, es valioso el sustento proporcionado por las teorías, en este caso específico, las económicas. Con el fin de determinar las variables que se debieron considerar para el desarrollo de la investigación, se describen aquellas teorías que a lo largo de la historia han explicado el comportamiento de las empresas y cómo dicho comportamiento de crecimiento y adaptación (Teoría de la empresa) lleva a la creación o formación de los oligopolios, a demás de evaluar a los emprendimientos con base en sus variables de crecimiento y desarrollo. 2.1.1 Teoría económica de la empresa. Explicar la existencia de una firma es algo que no se mantiene bajo una arista, por lo tanto, detallar por qué se dan las condiciones que propician el surgimiento de un oligopolio requiere de la visión aportada por diversos pensadores. Por último, se dice que la existencia de la empresa se puede explicar a través del enfoque

<https://secure.arkund.com/old/view/107278388-535449-289607#Dcl7CoAwEAXAu2z9kN2X1XyulhYSVFKYJqV4d2XmkXtIWU1hBougggYSDPjNcLjBibRBRrt6O1vdez2k6KSac4hLjsrkyZXh/QA=>

**RUBEN DARÍO SALDANA JARA**  
 Firmado digitalmente  
 por RUBEN DARÍO SALDANA JARA  
 Fecha: 2021.09.15

18:42:09 -05'00'

Econ. Rubén Darío Saldaña  
 Jara, MSc.C.I.: 070472551-4  
 FECHA: 14 de septiembre del 2021



**ANEXO VI. - CERTIFICADO DEL DOCENTE-TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**  
**FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**CARRERA: ECONOMÍA (MODALIDAD SEMESTRAL)**

Guayaquil,

Sr. Economista

HERMES AGUILAR AZUERO, MSc.

**SUBDECANO**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**

Ciudad. -

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación **ANÁLISIS DE LOS OLIGOPOLIOS Y SU INCIDENCIA EN EL CRECIMIENTO Y DESARROLLO DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN ECUADOR. PERIODO 2010 – 2020**, del (los) estudiante (s) **CALDERÓN VARGAS JOSUÉ YNAURI** y **SUÁREZ PILOCO AMMY BRIGITTE**, indicando que ha (n) cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que el (los) estudiante (s) está (n) apto (s) para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

**RUBEN DARIO** Firmado digitalmente  
**SALDANA** por RUBEN DARIO  
**JARA** SALDANA JARA  
Fecha: 2021.09.15

18:42:09 -05'00'

Econ. Rubén Darío Saldaña Jara,  
MSc.C.I.: 070472551-4

FECHA: 14 de septiembre del 2021



**ANEXO VIII.- INFORME DEL DOCENTE REVISOR**  
**FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**CARRERA: ECONOMIA (MODALIDAD SEMESTRAL)**

Guayaquil, 22 de septiembre del 2021Sr. Economista  
 HERMES AGUILAR AZUERO, MSc.

**SUBDECANO**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**

Ciudad. -

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el informe correspondiente a la REVISIÓN FINAL del Trabajo de Titulación **Análisis de los oligopolios y su incidencia en el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos en Ecuador. Periodo 2010-2020** de los estudiante (s) **Calderón Vargas Josué Ynauri** y **Suárez Piloco Ammy Brigitte**. Las gestiones realizadas me permiten indicar que el trabajo fue revisado considerando todos los parámetros establecidos en las normativas vigentes, en el cumplimiento de los siguientes aspectos:

Cumplimiento de requisitos de forma:

El título tiene un máximo de **19** palabras.

La memoria escrita se ajusta a la estructura establecida.

El documento se ajusta a las normas de escritura científica seleccionadas por la Facultad.

La investigación es pertinente con la línea y sublínea de investigación de la carrera.

Los soportes teóricos son de máximo **183**

años. La propuesta presentada es pertinente.

Cumplimiento con el Reglamento de Régimen Académico:

El trabajo es el resultado de una investigación.

El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.

El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.

El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se indica que fue revisado, el certificado de porcentaje de similitud, la valoración del tutor, así como de las páginas preliminares solicitadas, lo cual indica el que el trabajo de investigación cumple con los requisitos exigidos.

Una vez concluida esta revisión, considero que el estudiante está apto para continuar el proceso de titulación. Particular que comunicamos a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,



Firmado electrónicamente por:

**DIEGO  
 EMILIO  
 LINTHON  
 DELGADO**

Econ. Diego Emilio Linthon Delgado,  
 Ph.D. DOCENTE TUTOR REVISOR

C.I.: 0923850820

FECHA:

22/09/2021

## **Dedicatoria**

*El resultado de esta investigación para mi vida académica y personal se lo deberé eternamente a mis padres, su apoyo en estos últimos cinco años ha sido totalmente indispensable para mí. Dedico este trabajo a mis hermanos, por ser ejemplo de superación y dedicación. Y a Dios sobre todo por mantearme siempre en el camino correcto.*

*Dedico este trabajo a mi querida amiga Ammy, ya que nuestra amistad se ha visto fuertemente reflejada, en la compañía, paciencia y apoyo entregado mutuamente. A mis amigos Pedro y Grace, por sus ánimos, y a Tatiana por su cariño y apacible compañía.*

**Josué Calderón V.**

*A mi mami, Michele, porque ¿quién soy yo sin ti?, Xavier, Emily y Milena por formar parte de mi vida y siempre creer en mí. A Max y Sisi por ser mi alegría a llegar a casa.*

*A Josué, por decidirse a dar conmigo este paso de nuestra vida estudiantil, tu amistad es mi inversión a largo plazo.*

**Ammy Suárez**

## **Agradecimiento**

*Agradezco infinitamente a Dios por guiarme y protegerme durante toda la vida y por sobretodo haberme brindado la fuerza necesaria para poder culminar con esta etapa educativa.*

*Gracias a mis padres, por mis guías, por confiar y creer siempre en mí, por los consejos, valores y principios que me han inculcado, mismos que me han permitido este logro.*

*Agradezco a todos los docentes de la facultad por haberme transmitido sus conocimientos a lo largo de mi preparación académica. También agradezco a mis amigos por todas las alegrías compartidas durante y después de la clase, haciendo así esta etapa universitaria divertida y amena de recordar.*

***Josué Calderón V.***

*Gracias a Dios y al destino que me permiten llegar hasta este punto de la vida.*

*Gracias a mi mami por sus acertadas palabras en los momentos indicados, por su confianza, amor, valores y principios inculcados, que me hacen ser quien soy.*

*Gracias a Xavier, Emily y Milena, por siempre estar conmigo.*

*Gracias a los docentes que fueron parte de mi formación académica, pero en especial a todos y cada uno de los amigos que fueron parte del proceso, ¡gracias por hacer de esta etapa la mejor!, los quiero.*

***Ammy Suárez***

## Índice general

|  |    |
|--|----|
| Introducción.....  | 1  |
| Capítulo I.....  | 3  |
| Planteamiento del problema .....                               | 3  |
| 1.1. Problema de investigación .....                           | 3  |
| 1.2. Árbol de problemas.....                                   | 5  |
| 1.3 Preguntas de investigación.....                            | 7  |
| 1.3.1 Pregunta general .....                                   | 7  |
| 1.3.2 Preguntas específicas .....                              | 7  |
| 1.4 Delimitación Temporal .....                                | 7  |
| 1.5 Delimitación Espacial .....                                | 7  |
| 1.6 Palabras Clave.....  | 7  |
| 1.7 Objetivos de la Investigación.....                         | 7  |
| 1.7.1 Objetivo General.....                                    | 7  |
| 1.7.2 Objetivos específicos.....                               | 7  |
| 1.8 Justificación .....  | 8  |
| 1.9 Hipótesis .....  | 8  |
| Capítulo II.....   | 9  |
| Marco referencial.....   | 9  |
| 2.1 Marco Teórico.....   | 9  |
| 2.1.1 Teoría económica de la empresa .....                     | 9  |
| 2.1.2 La Teoría Neoclásica .....                               | 9  |
| 2.1.3 Aportes de la Teoría de Coase .....                      | 10 |
| 2.1.4 Fallos de Mercado .....                                  | 11 |
| 2.1.5 Teoría de la Organización Industrial (TOI).....          | 11 |
| 2.1.6 Teoría de los Oligopolios .....                          | 12 |
| 2.1.6.1 Modelo de Cournot.....                                 | 13 |
| 2.1.6.2 Modelo de Bertrand.....                                | 13 |
| 2.1.6.3 Modelo de Edgeworth .....                              | 13 |
| 2.1.6.4 Modelo de Chamberlin.....                              | 13 |
| 2.1.6.5 Modelo de Hotelling.....                               | 14 |
| 2.1.6.6 Modelo de Robinson .....                               | 14 |
| 2.1.7 Medición del grado de concentración en los mercados..... | 14 |
| 2.1.7.1 Índice de Lerner (M). .....                            | 15 |
| 2.1.7.2 Índice de Concentración (CR).....                      | 15 |

|                         |  |    |
|-------------------------|--|----|
| 2.1.7.3                 | Índice Herfindahl-Hirschmann (IHH).....  | 16 |
| 2.1.8                   | Oligopolios a nivel mundial .....  | 17 |
| 2.1.9                   | Oligopolio en Latinoamérica .....  | 18 |
| 2.1.10                  | Teorías sobre Emprendimiento.....  | 19 |
| 2.1.11                  | Desarrollo y crecimiento empresarial.....  | 20 |
| 2.1.11.1                | Perspectiva del ciclo de vida.....   | 22 |
| 2.1.11.2                | Perspectiva basada en los recursos.....  | 22 |
| 2.1.11.3                | Perspectiva basada en la motivación.....   | 22 |
| 2.1.12                  | Los Emprendimientos a nivel mundial.....   | 23 |
| 2.1.13                  | Los Emprendimientos en Latinoamérica.....  | 26 |
| 2.2                     | Marco Conceptual.....  | 26 |
| 2.2.1                   | Poder de mercado.....  | 26 |
| 2.2.2                   | Mercados imperfectos.....  | 27 |
| 2.2.3                   | Competencia imperfecta.....  | 27 |
| 2.2.4                   | Oligopolio.....  | 27 |
| 2.2.5                   | Emprendimiento.....  | 27 |
| 2.2.6                   | Crecimiento empresarial.....   | 27 |
| 2.2.7                   | Desarrollo empresarial.....  | 27 |
| 2.3                     | Marco Legal.....   | 28 |
| 2.3.1                   | Constitución de la República del Ecuador (2008).....                                     | 28 |
| 2.3.2                   | Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (2011). ...                    | 29 |
| 2.3.3                   | Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (2020).....                                  | 32 |
| 2.4                     | Marco Contextual.....  | 32 |
| 2.4.1                   | Formación de los oligopolios.....  | 32 |
| 2.4.2                   | Características de la economía ecuatoriana.....  | 33 |
| 2.4.3                   | Situación de los emprendimientos ecuatorianos.....                                       | 34 |
| 2.4.3.1                 | Tramitología y tiempo de constitución de las microempresas.....                          | 36 |
| 2.4.3.2                 | Tecnología y emprendimientos en Ecuador.....   | 36 |
| 2.4.4                   | Índice de competitividad.....  | 36 |
| 2.4.5                   | Sectores oligopólicos de la economía ecuatoriana y sectores focos de emprendimiento..... | 37 |
| 2.5                     | Referentes empíricos.....  | 40 |
| Capítulo III            | .....  | 43 |
| Marco metodológico..... |  | 43 |
| 3.1                     | Enfoque de la Investigación.....   | 43 |

|                             |  |    |
|-----------------------------|--|----|
| 3.1.1                       | Enfoque cuantitativo.....  | 43 |
| 3.2                         | Tipo de Investigación.....   | 43 |
| 3.3                         | Población y Muestra .....  | 44 |
| 3.4                         | Técnicas e instrumentos .....  | 44 |
| 3.5                         | Recolección y procesamiento de información .....                           | 44 |
| 3.6                         | Operacionalización de variables .....                                      | 47 |
| Capítulo IV Resultados..... |  | 49 |
| 4.1                         | Análisis de resultados .....   | 49 |
| 4.1.1.                      | Concentración y Poder de mercados por sectores.....                        | 49 |
| 4.1.1.1                     | Supermercados .....  | 49 |
| 4.1.1.2                     | Almacenes de ropa. ....  | 51 |
| 4.1.1.3                     | Lácteos. ....  | 53 |
| 4.1.1.4                     | Cementos.....  | 55 |
| 4.1.1.5                     | Farmacéutico.....  | 56 |
| 4.1.1.6                     | Suministros de oficina.....  | 58 |
| 4.1.1.7                     | Ventas al por mayor y por menor de llantas y repuestos automotrices.<br>60 |    |
| 4.1.1.8                     | Ventas al por mayor de bicicletas y repuestos .....                        | 62 |
| 4.1.2                       | Desempeño de los emprendimientos .....                                     | 64 |
| 4.1.2.1                     | Tasa de actividad emprendedora temprana (TEA).....                         | 64 |
| 4.1.2.2                     | Distribución de los emprendimientos.....                                   | 65 |
| 4.1.2.3                     | Nivel de madurez .....   | 66 |
| 4.1.2.4                     | Formalización de negocios.....   | 67 |
| 4.1.2.5                     | Expectativas de crecimiento.....   | 68 |
| 4.1.2.6                     | Número de emprendimientos total. ....                                      | 68 |
| 4.1.2.7                     | Número de emprendimientos por sector. ....                                 | 69 |
| 4.1.2.8                     | Tasa de cierre del negocio .....   | 70 |
| 4.1.2.9                     | Razones para cerrar un negocio. ....                                       | 70 |
| 4.1.2.10                    | Tasa de interés activa. ....   | 71 |
| 4.1.3                       | El Crédito de Desarrollo Humano y el apoyo a los emprendimientos .....     | 72 |
| 4.1.3.1                     | Distribución del Bono y Crédito de Desarrollo Humano, por provincias<br>73 |    |
| 4.1.3.2                     | Crédito de desarrollo humano por género y edad. ....                       | 75 |
| 4.1.3.3                     | Crédito de desarrollo humano por sectores. ....                            | 76 |
| 4.1.4                       | Análisis de entrevistas .....  | 78 |
| 4.1.4.1                     | Entrevistas específicas sobre la variable Emprendimiento .....             | 78 |

|                                  |  |     |
|----------------------------------|--|-----|
| 4.1.4.2                          | Entrevistas específicas sobre la variable Oligopolio.....          | 81  |
| 4.1.5                            | Oligopolios - crecimiento y desarrollo de los emprendimientos..... | 83  |
| Capítulo V.....                  |  | 87  |
| Propuesta .....                  |  | 87  |
| 5.1                              | Título de la Propuesta .....                                       | 87  |
| 5.2                              | Justificación .....  | 87  |
| 5.3                              | Objetivos de la propuesta.....                                     | 88  |
| 5.3.1                            | Objetivo General.....  | 88  |
| 5.3.2                            | Objetivos específicos.....   | 88  |
| 5.4                              | Institución Ejecutora .....  | 88  |
| 5.5                              | Beneficiarios .....  | 89  |
| 5.5.1                            | Directos:.....   | 89  |
| 5.5.2                            | Indirectos: .....  | 89  |
| 5.6                              | Antecedentes .....   | 89  |
| 5.7                              | Dimensiones de la propuesta .....                                  | 90  |
| 5.7.1                            | Organizacional.....  | 90  |
| 5.7.2                            | Económico – Financiera: .....                                      | 90  |
| 5.7.3                            | Social – Cultural.....   | 90  |
| 5.7.4                            | Ambiental.....   | 91  |
| 5.8                              | Fundamentación científico-técnica .....                            | 91  |
| 5.9                              | Propuesta.....   | 94  |
| 5.10                             | Limitaciones .....   | 97  |
| 5.11                             | Futuras líneas de investigación .....                              | 97  |
| Conclusiones.....                |  | 98  |
| Recomendaciones .....            |  | 100 |
| Referencias bibliográficas ..... |  | 101 |
| ANEXOS .....                     |  | 109 |

## Índice de tablas

|   |    |
|---|----|
| Tabla 1 Empresas denominadas “Señores del banano” .....   | 33 |
| Tabla 2 Razones para cerrar un Negocio en Ecuador.....  | 35 |
| Tabla 3 Sectores analizados en Censo Nacional Económico .....   | 38 |
| Tabla 4 Número y porcentaje de casos de abuso del poder de mercado por sectores económicos analizados ..... | 38 |
| Tabla 5 Actividades de los emprendedores en Ecuador .....   | 39 |
| Tabla 6 Operacionalización de variables.....  | 48 |

## Índice de figuras

|   |    |
|---|----|
| Figura 1 Árbol de problema Fuente: Autores.....   | 6  |
| Figura 2. Actividad empresarial en etapa naciente, en 64 países. ....   | 24 |
| Figura 3 Ranking e Índice de Competitividad de Ecuador 2007-2019. ....  | 37 |
| Figura 4 Índice Herfindahl Hirschman 2010 de los sectores analizados.....   | 49 |
| Figura 5 Coeficiente de Concentración (Cr4) 2010 sectores analizados. ....  | 49 |
| Figura 6 Índice Herfindahl Hirschman 2011-2020 de las 4 principales empresas del sector Supermercados.....        | 50 |
| Figura 7 Ratio de Concentración (Cr4) 2011-2020 de las 4 principales empresas del sector Supermercados.....       | 50 |
| Figura 8 Índice de Lerner 2010-2020 de las 4 principales empresas del sector Supermercados.....                   | 51 |
| Figura 9 Índice Herfindahl Hirschman 2011-2020 de las 4 principales empresas del sector Almacenes de ropa.....    | 52 |
| Figura 10 Ratio de Concentración (Cr4) 2011-2020 de las 4 principales empresas del sector Almacenes de ropa. .... | 52 |
| Figura 11 Índice de Lerner 2010-2020 de las 4 principales empresas del sector Almacenes de ropa. ....             | 53 |
| Figura 12 Índice Herfindahl Hirschman 2011-2020 de las 4 principales empresas del sector Lácteos. ....            | 54 |
| Figura 13 Ratio de Concentración (Cr4) 2011-2020 de las 4 principales empresas del sector Lácteos. ....           | 54 |
| Figura 14 Índice de Lerner 2010-2020 de las 4 principales empresas del sector Lácteos. ....                       | 55 |
| Figura 15 Índice Herfindahl Hirschman 2011-2020 de las 4 principales empresas del sector Cementos.....            | 55 |
| Figura 16 Ratio de Concentración (Cr4) 2011-2020 de las 4 principales empresas del sector Cementos.....           | 56 |
| Figura 17 Índice de Lerner 2010-2020 de las 4 principales empresas del sector Cementos. ....                      | 56 |
| Figura 18 Índice Herfindahl Hirschman 2011-2020 de las 4 principales empresas del sector Farmacéutico.....        | 57 |

|   |    |
|---|----|
| Figura 19 Ratio de Concentración (Cr4) 2011-2020 de las 4 principales empresas del sector Farmacéutico.....   | 57 |
| Figura 20 Índice de Lerner 2010-2020 de las 4 principales empresas del sector Farmacéutico. ....  | 58 |
| Figura 21 Índice Herfindahl Hirschman 2012-2020 de las 4 principales empresas del sector suministros de oficina. ....   | 59 |
| Figura 22 Ratio de Concentración (Cr4) 2012-2020 de las 4 principales empresas del sector Suministros de oficina.....   | 59 |
| Figura 23 Índice de Lerner 2010-2020 de las 4 principales empresas del sector Suministros de oficina. ....  | 60 |
| Figura 24 Índice Herfindahl Hirschman 2011-2020 de las 4 principales empresas del sector ventas al por mayor y por menos de llantas y repuestos automotrices. ....  | 61 |
| Figura 25 Ratio de Concentración (Cr4) 2011-2020 de las 4 principales empresas del sector ventas al por mayor y por menos de llantas y repuestos automotrices. .... | 61 |
| Figura 26 Índice de Lerner 2010-2020 de las 4 principales empresas del sector ventas al por mayor y por menor de llantas y repuestos automotrices. ....             | 62 |
| Figura 27 Índice Herfindahl Hirschman 2012-2020 de las 4 principales empresas del sector ventas al por mayor de bicicletas y repuestos. ....                        | 63 |
| Figura 28 Ratio de Concentración (Cr4) 2010-2020 de las 4 principales empresas del sector ventas al por mayor de bicicletas y repuestos. ....                       | 63 |
| Figura 29. Índice de Lerner 2010-2020 de las 4 principales empresas del sector ventas al por mayor y por menor de bicicletas y repuestos. ....                      | 64 |
| Figura 30. Tasa de actividad emprendedora temprana (TEA).....   | 65 |
| Figura 31. Distribución de emprendimientos por actividades.....   | 65 |
| Figura 32 Distribución de emprendimientos por actividades, según su etapa.....  | 66 |
| Figura 33 Etapas de la actividad emprendedora.....  | 66 |
| Figura 34. Formalización de negocios.....   | 67 |
| Figura 35. Expectativas de crecimiento.....   | 68 |
| Figura 36. Número de empresas 2010 – 2019.....  | 68 |
| Figura 37. Número de empresa por sectores 2010-2019.....  | 69 |
| Figura 38. Tasa de cierre de negocios. ....   | 70 |
| Figura 39 Razones para cerrar un negocio. ....  | 71 |
| Figura 40 Tasa de interés activas referenciales. ....   | 71 |

## Índice de anexos

|  |     |
|--|-----|
| <b>Anexo 1</b> IHH de los sectores analizados .....                                  | 109 |
| <b>Anexo 2</b> Cr4 de los sectores analizados .....                                  | 111 |
| <b>Anexo 3</b> Lerner de los sectores analizados .....                               | 113 |
| <b>Anexo 4</b> Entrevista a Dra. Cristina Ordoñez (experta en emprendimientos) ..... | 116 |
| <b>Anexo 5</b> Entrevista a Dir. Carolina Vera (experta en emprendimientos) .....    | 117 |
| <b>Anexo 5</b> Entrevista a Econ. Gabriel Jaramillo (experto en oligopolios).....    | 119 |

**ANEXO XIII.- RESUMEN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN (ESPAÑOL)****FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS****CARRERA: ECONOMIA (MODALIDAD SEMESTRAL)**

---

**“Análisis de los oligopolios y su incidencia en el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos en Ecuador. Periodo 2010 – 2020”**

**Autores:** Calderón Vargas Josué Ynauri - Suárez Piloco Ammy Brigitte

**Tutor:** Econ. Saldaña Jara Rubén Darío, MSc.

**Resumen**

El objetivo de esta investigación fue analizar los oligopolios en el Ecuador y su incidencia en el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos durante el periodo 2010-2020. La metodología corresponde al enfoque cuantitativo, modalidad documental, alcance explicativo, inferencia inductivo-deductiva y corte longitudinal; se estimaron los índices de concentración IHH, Cr4 y Lerner, además del procesamiento de información estadística sobre emprendimientos y entrevistas a expertos. Los resultados muestran que el nivel de concentración en los sectores Supermercados, Almacenes de ropa, Lácteos, Cementos, Ventas al por mayor y menor de bicicletas y repuestos es alto; Suministros de oficina es moderadamente concentrado, Farmacéutico es competitivo y Ventas al por mayor y menor de llantas y repuestos automotrices es bajo. Por otro lado, los emprendimientos ecuatorianos presentan una TEA elevada, sin embargo, el porcentaje de emprendimientos establecidos es bajo, pues gran parte de ellos se quedan en la intención de emprender, ya que se enfrentan a diversos problemas como la excesiva tramitología y el tiempo que conlleva el proceso de formalización, dificultades para obtener financiamiento, limitada base tecnológica, escasa innovación en sus productos, entre otros. Se concluye que los sectores económicos analizados poseen características de estructuras de mercado oligopólicas, de manera que influyen en la reducción del espacio de competencia disponible para los emprendimientos; esto, junto a emprender por necesidad y no por oportunidad, además de la alta tasa de cierre, constituye factores que influyen negativamente en su crecimiento y desarrollo.

**Palabras Claves:** *Emprendimiento, oligopolio, crecimiento, desarrollo*


**ANEXO XIV.- RESUMEN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN (INGLÉS)**


**FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**CARRERA: ECONOMIA (MODALIDAD SEMESTRAL)**

**“Analysis of oligopolies and their impact on the growth and development of entrepreneurships in Ecuador. Period 2010 - 2020”**

**Authors:** Calderón Vargas Josué Ynauri - Suárez Piloco Ammy Brigitte

**Advisor:** Econ. Saldaña Jara Rubén Dario, MSc

**Abstract**

The objective of this research was to analyze the oligopolies in Ecuador and their impact on the growth and development of entrepreneurships during the 2010-2020 period. The methodology corresponds to the quantitative approach, documentary modality, explanatory scope, inductive-deductive inference and longitudinal section; The IHH, Cr4 and Lerner concentration indices were estimated, in addition to the processing of statistical information on entrepreneurships and interviews with experts. The results show that the level of concentration in the sectors of Supermarkets, Clothing Stores, Dairy, Cement, Wholesale and retail of bicycles and spare parts is high; Office supplies are moderately concentrated, pharmaceuticals are competitive, and wholesale and retail of tires and auto parts is low. On the other hand, Ecuadorian entrepreneurships present a high TEA, however, the percentage of established entrepreneurships is low, since a large part of them remain in the intention to undertake, since they face various problems such as excessive procedures and the time that entails formalization. process, difficulties in obtaining financing, limited technological base, little innovation in its products, among others. It is concluded that the economic sectors analyzed have characteristics of oligopolistic market structures, in such a way that they influence the reduction of the competition space available to entrepreneurships; This, together with undertaking out of necessity and not out of opportunity, in addition to the high closure rate, constitute factors that negatively influence their growth and development.

**Keywords:** *Entrepreneurship, oligopoly, growth, development.*

## Introducción

Históricamente, los mercados ecuatorianos han presentado escenarios de competencia desleal, de manera que, en la actualidad, su estructura económica es oligopólica, afectando a varios sectores, entre ellos, a los emprendimientos. Sin embargo, a pesar de las dificultades que se presentan en el mercado, el sector de emprendimientos juega un papel importante en la generación de ingreso y en el dinamismo de la economía nacional.

Si bien los oligopolios o grandes empresas son importantes para la economía ecuatoriana, su existencia tiene consecuencias; si los emprendimientos, por un lado, no son capaces de cumplir con la normativa existente, peor pueden llegar a ser competencia para las grandes empresas oligopólicas.

Por lo expuesto, se desarrolla el presente trabajo de investigación, con el fin de analizar los oligopolios en la economía ecuatoriana y su incidencia en el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos nacionales durante el periodo 2010-2020; el trabajo está comprendido de cinco capítulos, que se detallan a continuación.

En el capítulo I, se presenta el planteamiento del problema, la delimitación del mismo, razón por la cual se presentan el objetivo de analizar los oligopolios ecuatorianos y como estos influyen en el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos del país, logrados a través del cumplimiento de objetivos específicos que se basan en describir los niveles de concentración del poder de mercado por parte de los oligopolios, además de evaluar el desempeño de los emprendimientos, para de esa manera determinar las debilidades y amenazas que los oligopolios le provocan los emprendimientos, y lograr diseñar un programa que impulse el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos.

En el capítulo II, compone la fundamentación teórica, misma que está relacionado con la Teoría Neoclásica, Aportes de Coase, Teoría de la Organización Industrial, etc, además de teorías del emprendimiento vistas a nivel económico de los autores Cantillon, Say y Schumpeter, se desarrolla el marco referencial correspondiente a las variables Oligopolio y Emprendimientos; en el marco conceptual se exponen los principales conceptos relacionados al tema de investigación, así como los principales aspectos que giran en torno al problema de investigación en el marco contextual y la normativa que se relaciona específicamente con el fenómeno de estudio, en el marco legal, en el desarrollo de las referencias empíricas se analizaron casos nacionales e internacionales.

En el capítulo III, se describe la metodología aplicada; se analizaron 8 sectores, para elegirlos se tomaron en cuenta aquellos que coincidían entre sospecha de prácticas

oligopólicas y sectores atractivos para emprender, el enfoque fue cuantitativo, teórico-documental, explicativo, inductivo-deductivo y corte longitudinal, para obtener los valores correspondientes a los índices de concentración, se emplearon datos cuantitativos que fueron recolectados de las bases de datos disponibles en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, GEM y Banco Central del Ecuador; para la interpretación de los resultados de sobre los índices de concentración y poder de mercado, se especifican los criterios correspondientes a cada uno de ellos.

En el capítulo IV, se analizan los resultados obtenidos en los índices de concentración IHH-CR4-M, en los ocho sectores analizados (Supermercados, Almacenes de ropa, Lácteos, Cementos, Ventas al por mayor y menor de bicicletas y repuestos Suministros de oficina, Farmacéutico es competitivo y Ventas al por mayor y menor de llantas y repuestos automotrices), así como el análisis de las variables consideradas para el desempeño de los emprendimientos tales como TEA, nivel de madurez, razones para emprender, tasa de cierre, entre otras, además se incluye las opiniones otorgadas a través de entrevistas por parte de expertos en las variables objeto de análisis, para de esa manera poder cumplir con los objetivos planteados en el capítulo I.

En el capítulo V, se diseña el programa de encadenamientos productivos entre los grandes grupos empresariales y Mipymes del Ecuador para impulsar el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos nacionales. La propuesta consta en tres puntos principales; en el primero se detallan incentivos a los involucrados, el segundo aplica el modelo Triple Hélice para involucrar a los participantes (Empresas-Estado-Universidades) y el tercer punto presenta seis etapas basadas en el modelo CCSN, además se concluye con las futuras líneas de investigación que puedan desglosarse de esta investigación.

# Capítulo I

## Planteamiento del problema

### Tema

Análisis de los oligopolios y su incidencia en el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos en Ecuador. Periodo 2010 – 2020

### 1.1. Problema de investigación

Los oligopolios son aquellos mercados en los que sólo hay unas cuantas empresas que compiten entre sí y no es posible la entrada de nuevas empresas (Pindyck & Rubinfeld, 2009); bajo este precepto y de acuerdo a lo establecido por Shimmomura & Thisse (2012) muchas industrias están polarizadas por firmas comerciales o manufactureras que son capaces de manipular al mercado y a una gran cantidad de pequeñas empresas; siempre que se encuentre un mercado donde hayan prácticas desleales, se encontrarán negligencias e impactos negativos en dicho mercado.

Ecuador es un país en cuyos mercados, históricamente, se han presentado prácticas desleales que propician las condiciones básicas para el surgimiento de estructuras oligopólicas. Durante las décadas de los 20 y 30 del siglo pasado ya hubo prácticas desleales en la banca, cuyos problemas desencadenaron la *Revolución Juliana*. Ya en la época actual siguen siendo las grandes empresas, tanto nacionales como multinacionales, las que lideran los mercados; esta situación estructural es la que provoca que las empresas más pequeñas no puedan competir bajo condiciones deseables.

A pesar de los diversos daños que causan los oligopolios a la economía, las diferentes políticas existentes (como restricciones a las importaciones de ciertos bienes o servicios) fomentan la existencia de oligopolios, tal es el caso del pienso de mascotas o textiles; debido a las fuertes regulaciones existentes, al final son sólo las grandes empresas las que logran cumplir con todas las normas ya sean estas de carácter tributario, laboral, sanitaria, entre otras, que son creadas e impuestas por el Estado (Albornoz Guarderas, 2014).

La restricción de importaciones, la sobre-regulación y la poca existencia de acuerdos comerciales con grandes mercados externos, según Vicente Albornoz (2014) son aspectos de las políticas que deberían ser evitadas, pues sus consecuencias son dañinas para la economía, sobre todo si se trata de una pequeña economía, y la mayor afectación siempre va para la sociedad en su conjunto.

Por otro lado, el sector de microempresas en el país representa más del 90% del total de las compañías, por lo que queda demostrado que son un conjunto de organizaciones

vitales para la economía del país y aportan a la generación de empleo; sin embargo, una de las principales razones que impulsan los emprendimientos en Ecuador es la necesidad de generar ingresos por la falta de empleo formal, además, según el Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019/2020 (2020) y Flores (2018), de todos los emprendimientos que se llevan a cabo a nivel nacional, el 90% no llega a los tres años y desaparece.

El potencial con el que cuentan los emprendimientos ecuatorianos se refleja en la influencia que tienen para generar ingresos, aumentar la producción de diversos bienes y generar fuentes de empleo; con estas variables, se entiende que si las microempresas y emprendimientos, lograran mayores niveles de participación en los mercados nacionales e internacionales, podrían constituirse como un motor para el desarrollo y dinamismo de la economía del país. Sin embargo, los niveles de productividad y competitividad se ven truncados por la esperanza de vida de los emprendimientos, los cuales muchas veces no ven oportunidad de ascensión, pues están a la merced de las decisiones que toman los grandes competidores, es decir, las grandes empresas que conforman los oligopolios.

Variables como el acceso al crédito y las tasas de interés (que oscilan entre el 23.5% y el 28.5%), son factores decisivos que restringen el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos, pese a que, en estos últimos años, dichas variables han mejorado debido a la implementación de políticas públicas de fomento al emprendimiento.

Por lo antes mencionado, suponer que los mercados oligopólicos (ya sean estos comerciales o financieros) son de los principales motivo para que los emprendimientos no logren un crecimiento y desarrollo sostenible, parece relevante; estudiar la relación oligopolio-empresarios en el marco ecuatoriano resulta conveniente para analizar los efectos reales que tienen estas variables en el desarrollo del país.

Los mercados de textiles, supermercado, lácteos o repuestos automotrices, en Ecuador son algunos de los sectores en los que se calcula *el coeficiente de concentración (CR)*, *Índice de Herfindhal-Hirshman (IHH)* y *el Índice de Lerner (M)*, con el fin de determinar el grado de concentración del poder de mercado y, posteriormente, brindar una mejor visión de las limitaciones que tienen los emprendimientos para desenvolverse en los mercados imperfectos.

A través de este estudio, se pretende analizar en el periodo 2010 – 2020 las múltiples interacciones que tienen los emprendimientos en los diversos mercados y cómo la existencia de oligopolios irrumpe en su expansión. A lo largo de la investigación se muestra que, de acuerdo a datos otorgados por la Superintendencia de Control del Poder

de Mercado, tan sólo el 10% de los establecimientos nacionales concentran el 96% de las ventas en áreas de producción, intermediación y distribución; precisamente, debido a dicha concentración, diversos grupos financieros tienen la capacidad de influir en la fijación de precios, provocando diferencias (en algunos casos abismales) en la relación precio - producto.

Por todo lo antes mencionado se comprende que los oligopolios ecuatorianos juegan un papel importante en la economía del país. Sin embargo, la existencia de los oligopolios tiene consecuencias, una de ellas recae sobre los emprendimientos, pues éstos no son capaces de cumplir las normativas existentes y peor aún suponer competencia para las grandes empresas oligopólicas. Por estas razones, es importante determinar aquellos puntos fuertes dentro de la normativa vigente que permitan la activación y promoción de emprendimientos, pues la existencia y el desarrollo de los mismos contribuyen en la distribución eficiente de la riqueza nacional, además de que aportan en la formación de un mejor tejido social y productivo.

## **1.2. Árbol de problemas**

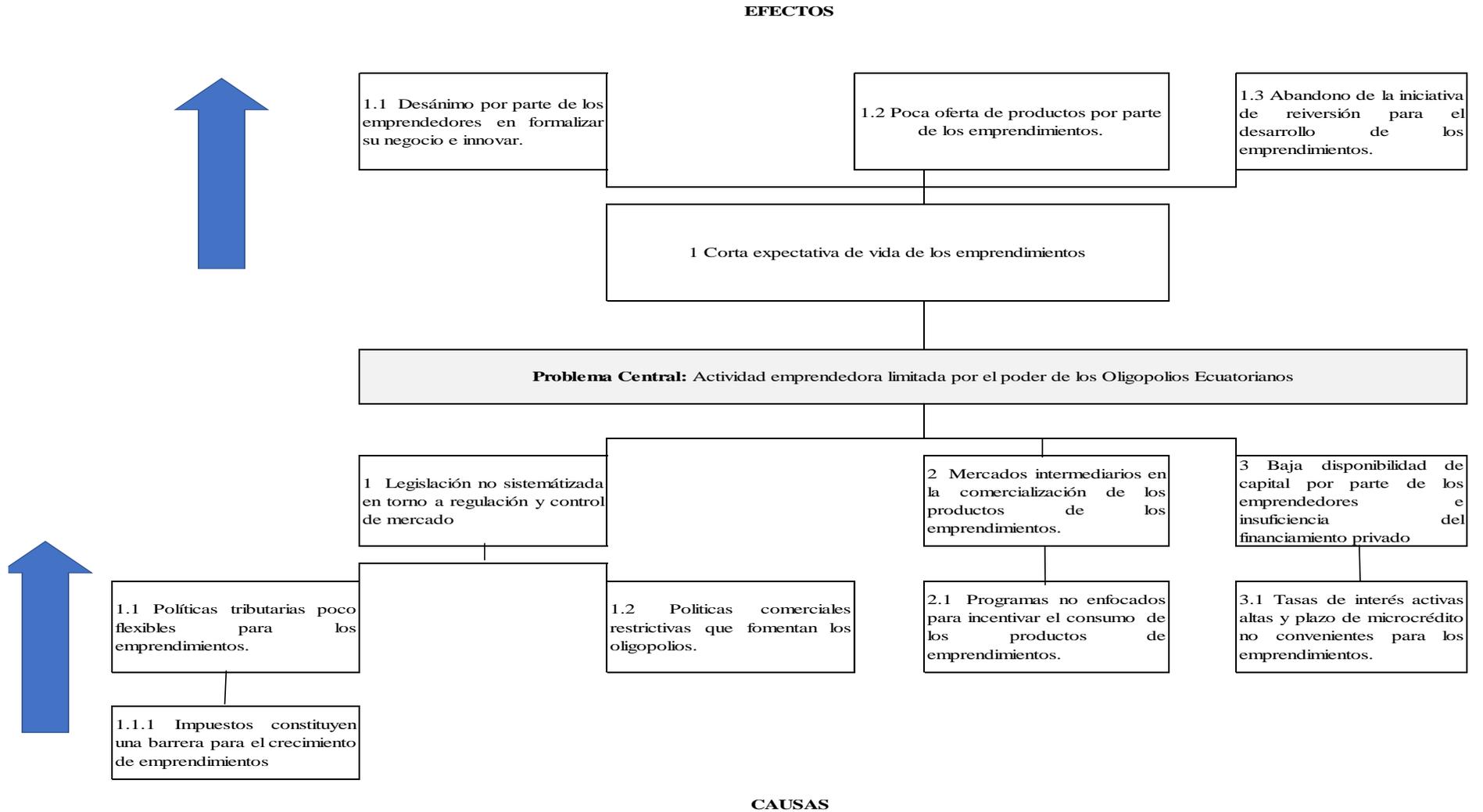


Figura 1 Árbol de problema  
Fuente: Autores

### **1.3 Preguntas de investigación**

#### **1.3.1 Pregunta general**

¿Cómo han incidido los oligopolios en el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos del Ecuador, durante el periodo 2010-2019?

#### **1.3.2 Preguntas específicas**

- 1) ¿En qué medida se ha dado una concentración del poder de mercados, por parte de los oligopolios del Ecuador, durante el periodo 2010-2019?
- 2) ¿Cuál fue el desempeño los emprendimientos ecuatorianos en el periodo 2010-2019?
- 3) ¿Cuáles son las debilidades y amenazas que los oligopolios generan u ocasionan para los emprendimientos en Ecuador?
- 4) ¿Qué estrategias se deben adoptar para fortalecer el desarrollo y crecimiento de los emprendimientos en Ecuador?

### **1.4 Delimitación Temporal**

El lapso de tiempo considerado para la realización del trabajo de investigación propuesto está enmarcado dentro del periodo 2010-2019.

### **1.5 Delimitación Espacial**

El problema de investigación se desarrolla dentro del territorio geográfico ecuatoriano.

### **1.6 Palabras Clave**

Oligopolio, emprendimiento, mercados imperfectos, competencia imperfecta, poder de mercado, crecimiento, desarrollo

### **1.7 Objetivos de la Investigación**

#### **1.7.1 Objetivo General**

Analizar los oligopolios en el Ecuador y su incidencia en el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos durante el 2010-2020

#### **1.7.2 Objetivos específicos**

1. Describir los niveles de concentración del poder de mercado, por parte de los oligopolios del Ecuador, durante el periodo de estudio.
2. Evaluar el desempeño de los emprendimientos ecuatorianos durante el periodo 2010-2020.
3. Determinar las debilidades y amenazas que los oligopolios generan u ocasionan a los emprendimientos en Ecuador.
4. Diseñar un programa para impulsar el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos en Ecuador.

## **1.8 Justificación**

La economía ecuatoriana tiene una estructura oligopólica que afecta a varios sectores socioeconómicos del país; uno de ellos es el de los emprendimientos. A pesar de que en los últimos años se han realizado reformas, ya sean legales o tributarias, para fomentar e impulsar este sector, el problema principal sigue siendo que las grandes empresas nacionales e internacionales son las que dominan los diferentes mercados. Las grandes empresas imponen sus decisiones en el mercado, lo cual afecta y/o limita las capacidades de las medianas y pequeñas empresas. Por lo tanto, fue conveniente realizar la presente investigación con el fin de conocer con detalle los niveles de concentración del poder de mercado durante el periodo 2010-2019, los puntos fuertes que pueden ser potenciados y los puntos débiles a corregir de las políticas públicas, como factores que contribuyen al mejoramiento de la calidad de vida de los ecuatorianos.

Los resultados de esta investigación contribuyen a entender y posiblemente lograr cambios estructurales en el sistema económico del país, además de brindar apoyo a los emprendimientos, para que puedan crecer y desarrollarse, como reconocimiento a la relevancia que tiene este sector de la economía ecuatoriana.

Con los resultados de la investigación se pretende conocer y potenciar aquellos parámetros legales y prácticos que sustentan a los emprendimientos.

Todo lo expuesto con anterioridad se considera importante para asumir el compromiso de determinar las modificaciones que se puedan realizar a las políticas existentes y que guíen la formulación de nuevas políticas y conductas que favorezcan el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos, con la finalidad de contribuir al desarrollo económico y social del país, así como mejorar la calidad de vida de la población.

## **1.9 Hipótesis**

Ho: Los oligopolios han incidido de forma negativa en el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos del Ecuador, durante el periodo 2010 - 2020.

## Capítulo II

### Marco referencial

#### 2.1 Marco Teórico

Es importante considerar que, para poder plantear hipótesis con fines de contrastación, es valioso el sustento proporcionado por las teorías, en este caso específico, las económicas. Con el fin de determinar las variables que se debieron considerar para el desarrollo de la investigación, se describen aquellas teorías que a lo largo de la historia han explicado el comportamiento de las empresas y cómo dicho comportamiento de crecimiento y adaptación (Teoría de la empresa) lleva a la creación o formación de los oligopolios, además de evaluar a los emprendimientos con base en sus variables de crecimiento y desarrollo.

**2.1.1 Teoría económica de la empresa.** Explicar la existencia de una firma es algo que no se mantiene bajo una arista, por lo tanto, detallar por qué se dan las condiciones que propician el surgimiento de un oligopolio requiere de la visión aportada por diversos pensadores.

Por un lado, se dice que la existencia de la empresa se puede explicar a través del enfoque organizativo, que describe su razón de ser a través de la creciente necesidad de integración, frente una economía altamente diferenciada a partir de la división del trabajo (Báez, 2005). Por otro lado, el enfoque conductista afirma que es la incertidumbre, asociada a las actividades económicas, la que supone el surgimiento de una clase especial (el empresario), considerado como el gestor del riesgo y quien brinda seguridad al resto (los trabajadores), mediante el pago de un salario determinado (Martínez-Echevarría, 2001). Finalmente, el enfoque tecnológico explica el logro de economías de escala a partir de la indivisibilidad de ciertos factores (Tirole, 1990).

**2.1.2 La Teoría Neoclásica.** La escuela neoclásica se constituye bajo la teoría proporcionada por las generaciones marginalistas, con principios integrados y mejorados por Marshall en su obra Principios de Economía (1890), la sustitución de la teoría del valor trabajo (Ricardo y Marx) por la utilidad decreciente (Walras, Jevons y Menger), además de los aportes de Edgeworth y Pareto en cuanto a la determinación de los valores de los servicios productivos.

La teoría neoclásica analiza los comportamientos de las unidades básicas de toma de decisión (consumidores y productores) por lo que, bajo este enfoque son las decisiones humanas la base de este pensamiento. Además de que explica el comportamiento de las empresas como la aplicación de diversas técnicas de maximización, de manera que la firma no es más que la explicación de cómo mezclar los factores de producción (capital y trabajo) para transformarlos en un producto.

Las empresas son concebidas como un juego de posibilidades o “cajas negras” que transforman un conjunto de insumos en productos aplicando tecnologías (que todos conocen) y que existe un agente racional que siempre busca el máximo económico (Favaro Villegas, 2013). Abarcando la percepción más extremista de la teoría neoclásica, se puede llegar a considerar la tecnología como una variable exógena.

Bajo esta visión, no existe la racionalidad acotada, los retornos crecientes a escala, las externalidades, los bienes públicos, la función de producción es genérica y no específica, no existe el conocimiento tácito no formalizado, no hay incertidumbre, pues se maneja un modelo de competencia perfecta.

Pero siendo objetivos, hay muchas de estas variables expuestas que no se perciben como reales, por esa razón hay aportes de diversos economistas que llevan a un planteamiento y concepción diferente, que da paso a la economía institucional.

**2.1.3 Aportes de la Teoría de Coase.** Partiendo de la negación de gran parte de las variables que considera la teoría neoclásica, como el hecho de que sí existen los bienes públicos, que la tecnología no siempre es dada y conocida, además que deja de ser una externalidad o que existen restricciones en el mercado, se inicia el proceso de crítica a la teoría neoclásica y se deja de considerar a la empresa como un “simple mecanismo intermediario” en la combinación de factores hasta que estos sean transformados en productos.

El análisis de Ronald Coase (1937) sobre la naturaleza de la empresa, explica el porqué de la existencia de las firmas, llegando a la conclusión de que hay diversos costos (comparar precios, costos de negociación, costos de contratación, etc.) que se pueden reducir o eliminar con la creación de empresas, además de plantear que las actividades que realiza una firma se determinan por los costos de transacción o comercialización y los costos de coordinar los recursos internamente.

Desde su punto de vista, existen dos opciones de coordinación económica: *fuera de la empresa*, las transacciones se rigen por medio del mercado, mientras que *por dentro de la empresa* queda a cargo del empresario-coordinador y esto le sirve para responder el porqué de los tamaños de la empresa, pues estas decisiones, sumada al manejo de los *costos de transacción*, determinan si se compra o se produce. Finalmente, “una firma crece y se desarrolla si las medidas de asignación pueden llevarse a cabo dentro de ella a un costo total menor que si se hicieran compras y ventas en el mercado” (Favaro Villegas, 2013).

Teniendo la opción de comprar o producir, si la empresa elige la segunda opción, está eligiendo crecer, y esto lo puede hacer de dos maneras: por medio de la *integración horizontal*, que implica reunir las transacciones que realizan dos o más empresas en una sola que se dedique

a coordinar los procesos de ambas; o a través de la *Integración vertical*, la cual requiere que una firma lleve a cabo aquellas transacciones comerciales que antes subcontractaba (García G. & Taboada I., 2012).

Una vez explicada las bases principales sobre *qué* es una firma; dependiendo de la concepción del autor, el *cómo* es su comportamiento; y, de acuerdo a Coase, *de qué* depende su tamaño, es importante abordar el tema de los Fallos del Mercado.

**2.1.4 Fallos de Mercado.** Adam Smith planteó la metáfora de la mano invisible, la cual, si bien es acertada en general, se equivoca en casos particulares, pues hay ocasiones en las que la mano invisible conduce a situaciones no deseables, dando paso a los fallos del mercado, que no son más que el mal funcionamiento del mercado cuando la asignación de los recursos disponibles no es suficiente. Estos fallos son la inestabilidad de los ciclos económicos, la existencia de bienes públicos, las externalidades, la competencia imperfecta, la distribución desigual de la renta (Pindyck & Rubinfeld, 2009).

El análisis se enfoca en la competencia imperfecta, pues de este fallo de mercado se originan los monopolios, la competencia monopolística y los oligopolios; para tratar este fallo de mercado, hay que considerar que todo empieza con la percepción del primer pensador que dio explicación a este fenómeno y a la vez da pie a que se formule la disciplina de Organización Industrial (OI), además de que es considerado el fundador de la *Teoría del Oligopolio*: Antoine Augustin Cournot.

**2.1.5 Teoría de la Organización Industrial (TOI).** La economía de la TOI se la puede definir como parte de la economía que estudia la estructura y el funcionamiento de los mercados, dentro de la microeconomía, esta rama se ocupa del análisis de varias cuestiones específicas, pero la central tiene que ver con el “poder de mercado” y explicar cómo las distintas estructuras de mercado permiten el ejercicio del poder de mercado por parte de las empresas que actúan en ellas (Coloma, 2006).

Los temas que se tratan en la TOI son tan antiguos como la economía misma, sin embargo, como ya fue mencionado antes, su desarrollo como rama de la ciencia económica parte desde la obra de Cournot (1838) donde articula la Teoría del monopolio, explicando la formación de precios en un mercado con un solo oferente que se enfrenta a toda la demanda existente en el mercado, pero sus aportes no solo se limitan a los monopolios, también fue el primero en elaborar una teoría alrededor de la formación de precios en un Oligopolio.

Un concepto que es empleado para la investigación de las relaciones entre la estructura industrial y los resultados obtenidos en los sectores y subsectores de la economía es el

paradigma *E-C-R (Estructura-Conducta-Resultado)* (Báez, 2005); según este paradigma se deben estudiar las siguientes variables:

- Número de compradores y vendedores
- Grado de diferenciación de los productos
- Barreras a la entrada
- Tecnología empleada
- Grado de integración vertical

Debido a que las variables antes mencionadas son las que llegan a “obligar” a las empresas de determinado sector, a manifestar un comportamiento competitivo que tiene influencia en la tasa de beneficio.

**2.1.6 Teoría de los Oligopolios.** Tal y como se ha venido mencionando con anterioridad, esta teoría tiene su origen con los aportes de Antoine Agustin Cournot, pues este proponía una solución para la interacción oligopolísticas; hasta cierto punto, examinó los bienes sustitutos, complementarios, la posibilidad de colisión y el nexo entre oligopolios y la competencia perfecta (Rojas Merced, 2015).

Considerando que existen dos extremos en los tipos de estructuras del mercado, siendo estos la competencia pura y el monopolio, la realidad es que gran parte de los mercados se encuentran entre estos dos; con frecuencia hay algunos competidores, pero no son tantos como para afirmar que cada uno de ellos no tiene influencia sobre el precio, es en situaciones como ésta, en la que se afirma la existencia de un oligopolio (Varian, 2013).

Según Salvatore (2009) la dependencia mutua entre las empresas de una industria es la característica más importante que distingue al oligopolio de otras estructuras del mercado.

Si bien no existe una “*teoría general del oligopolio*”, los aportes que se han hecho en base a los diversos modelos, contribuyen a la formación y entendimiento del concepto, llegando a demostrar que:

1. Existe una naturaleza de dependencia entre los oligopolios;
2. Hay brechas en el mercado que deben ser superadas; y,
3. Hay indicios de lo difícil que es esta rama de la microeconomía.

La premisa central del oligopolio Cournot es que cada empresa que puede modificar su volumen sin que las empresas rivales modifiquen el suyo. El modelo de Cournot introduce el concepto de función de reacción, en la cual el volumen que maximiza el beneficio económico de una empresa se obtiene manteniendo constante el volumen de otras empresas (Vela Meléndez, 2012).

Luego de los aportes de Cournot, estuvieron los de Bertrand y Edgeworth, quienes estudiaron la manera en la que se forman los precios en un mercado oligopólico y plantearon el análisis de equilibrio con propiedades estáticas y dinámicas comparativas.

Por último, en la formación de la teoría están Chamberlin, Hotelling y Robinson quienes centraron la mirada en la diferenciación de los productos como factor clave.

Hay que considerar que una de las principales razones para que se dé la existencia de mercados oligopólicos, es la presencia y aplicación de innovaciones como estrategia de competencia de las empresas, pues esto les otorga una gran ventaja frente a sus rivales (Schumpeter J. , 1912).

**2.1.6.1 Modelo de Cournot.** El modelo que Antoine A. Cournot describe en su obra *Researches Into the Mathematical principles of the Theory of Wealth* (1838) es el de un duopolio, en dónde se asume que los costos son iguales, los productos de las dos firmas son homogéneos y el precio se obtiene a partir de la suma de ofertas individuales de cada firma. Cuando las empresas fijan la cantidad de producción que maximizan sus beneficios, cada una supone que la contraria mantendrá constante su nivel de producción, además de que las cantidades se eligen simultáneamente.

La condición de maximización de beneficios es  $I_{mg}q_i = C_{mg}q_i$ , de manera que una vez que las empresas fijan la cantidad de producción, queda fijado o “se ajusta” el precio.

**2.1.6.2 Modelo de Bertrand.** El modelo aparece porque para Joseph Bertrand según lo descrito en su crítica al libro *Théories mathématiques de la richesse sociale par Léon Walras et Recherches sur les principes mathématiques de la théorie des richesses par Augustin Cournot* (1883), el modelo de Cournot no muestra la realidad de un mercado oligopólico, pues a pesar de que trabaja bajo la mayoría de los supuestos del modelo de Cournot, la diferencia está en que las empresas eligen los precios y no cantidades, de manera que el consumidor realiza comparación de precios. Esta paradoja duce que el único equilibrio posible es aquel en el que  $p^*_i = p^*_j = c$ , situación en la que los beneficios son nulos.

**2.1.6.3 Modelo de Edgeworth.** Este modelo desarrollado por Heinrich Stackelberg su obra *Market Structure and Equilibrium* (1934), representa el punto de inflexión en el estudio de los oligopolios, pues a diferencia de los modelos de Cournot y Bertrand, las decisiones son secuenciales, debido a que existe una empresa líder que puede decidir la  $q_i$  que oferta y otra que es seguidora escoge luego de observar la decisión de la primera.

**2.1.6.4 Modelo de Chamberlin.** Edward H. Chamberlin en su libro *Theory of Monopolistic Competition* (1933) analiza y explica los equilibrios de corto y largo plazo que

se producen bajo una estructura de mercado formada por múltiples productores que actúan como monopolistas, aunque su estructura se asemeje a un mercado perfectamente competitivo. Esto se debe a que cada empresa se da cuenta que cuando una decide ajustar su precio, la otra reacciona, de manera que existe un acuerdo implícito, en el que se reparten las ganancias a nivel monopolístico. Las hipótesis que manejan son:

Existen un conjunto de productos (diferenciados) son percibidos como sustitutivos cercanos por los consumidores.

- 1) Elasticidad cruzada alta, pero nunca infinita.
- 2) A pesar de que toda la industria comparte el mercado, cada empresa monopoliza un producto.
- 3) Gran número de empresas en el mercado.
- 4) No existen barreras de entrada o salida.
- 5) Movilidad total de factores de producción.
- 6) El agente no aprende de los errores del pasado.

**2.1.6.5 Modelo de Hotelling.** También llamado el *modelo de la ciudad lineal de Hotelling* o *modelo de diferenciación espacial*, trata sobre la diferenciación horizontal, donde una población de  $n$  consumidores se distribuyen de manera uniforme a lo largo de la ciudad, existen dos locales, uno en cada extremo de la ciudad, que venden productos idénticos en calidad y costo unitario; además, existen costos de transporte y barreras a la entrada que impiden la participación de más empresas; finalmente, la demanda de los consumidores es unitaria (es decir, compran una unidad o no compran). Por las razones antes mencionadas, la opción a seguir por parte de las empresas es la diferenciación (de precio o calidad), como estrategia para atraer mayor demanda.

**2.1.6.6 Modelo de Robinson.** En los capítulos 15 y 16 de su obra *Economía de la competencia imperfecta* (1933), Joan Robinson justifica que, bajo determinados supuestos, es deseable cierto grado de discriminación de precios; para que esto suceda, la empresa debe tener poder de monopolio, además de que la demanda, en los distintos mercados en los que se vende el producto, debe ser distinta.

**2.1.7 Medición del grado de concentración en los mercados.** Para calcular o medir el grado de concentración de un mercado o industria, la literatura especializada sugiere la aplicación de índices, tales como:

Índice de Lerner (M).

Índice de Concentración (CR).

Índice de Herfindahl-Hirschmann (IHH).

**2.1.7.1 Índice de Lerner (M).** Indica qué tanto se aleja un mercado de la competencia perfecta y se obtiene de la siguiente manera:

$$M = \frac{P - CMg}{P}$$

Donde:

$M$  = Índice de Lerner;

$P$  = Precio de mercado de la empresa más grande;

$CMg$  = Costo marginal asociado a la operación de una empresa en condiciones de monopolio.

En competencia perfecta, este índice tiene valor cero, es decir  $M = 0$ , puesto que en la competencia pura el precio es igual al ingreso marginal que, a su vez, se iguala con el costo marginal; luego entonces, si  $P = CMg$ , el numerador del índice ( $P - CMg$ ) será igual a cero.

En un monopolio,  $P > CMg$ . Por lo tanto, mientras el índice de Lerner más se aleje del valor cero, estará reflejando un mercado más imperfecto y, como  $CMg$  nunca llegará a ser cero,  $M$  se acercará al valor 1 mientras menor sea el costo que enfrentaría un monopolista, pero nunca llegará a ser cero. En otras palabras, este índice mide qué tanto se aleja el precio de mercado del precio de competencia perfecta.

**2.1.7.2 Índice de Concentración (CR).** Ayuda a medir la inequidad en las participaciones de mercado, es conocido como  $CR$ , por sus siglas en inglés (*Concentration Ratio*) y se define como el porcentaje de las ventas totales de la industria (o la capacidad, el empleo, el valor agregado, la producción física o cualquier otra variable relevante) con que contribuyen las mayores empresas participantes de una industria, ordenadas descendientemente según sus participaciones de mercado.

En otras palabras, el *Ratio de Concentración* es la suma de las cuotas de mercado de las  $r$  empresas más grandes, y se necesita la información de esas  $r$  empresas más grandes, calculándose de la siguiente manera:

$$Cr = \sum_{i=1}^r S_i, \text{ donde } S_i = \frac{q_i}{Q}$$

$$\in \left[ \frac{r}{n}, 1 \right]$$

Dónde:

$n$  = Mínima concentración de  $n$  empresas iguales,  $S_i = 1/n$

1 = Máxima concentración

De manera que los valores que sean mayor o igual a 60% son mercados de alta concentración, poco competitivos y de difícil acceso para nuevos competidores, mientras que si es menor o igual a 40% puede ser considerado como competitiva.

**2.1.7.3 Índice Herfindahl-Hirschmann (IHH).** Herfindahl (1950) propone calcular el atributo analizado mediante la sumatoria de las cuotas de mercado elevadas al cuadrado. El IHH será mayor, siempre que el número de participantes del mercado que se esté analizando sea reducido.

$$VT = \sum_{i=1}^n x_i \quad p_i = \frac{x_i}{VT}$$

$$H = \sum_{i=1}^n p_i^2 \quad \frac{1}{n} \leq H \leq 1$$

Donde,

$p_i$  = Cuota de mercado de la empresa (i)

$x_i$  = Valor de la posición del participante (i)

$VT$  = Valor total del mercado

$H$  = Índice de Herfindahl

De acuerdo a los valores que puede tomar el índice, están los extremos: *concentración máxima*, que es cuando uno de los participantes acapara el total del valor del mercado y los demás quedan fuera del mercado, es decir, el reparto es *no equitativo o concentrado*; por otro lado, está la *concentración mínima*, que se refiere a la situación en la que el valor del mercado está repartido equitativamente entre todos los participantes.

- Si  $IHH < 10\%$ , el mercado no está concentrado ( $10\% = 1.000$ ).
- Si  $10\% < IHH < 18\%$ , el mercado está poco concentrado, indicando que una fusión implicaría un pequeño aumento en la posibilidad de tener mayor poder de mercado ( $18\% = 1.800$  y  $10\% = 1.000$ ).
- Si  $IHH > 18\%$  el mercado está concentrado ( $0,18\% = 1.800$ ).

Con el fin de estandarizar los valores del  $IHH$ , se creó una versión modificada, originando el *Índice de Herfindahl Normalizado (HN)*:

$$HN = \frac{\left(H - \left(\frac{1}{n}\right)\right)}{\left(1 - \left(\frac{1}{n}\right)\right)}$$

$$0 \leq H \leq 1$$

Donde,

$H$  = Índice de Herfindal

$HN$  = Índice de Herfindal Normalizado

**2.1.8 Oligopolios a nivel mundial.** Considerando que, desde principio de los años ochenta, las grandes empresas cumplen un rol central dentro el intercambio comercial, los modelos que implican la competencia imperfecta (sea presentada como competencia monopolística u oligopolio), se han establecido rápidamente como lo notablemente “útil, duradero o confiable”, pero no se ha visto alejada de las críticas, que consideran el uso de modelos de competencia imperfecta como poco convincentes (Head & Spencer, 2017).

En un artículo publicado por el diario El País, sobre lo amenazante de los oligopolios mundiales, Fernández (2016) detalla que:

Las corporaciones chinas, muchas de ellas aún bajo el paraguas estatal, obtienen el 14% de todos los beneficios que se generan en el mundo, según Mckinsey. Además, las corporaciones del gigante asiático acaparan el 20% de los puestos de la lista *Fortune 500*, mientras que el peso conjunto en este ranking de los grupos americanos y europeos ha caído desde el 76% de 1980 al 54% actual (pág. 33).

De acuerdo a un reporte de *McKinsey Global Institute* (MGI ) (2015), casi el 80% del PIB mundial se concentra en menos del 10% de los grupos cotizados en Bolsa de Valores, y esto se debe a que, con la globalización y la búsqueda de crecimiento, las fusiones y adquisiciones (*M&A*, por sus siglas en inglés) son cada vez más recurrentes; lo negativo de la situación es, como fue mencionado antes, que los consumidores terminan pagando precios más altos por los bienes y servicios.

En la actualidad, la opción de *M&A* es la preferida para afrontar el constante crecimiento de la demanda global por parte de las empresas más representativas de cada industria, de manera que, las empresas no tan grandes y menos posesionadas, en ocasiones son absorbidas y se crean los conocidos *imperios empresariales*; tal es el caso de los bancos en EEUU, país que en los noventa contaba con 37 bancos, pero en la actualidad sólo hay 5 que acumulan el 45% de los activos bancarios nacionales, producto de las fusiones; en el caso de España, hasta el 2009 contaba con 52 bancos y ahora sólo cuenta con 13, de ellos 5 son considerados los más grandes y han incrementado su cuota de mercado del 40% en 2009 al 58% en la actualidad.

Los oligopolios son notables en diversos mercados y aunque las compañías involucradas son consideradas *competidoras* en el mercado específico, tienden a cooperar entre ellas para que todas puedan beneficiarse, lo que resulta en aumento de precios de venta al consumidor.

Las industrias donde comúnmente los oligopolios eclipsan a otros competidores son las de servicios de televisión por cable, entretenimiento (música y cine), aerolíneas, medios de comunicación en masa, productos farmacéuticos, computadoras y software, sistemas

operativos de teléfonos inteligentes y computadoras, aluminio y acero, petróleo y gas, automóviles (Kramer, 2020).

Es común encontrar mercados que están representados/identificados por alguna *marca* específica; tales son los casos de Pepsico, Nestlé, Kellogg's, Danone, Nike, Grupo Bimbo, Visa, McDonald's, L'oreal, Mars, Mondeléz, Intel, Walmart, Unilever, Procter&Gamble (P&G), Grupo Lala, AB inbev, entre otras.

Los sistemas operativos para *Smartphones* y computadoras, son un claro ejemplo de oligopolio, donde Apple IOS y Google Android son los dominantes; otro ejemplo son los automóviles, donde destacan Ford, GMC y Fiat Chrysler. En el caso del entretenimiento, la música está dominada por Universal Music Group, Sony y Warner; en cuanto a las farmacéuticas, se encuentran Pfizer, Roche Group, Merck & Co, Janssen, Novartis, Amgen, Novo Nordisk; por mencionar algunos ejemplos dentro de distintas industrias.

**2.1.9 Oligopolio en Latinoamérica.** Los países latinoamericanos, considerados países en desarrollo, se enfrentan a condiciones de inequidad como parte de sus problemas de crecimiento y distribución de oportunidades, pero sobre todo, se enfrentan a la existencia de empresas que enfatizan sus desempeños en el rentismo, de manera que esa inequidad se ve reflejada en la estructura empresarial (Reyes & Sandoval, 2017).

Los oligopolios en América Latina se encuentran correlacionados con los procesos de *democratización y privatización* de la economía (de los países de la región), que se produjeron (con mayor intensidad) a inicios de la década de los 90, con la caída de las dictaduras y la inclusión del neoliberalismo en las políticas estatales locales; por estas razones, en gran parte de los países latinoamericanos, a pesar de la creación de leyes para proteger/valorar la justicia social y la distribución de la riqueza como efecto de la globalización de la economía, el liberalismo inició un proceso que consecuentemente ha conducido a un escenario oligopolístico de empresas tanto nacionales como internacionales, aunque normalmente los mercados se encuentran dominados por las transnacionales (De Camargo C., 2016).

Hay quienes consideran que la falta de competencia constituye una de las razones por las que los precios suben, de allí que los oligopolios explicarían la influencia estructural que estos generan sobre el problema de precios.

Aún que mucho por investigar sobre concentración económica en Latinoamérica, sin embargo, sí se puede obtener información de los principales países de manera particular. Para el caso de México, Rebossio (2013) afirma que los principales 100 grupos económicos aportan con el 22.9% del PIB, sin embargo, esos conglomerados emplean apenas al 3.5% de la población que cuenta con trabajo; entre los que conforman esos grupos de concentración

mexicana figuran Slim, Grupo Carso, Cemex, Femsa, Grupo Alfa, Grupo Modelo, Bimbo, Grupo Bal, Grupo Slinas Elektra.

En el caso de Perú, mediante una investigación realizada por Campodónico (2008), se demostró que varios sectores de la economía estaban dominados por apenas dos empresas que, en algunos casos, son multinacionales; en el mercado de la cerveza, el 100% lo controlan Backus y AB InBev, en telefonía fija el 97% está bajo el manejo de Telefónica y Telmex, el 81% del mercado lácteo se encuentra bajo la dirección de Gloria y Nestlé; estos como ejemplo de algunos mercados peruanos concentrados.

En cuanto a Brasil, en un informe realizado por Amann & Baer (2011), determinaron que existen altos grados de concentración en 14 de los 19 sectores que fueron analizados, además de que habían segmentos o sectores en los que el 60% de ese mercado era controlado por sólo 4 empresas; por ejemplo, el sector transportes presentó un grado de concentración del 73%, minería 79%, alimentos y bebidas 76%, petroquímico 91%, servicios públicos 69%, medicinas y cosméticos 63%, textil e indumentaria 62%; estos, por mencionar algunos.

De cualquier manera, la presencia de monopolios y concentración económica (que data desde la colonia), se mantiene presente en América Latina y se intensificó más con la llegada del neoliberalismo latinoamericano, mismo que ocasionó el cierre de mercados y el otorgamiento de concesiones. La formación de todos estos oligopolios en la región se deben, probablemente, al apoyo político de quienes se encuentran en el poder, es por eso que cada país tiene su pequeño grupo de familias que controlan los mercados, teniendo así a las “14 familias” de El Salvador, los “12 apóstoles” en Venezuela y muchas similares en toda Latinoamérica (Saied T, 2007).

**2.1.10 Teorías sobre Emprendimiento.** El término *entrepreneur* fue introducido por primera vez en la literatura económica en el siglo XVIII por el economista francés Richard Cantillon, definido como el individuo que asume riesgos en condiciones de incertidumbre, dividiendo a los productores de la economía de mercado en "contratados", que reciben salarios o rentas fijas, y los "emprendedores", que reciben ganancias variables e inciertas (Ramírez, 2009).

Posteriormente, el economista francés Jean Baptiste Say hizo un aporte a la definición de Cantillon, afirmando que el *entrepreneur* es un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad. Say rescató que, cuando un emprendedor tiene éxito, no solo es importante para el individuo sino para la sociedad, por ello, un país dotado de emprendedores será más próspero que otro en el cual principalmente haya individuos dedicados al arte (Burnett, 2000).

Por otro lado, Schumpeter percibía al emprendedor como una persona extraordinaria que promovía nuevas combinaciones o innovaciones. Schumpeter observó que:

La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc. Este tipo de actividades son las responsables primarias de la prosperidad recurrente que revoluciona el organismo económico y las recesiones recurrentes que se deben al impacto desequilibrado del nuevo producto o métodos (1942, págs. 132-133)

**2.1.11 Desarrollo y crecimiento empresarial.** En primera instancia se presenta una dificultad para poder distinguir las diferencias entre crecimiento y desarrollo. Según González & Correa (1998) se utiliza el término crecimiento para expresar el proceso de incremento cuantitativo de la producción a lo largo del tiempo, mientras que el de desarrollo se emplea para referirse a variaciones cualitativas que pueden incluir o no los cambios cuantitativos. Por lo que podemos definir que el crecimiento va más ligado al aspecto de la producción y la venta mientras que el desarrollo va más ligado a temas sobre la evolución cualitativa que tiene la empresa.

Se define que las teorías clásicas defienden como principal objetivo empresarial la maximización de los beneficios por parte de los empresarios, así mismo como la persecución de un crecimiento que permita a las empresas beneficiarse de las ventajas competitivas propias de una empresa de gran tamaño (Isquierdo, 2016). También las teorías económicas clásicas defienden la influencia positiva del crecimiento sobre la rentabilidad, es decir, por el hecho de que las empresas crecen, éstas aumentan su rentabilidad debido a que pueden acceder a ventajas como las economías de escala, el poder de negociación con proveedores y clientes o la externalización de actividades.

Por otro lado, el crecimiento empresarial ha venido ligado a la *ley del efecto proporcional*, enunciada por Gibrat (1931), que es un proceso estocástico originado por la acción de innumerables o insignificantes factores aleatorios que actúan de forma proporcional sobre el tamaño de las empresas, con independencia del tamaño que éstas tengan. Esta ley tiene implicaciones, entre las cuales se pueden destacar:

- Una empresa pequeña tiene la misma probabilidad de crecer en un determinado porcentaje que una empresa grande;

- La tasa de crecimiento de un periodo no tiene incidencia en las tasas de crecimiento de los periodos siguientes;
- No existe una dimensión óptima de la empresa;
- La propia dinámica del mercado conduce a una mayor concentración industrial o incremento del grado de monopolio del sistema, dado que la dispersión de los tamaños empresariales tiene a incrementar con el tiempo;
- El crecimiento de la empresa es un resultado del azar, sin que nada puede hacer al respecto la voluntad del empresario.

Por último, para concluir respecto al crecimiento de las empresas, especialmente de las microempresas, hay que identificar cuáles son los factores de crecimientos de éstas; claro está que es difícil determinar aquellos factores, entre los cuales hay factores internos y externos.

En los últimos años, para definir los factores internos de crecimiento empresarial, los estudios se han centrado en las potencialidades internas que ayudan a explicar el posicionamiento o las ventajas que determinadas empresas han ido alcanzando con el tiempo. Al respecto, se han tomado como potencialidades internas que promueven el crecimiento: la edad y el tamaño de la empresa, la motivación, la estructura de propiedad, y la gestión del conocimiento (Blázquez S., Dorta V., & Verona M., 2006).

A nivel externo, se estudian factores como los económicos, sociales, políticos y tecnológicos, que pueden influir de alguna manera a la toma de decisiones de los microempresarios; podemos destacar los siguientes: los clientes, los proveedores, la demanda, la accesibilidad al crédito, el apoyo gubernamental entre otros.

Para estudiar el desarrollo empresarial comenzamos con el concepto del mismo, este se refiere al progreso que experimenta la empresa como consecuencia de su evolución a lo largo del tiempo. Conseguir una imagen corporativa o imagen de marca, consolidar una posición competitiva determinada, alcanzar un buen ambiente de trabajo o convertirse en una empresa socialmente responsable son indicadores de desarrollo empresarial (Climent, 2018).

El desarrollo empresarial influye de manera positiva en las organizaciones, gracias a indicadores como competitividad, marketing, imagen corporativa, ambiente de trabajo, entre otros, que ayudan al crecimiento del mismo; sin embargo, no siempre el término *desarrollo* va de la mano con *incremento*, pues muchas veces sucede lo contrario. Algunas empresas optan por realizar una sola actividad que les genere éxito y rentabilidad utilizando estrategias corporativas, estrategias de subcontrataciones, etc. (Climent, 2018).

A nivel teórico, el papel del empresariado ha encontrado campo en el nuevo paradigma de *desarrollo desde abajo (bottom-up)*. Lo que este modelo propugna, es que el desarrollo está muy estrechamente ligado a la función de los empresarios autóctonos, las nuevas y pequeñas empresas y a su disponibilidad de adaptación al entorno (Cappellin, 1992). Esto da a entender, que, si una economía no experimenta progreso de manera sostenida, es debido, en primer lugar, a que las grandes compañías que están situadas en un territorio determinado, se han venido a menos con la iniciativa emprendedora de la población y, en segundo lugar, que a pesar de los incentivos que el Estado otorga, existe escasez de oferta empresarial de calidad en ciertos lugares (Díaz, 2014).

El desarrollo empresarial está muy relacionado con el desarrollo económico, por tal razón, existen mayores claridades conceptuales respecto al crecimiento empresarial. Pero diferentes autores, de diversos órdenes, destacan la importancia de esta unidad económica como agente de desarrollo (Díaz, 2014). Por ello, existen varias perspectivas sobre el desarrollo empresarial: 1) perspectiva del ciclo de vida, 2) perspectiva basada en los recursos y 3) perspectiva basada en la motivación.

**2.1.11.1 Perspectiva del ciclo de vida.** Desde esta perspectiva, la empresa va evolucionando por fases, donde cada fase es consecuencia de una revolución de la anterior, lo cual genera una curva de crecimiento gradual con períodos de crecimiento interrumpidos por crisis volátiles. Así, la empresa va evolucionando hacia la siguiente fase de crecimiento. La lógica de este modelo de crecimiento discontinuo es que en cada fase de crecimiento la empresa debe adoptar una configuración específica, que viene determinada por las relaciones entre el tamaño, la edad, la estrategia, la estructura de organización y el entorno.

**2.1.11.2 Perspectiva basada en los recursos.** El modelo de crecimiento basado en la teoría de recursos se centra en la existencia de recursos con capacidad sobrante, susceptibles de ser empleados en nuevas áreas de actividad como inductores a la decisión del crecimiento empresarial en el que, sin duda, desempeña un papel primordial la actitud emprendedora del empresario o directivo. No obstante, esta teoría tiene determinadas limitaciones en su déficit de interacción a través de los recursos internos y del entorno, seguido de la exagerada importancia que se les brinda a los directivos (Margalef, 2000).

**2.1.11.3 Perspectiva basada en la motivación.** Las motivaciones, que han sido agrupadas por Abad (1996), por un lado, aquellas que repercuten principalmente en el proceso que da terreno a la motivación y, por otro lado, las que se enfocan en establecer las necesidades de los seres humanos. Ahora, por medio de la teoría de la organización, Miner (1980), expone que existe un sistema determinado de motivación o sumario de valores asociados con el éxito en

diferentes contextualizaciones de la organización. Este autor reflexiona que los empresarios están más enfocados en llevar a cabo un sistema de tareas o rutinas que en tomar en sí un sistema de rol más adecuado para la función de alta dirección que deben llevar adelante.

**2.1.12 Los Emprendimientos a nivel mundial.** Según el informe Global Entrepreneurship Monitor (2017), las economías con mayor desarrollo reportan niveles más altos de iniciativa emprendedora impulsada por oportunidades y, a su vez, mayores índices de innovación y de perspectivas de creación de empleo. A nivel regional, América del Norte se sitúa a la cabeza con un 82% de emprendedores motivados por oportunidades, seguida de Europa (75%) y Asia-Oceanía (74%); en España, este índice se ha estabilizado en torno al 70%.

Para el 2017, el grado de innovación (es decir, cuando una iniciativa emprendedora ofrece un producto o servicio nuevo para el mercado) es también más elevado en economías desarrolladas como Canadá (43%), Estados Unidos (36%) o Francia (48%). La cifra de innovación en España ha aumentado, situándose en un 25% (mejorando el índice de los últimos ocho años) y, aunque continúa por debajo de la media europea (28%), ha superado los niveles de otras economías competitivas como Holanda (22%) o Alemania (23%).

En España, la actividad emprendedora ha aumentado un punto porcentual en el 2017, respecto al año anterior (del 5,2% al 6,2%); y, por primera vez en ocho años, ha superado el umbral del 6%, iniciando la recuperación hacia las cifras que alcanzó antes de la crisis. La tasa de negocios establecidos (con más de 3,5 años en el mercado) también ha mejorado, situando a España (7%) en la media de los países europeos y por encima del total de las economías impulsadas por la innovación.

El informe GEM 2017 también presenta un análisis de la actividad empresarial en etapa naciente de 64 economías, agrupadas por fase de desarrollo económico: *Economías impulsadas por factores*, *Economías impulsadas por la eficiencia* y *Economías impulsadas por la innovación*.

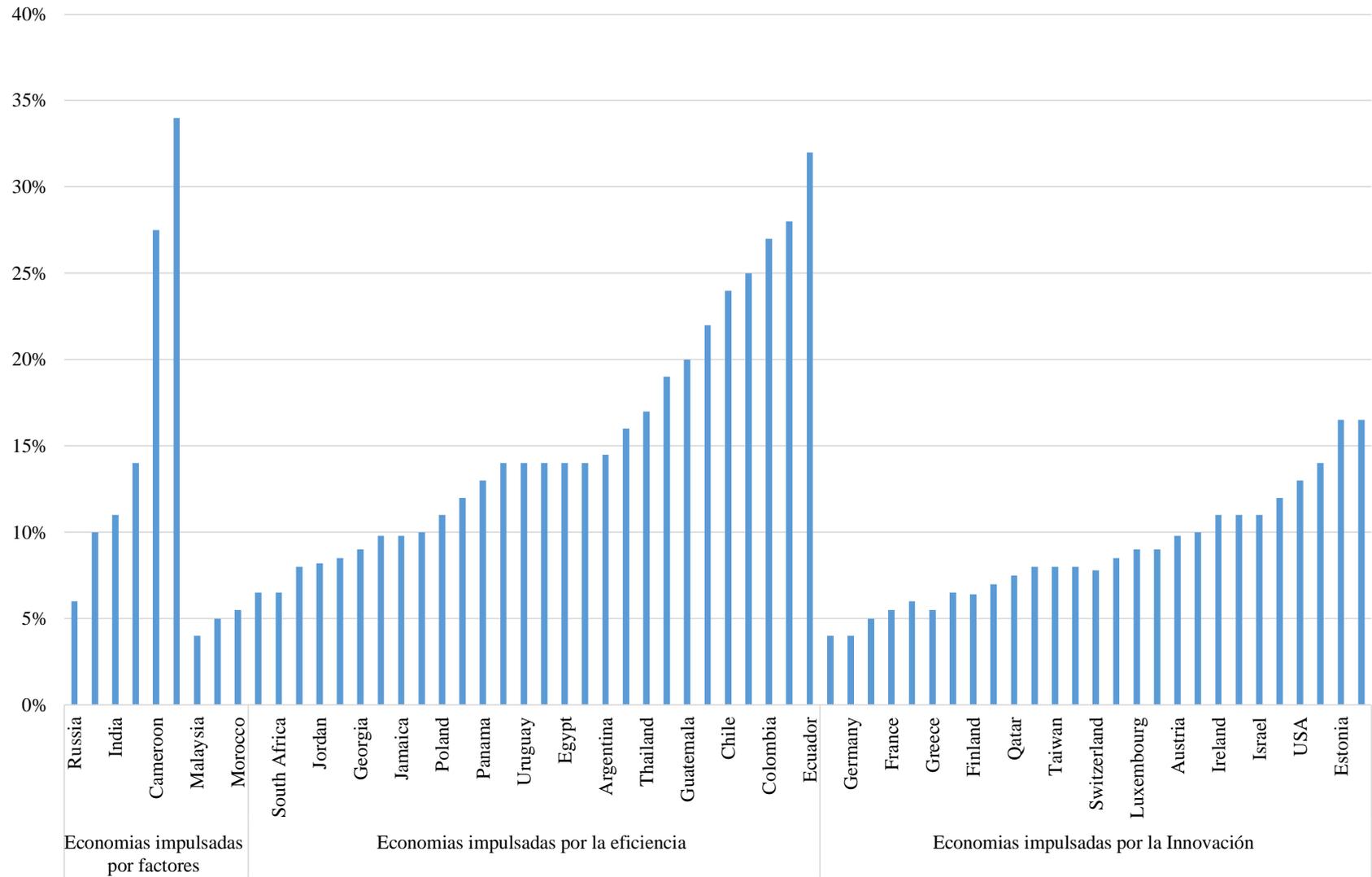


Figura 2. Actividad empresarial en etapa naciente, en 64 países. Adaptado del informe Global Entrepreneurship Monitor (*GEM Global, 2017*)

En la figura 2 se pueden observar los niveles de *Actividad emprendedora temprana* (TEA, por sus siglas en inglés) de 64 economías del mundo, agrupadas por su nivel de desarrollo económico:

1. *Economías impulsadas por factores*, que son las menos desarrolladas, dominan las empresas de extracción, además se depende de la mano de obra no calificada y recursos naturales;
2. *Economías impulsadas por la eficiencia*, aquellas que, si bien empiezan a ser más competitivas y contar con procesos productivos más eficientes, se concentran en la fabricación de productos estándar; y,
3. *Economías impulsadas por la innovación*, que son economías desarrolladas, tienen capacidad para crear productos nuevos e innovadores a través de procesos sofisticados, involucran mucho el conocimiento y tienden a expandirse en el sector de servicios.

Dentro de cada grupo de países existen diferencias sustanciales: por ejemplo, en los países que son *impulsados por los factores*, Rusia apenas alcanza un 6% de TEA, mientras que Camerún tiene un nivel mucho más alto, con un 28%; esto indica que, en Rusia, son pocas las personas que se involucran en la puesta en marcha de un nuevo emprendimiento, mientras que Camerún tiene un porcentaje alto de nuevos emprendedores.

Por otro lado, en el grupo de las economías impulsadas por la eficiencia, Malasia y Bulgaria poseen la TEA más baja, con un porcentaje del 5%, mientras que Ecuador se ubica en el nivel más alto de este grupo, con un 32%, indicando así que en Ecuador hay una cantidad considerable de habitantes que se involucran en la puesta en marcha de un nuevo negocio.

A esta figura (2) también se le puede dar un tratamiento regional, puesto que la TEA es más elevada en los países de América Latina, El Caribe y África, frente a las de economías europeas y asiáticas. En Latinoamérica y El Caribe, casi una quinta parte de la población en edad de trabajar participa de una actividad de *emprendimiento naciente* (realiza el procedimiento para crear un negocio, pero lleva operando entre 3 y 42 meses), debido a la motivación y la necesidad económica que poseen los habitantes de aquellas regiones. En África se muestra un alto nivel de variación dentro de la misma región: Burkina Faso reporta la tasa de TEA más alta en la muestra GEM (34%), mientras que Marruecos tiene una de las más bajas de la muestra (6%); este resultado puede ser consecuencia de que Burkina Faso es una economía en vías de desarrollo, por lo cual la mayoría de sus emprendimientos son nacientes, por su parte, Marruecos es una economía emergente, lo que indica que la mayoría de sus emprendimientos ya están establecidos. (GEM Global, 2017).

**2.1.13 Los Emprendimientos en Latinoamérica.** Según el GEM (2020), en América Latina, México lidera entre las economías que presentan una mayor facilidad para crear y gestionar los negocios, ocupando la posición 23 (de los 54 países participantes en el ciclo 2019 del GEM), mientras que Chile, Colombia y Brasil se ubican en las posiciones 28, 35 y 43, respectivamente; estos resultados indican que las condiciones marco para el emprendimiento en la región son insuficientes, no solamente para los requerimientos de creación de empresas, sino también para su crecimiento y permanencia en el tiempo.

En los países latinoamericanos, un factor cuya evaluación arrojó un resultado positivo es la infraestructura física, seguido de las normas sociales y culturales, siendo Ecuador y Chile los que sobrepasan las medias. Por otro lado, la educación en emprendimiento presenta patrones similares a lo largo de la región, con puntajes muy bajos asignados a la etapa escolar y relativamente altos en la etapa postsecundaria. La transferencia de I+D es un factor común, como debilidad en la región, debido a que los países latinoamericanos están puntuados por debajo de la media global.

En contraste, también existe diferencias importantes en ciertos factores: por ejemplo, Chile posee la puntuación más alta en cuanto a programas gubernamentales y políticas relacionadas a impuestos y burocracia, lo que indica que el emprendimiento es un importante eje y que influye de manera importante en las políticas públicas. Por su parte, Brasil tiene una puntuación alta en cuanto a dinámica del mercado interno, debido a su gran tamaño. Así mismo, Paraguay tiene, en promedio, el ecosistema de menor puntuación. Finalmente, Ecuador y Colombia tienen un promedio parecido en la facilidad para crear y gestionar los negocios, con una gran diferencia en el apoyo y relevancia del emprendimiento desde las políticas gubernamentales, en lo cual Colombia se ubica muy por encima de Ecuador y del promedio regional (GEM, 2020).

Para el año 2019, América Latina es la región que alberga a las 5 economías con niveles más altos de TEA; sorprende que 3 de ellas sean economías de mediano ingreso como Ecuador, Guatemala y Brasil, con TEAs de 37%, 25% y 23%, respectivamente. Este resultado puede ser consecuencia de la motivación y la independencia económica que poseen los habitantes de aquellos países. En contraste, de las 33 economías del grupo de altos ingresos, 26 de ellas no superan el 15% de TEA.

## **2.2 Marco Conceptual**

**2.2.1 Poder de mercado.** Este concepto surge cuando la situación se aleja del ideal de competencia perfecta, respondiendo a actividades que realizan los agentes de manera

individual, pero que inciden o tienen influencia en la decisión de compra o venta, se hable de productos o servicios (Rainer, 2018).

**2.2.2 Mercados imperfectos.** “Es aquel en el que las condiciones de oferta o demanda se encuentran condicionadas o alteradas de alguna manera que impide la normal evolución” (Dans, 2009). En otras palabras, un mercado imperfecto se da cuando las interacciones entre los agentes son alteradas de tal manera, que uno de ellos puede llegar a tener más incidencia sobre los precios que otro, es decir, obtiene *poder* de mercado.

**2.2.3 Competencia imperfecta.** Comprende a aquella situación en el mercado dónde el oferente o demandante cuenta con el suficiente poder y capacidad para influir de manera significativa sobre los precios de los bienes y servicios que se encuentran en el mercado (Enciclopedia Económica, 2018).

**2.2.4 Oligopolio.** Se denomina oligopolio al “mercado formado por un número pequeño de vendedores o productores y un gran número de consumidores o demandantes, donde los oferentes tienen un poder de mercado para fijar los precios y las cantidades” (González P. , 2020).

Entonces, el oligopolio no es más que una situación del mercado en la que existe un número de vendedores o productores reducido, que se enfrenta a un gran número de demandantes, de manera que controlan gran porcentaje de la demanda total.

**2.2.5 Emprendimiento.** Se denomina emprendimiento a la actividad económica de poca inversión llevada a cabo por uno a varios emprendedores. Son pequeños negocios que normalmente no cuentan con empleados y cuyo servicio se basa en los conocimientos u oficios de los miembros (Nombela, 2018).

**2.2.6 Crecimiento empresarial.** El crecimiento, en términos generales, es básicamente el aumento de cantidad, tamaño, intensidad o importancia; ya enfocándolo en el sector empresarial, se refiere “al progreso que experimenta una compañía en ámbitos de rentabilidad, desarrollo de productos, número de clientes y posicionamiento de la marca” (Orellana Nirian, 2020).

**2.2.7 Desarrollo empresarial.** De forma general, el desarrollo es el proceso por el cual algo progresa y crece, sea esto de manera económica, social o cultural. En el campo empresarial, el desarrollo se refiere al “proceso mediante el cual el empresario y su equipo adquieren o fortalecen sus habilidades y destrezas para mejorar la gestión del negocio, impulsando a que perdure el crecimiento” (GlobalKam, 2017).

## 2.3 Marco Legal

**2.3.1 Constitución de la República del Ecuador (2008).** En Ecuador no existían normas que regulen la competencia en los mercados nacionales; los únicos aspectos normativos estuvieron contemplados en las constituciones vigentes antes del 2008; esto permitió que la estructura económica del país se desarrolle con características propias de los oligopolios. Con la entrada en vigencia de la Constitución de la República del año 2008, se buscó regular y garantizar el derecho a desarrollar actividades económicas conforme a la solidaridad, responsabilidad social, derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato y el derecho a la propiedad, en todas sus formas.

En el artículo 304, numeral 6 de la Constitución del Ecuador (2008) se establece que la política comercial tendrá como objetivo evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados. Es decir, que la obligación del Estado es promover la existencia de un mercado competitivo, con el fin de evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas.

Por otro lado, en el artículo 334 de la Constitución, se indica que “El Estado promoverá el acceso equitativo a los factores de producción, evitando la concentración o acaparamiento de factores y recursos productivos, promover su redistribución y eliminar privilegios o desigualdades en el acceso a ellos” (Constitución de la república del Ecuador, 2008, pág. 156), todo esto, con el fin de que exista una práctica empresarial y comercial justa.

Además, en el artículo 335, donde se hace referencia a los intercambios económicos y comercio justo, la Constitución del Ecuador (2008) establece:

El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos. El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal (Constitución de la república del Ecuador, 2008, pág. 157).

Este artículo está dirigido de manera directa a las prácticas desleales, como las monopólicas y oligopólicas, precisamente para la protección de la producción nacional, tanto así que el Estado, de ser necesario, implementará una política de precios mínimos; así también establecerá los mecanismos de sanción pertinentes para evitar aquellas prácticas.

**2.3.2 Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado (2011).** Para contrarrestar la estructura oligopólica del Ecuador, se creó la *LORCPM* (Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado), misma que fue publicada en el Registro Oficial Suplemento No. 555 del 13 de octubre de 2011; con esta Ley se creó la *Superintendencia de Control del Poder de Mercado*, como un organismo técnico de control, con capacidad sancionatoria, de administración desconcentrada, con personalidad jurídica, patrimonio propio y autonomía administrativa, presupuestaria y organizativa.

La LORCPM, tal como se indica en su artículo 1, nace con la necesidad de evitar, prevenir, corregir, eliminar y sancionar el abuso de operadores económicos con poder de mercado; la prevención, prohibición y sanción de acuerdos colusorios y otras prácticas restrictivas; el control y regulación de las operaciones de concentración económica; y la prevención, prohibición y sanción de las prácticas desleales, con el fin de promover y buscar la eficiencia en los mercados, un comercio justo y el bienestar general de los consumidores y usuarios. (Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, 2011)

En el artículo 5 de la LORCPM (2011) se propone que, para la regulación y control, se debe buscar el *mercado relevante*, lo cual se hará buscando *el producto relevante* por medio de la evaluación de factores como la preferencia de los consumidores, las características del bien, el uso y el precio. También se identificará el mercado geográfico, que está comprendido por zonas geográficas donde se ubican las fuentes alternativas de aprovisionamiento del producto relevante. Por último, se considerarán las características particulares de los vendedores y compradores que participan en dicho mercado

Lo planteado en el artículo 5 de la LORCPM (2011) es conveniente cuando se encuentra el mercado relevante, debido a que éste puede ser investigado a profundidad y determinar si existe alguna práctica desleal, pero también tiene su contrapartida a la hora de identificar si es relevante o no; por ejemplo, siguiendo los pasos para aquello, se puede determinar que un mercado no es relevante cuando sí lo es.

La LORCPM, en su artículo 7, define el concepto de *poder de mercado*, como “la capacidad de los operadores económicos para influir significativamente en el mercado” (Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador, 2011, pág. #); dicha capacidad se puede alcanzar de manera individual o colectiva. Este artículo interpreta que las empresas con poder de mercado ostentan posición de dominio frente a los otros operarios económicos. Luego, en el artículo 8, la LORCPM da las explicaciones de cómo se determinará si una empresa tiene el poder de mercado, destacando el literal h donde se establece como criterio, que una empresa se considera con “gran poder de mercado” si ofrece un bien o servicio que sí es sustituible, pero que al

consumidor se le dificulta tal sustitución por cuestión de oferta, dentro del territorio, de otras empresas nacionales o extranjeras, o por la difícil accesibilidad debido al factor tiempo. Por último, el artículo 9 de la LORCPM (2011) señala que el abuso de poder está prohibido por la ley, además, pone al saber todas las conductas que se considerarán como abuso de poder de mercado:

1. Las conductas de uno o varios operadores económicos que les permitan afectar, efectiva o potencialmente, la participación de otros competidores y la capacidad de entrada o expansión de estos últimos en un mercado relevante, a través de cualquier medio ajeno a su propia competitividad o eficiencia.
2. Las conductas de uno o varios operadores económicos con poder de mercado, que les permitan aumentar sus márgenes de ganancia mediante la extracción injustificada del excedente del consumidor.
3. Las conductas de uno o varios operadores económicos con poder de mercado, en condiciones en que, debido a la concentración de los medios de producción o comercialización, dichas conductas afecten o puedan afectar, limitar o impedir la participación de sus competidores o perjudicar a los productores directos, los consumidores y/o usuarios.
4. La fijación de precios predatorios o explotativos.
5. La alteración injustificada de los niveles de producción, del mercado o del desarrollo técnico o tecnológico que afecten negativamente a los operadores económicos o a los consumidores.
6. La discriminación injustificada de precios, condiciones o modalidades de fijación de precios.
7. La aplicación, en las relaciones comerciales o de servicio, de condiciones desiguales para prestaciones equivalentes que coloquen de manera injustificada a unos competidores en situación de desventaja frente a otros.
8. La venta condicionada y la venta atada, injustificadas.
9. La negativa injustificada a satisfacer las demandas de compra o adquisición, o a aceptar ofertas de venta o prestación de bienes o servicios.
10. La incitación, persuasión o coacción a terceros a no aceptar, limitar o impedir la compra, venta, movilización o entrega de bienes o la prestación de servicios a otros.
11. La fijación, imposición, limitación o establecimiento injustificado de condiciones para la compra, venta y distribución exclusiva de bienes o servicios.

12. El establecimiento de subsidios cruzados, injustificados, particularmente agravado cuando estos subsidios sean de carácter regresivo.
13. La subordinación de actos, acuerdos o contratos a la aceptación de obligaciones, prestaciones suplementarias o condicionadas que, por su naturaleza o arreglo al uso comercial, no guarden relación con el objeto de los mismos.
14. La negativa injustificada del acceso para otro operador económico a redes u otra infraestructura a cambio de una remuneración razonable; siempre y cuando dichas redes o infraestructura constituyan una facilidad esencial.
15. La implementación de prácticas exclusorías o prácticas explotativas.
16. Los descuentos condicionados, tales como aquellos conferidos a través de la venta de tarjetas de afiliación, fidelización u otro tipo de condicionamientos, que impliquen cualquier pago para acceder a los mencionados descuentos.
17. El abuso de un derecho de propiedad intelectual, según las disposiciones contenidas en instrumentos internacionales, convenios y tratados celebrados y ratificados por el Ecuador y en la ley que rige la materia.
18. La implementación injustificada de acciones legales que tenga por resultado la restricción del acceso o de la permanencia en el mercado de competidores actuales o potenciales.
19. Establecer, imponer o sugerir contratos de distribución o venta exclusiva, cláusulas de no competencia o similares, que resulten injustificados.
20. La fijación injustificada de precios de reventa.
21. Sujetar la compra o venta a la condición de no usar, adquirir, vender o abastecer bienes o servicios producidos, procesados, distribuidos o comercializados por un tercero;
22. Aquellas conductas que impidan o dificulten el acceso o permanencia de competidores actuales o potenciales en el mercado por razones diferentes a la eficiencia económica.
23. La imposición de condiciones injustificadas a proveedores o compradores, como el establecimiento de plazos excesivos e injustificados de pago, devolución de productos, especialmente cuando fueren perecibles, o la exigencia de contribuciones o prestaciones suplementarias de cualquier tipo que no estén relacionados con la prestación principal o relacionadas con la efectiva prestación de un servicio al proveedor. (Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, 2011, págs. 6-7)

Finalmente, en el artículo 26 de la LORCPM (2011), referente a las prohibiciones, se indica que quedan prohibidos y serán sancionados en los términos de dicha Ley, los hechos, actos o prácticas desleales, cualquiera sea la forma que adopten y cualquiera sea la actividad económica en que se manifiesten, cuando impidan, restrinjan, falseen o distorsionen la competencia, atenten contra la eficiencia económica, el bienestar general o los derechos de los consumidores o usuarios; es decir, que todas las conductas detalladas en el artículo 9 serán sancionadas.

**2.3.3 Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (2020).** Por otro lado, para el apoyo de la actividad microempresarial en el Ecuador, en el año 2020 entró en vigencia la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (LOEI), presentada en 2019 como proyecto de Ley ante la Asamblea Nacional. Este fue un esfuerzo de 6 años liderado por la Alianza para el Emprendimiento y la Innovación (AEI), donde uno de los insumos principales fue el criterio de varios actores del ecosistema nacional de emprendimiento. A continuación, los principales ejes de la LOEI (2020):

- Implementación de las Sociedades por Acciones Simplificadas (SAS), una nueva figura legal para negocios, que simplifica el proceso de empezar un negocio formal. A través de esta figura, se pueden constituir sociedades unipersonales sin capital mínimo.
- Creación del Registro Nacional de Emprendedores (RNE) que permitirá focalizar políticas dirigidas a promover el crecimiento de los nuevos negocios.
- Creación de fuentes alternativas de financiamientos, que incluyen, capital semilla, capital de riesgo, e inversión ángel.
- Promoción de fondos de colaboración o “crowdfunding” para emprendimientos potenciales.
- Contratos laborales más flexibles.

## **2.4 Marco Contextual**

Para poner en contexto el tema de investigación es importante explicar diversas situaciones de carácter histórico y que han evolucionado hasta actual, ya sea que estén relacionadas con los oligopolios o los emprendimientos; aunque el periodo de estudio sea 2010 - 2019, la situación presentada en el 2020 con la pandemia COVID-19, debe ser tomada en consideración.

**2.4.1 Formación de los oligopolios.** Los oligopolios surgen en aquellas industrias en las que existe una combinación de diversas barreras a la entrada y la diferenciación de productos, o por otro lado, cuando lo demandado en el mercado es mucho mayor que el volumen de producción correspondiente al nivel más bajo de la curva de costo promedio; esto implica que el mercado

sólo tiene espacio para dos o tres empresas oligopólicas que producen sin necesidad de diferenciar el producto (economía de escala), porque las empresas más pequeñas tienen costos promedios más altos y son incapaces de competir (OER Services, 2019).

**2.4.2 Características de la economía ecuatoriana.** A lo largo de su historia, la economía ecuatoriana ha presentado diversas características particulares; por ejemplo, en el tema agrario la propiedad de la tierra tiene sus raíces desde el imperio Inca, pero fue luego de la conquista española cuando el dominio territorial pasó a ser un privilegio real. Los latifundios en el siglo XVII tienen mucho que ver con el dominio de la mano de obra que se obtuvo en la Encomienda, institución que facilitó la acumulación de riqueza de los conquistadores; también estaba La Hacienda donde se establecieron los huasipungos, otra forma de explotación que no fue controlada sino hasta 1964 con la creación de la Reforma Agraria (Ortiz C., 2015). De cualquier manera, lo antes mencionado explica cómo la actividad agrícola, desde los inicios de la historia ecuatoriana, se ha concentrado en pequeños grupos de poder.

Durante la bonanza cacaotera (1870-1925) la concentración del poder estaba en posesión de los “Gran Cacao”, término usado para referirse a las familias cacaoteras más poderosas, entre ellas estaban los Azpiazu, Seminario, Puga, Burgos Cerro, Morla, Parodi, Mindayá, Rosales; estas familias controlaron la tierra destinada a la producción cacaotera y, por lo tanto, controlaban el oligopolio del cacao, pero su poder iba más allá, pues influyeron en el poder político y en la manera de gobernar, durante cuatro décadas (Chávez, 2013).

Según Acosta (2001), para el año 1964, las empresas norteamericanas *United Fruit*, *Standard Fruit* y la *Exportadora Bananera Noboa* controlaban el 50% de las exportaciones de banano ecuatoriano, de manera que el 90% no lo controlaban más de 8 empresas, formando de esa manera una estructura oligopólica; pues, si bien algunos productores independientes producían, eran las empresas ya mencionadas quienes se encargaban de la distribución y negociación, además que regulaban los precios. A inicios de la década de los noventa, los *Señores del banano* fueron quienes (como se muestra en la Tabla 1), controlaban el 87% de las exportaciones.

**Tabla 1**  
*Empresas denominadas “Señores del banano”*

| <i>Empresas</i> | <i>%</i> |
|-----------------|----------|
| Noboa           | 44,10    |
| Standard Fruit  | 17,20    |
| Chiquita        | 13,70    |
| Del Monte       | 7,80     |
| Banacol         | 4,20     |

Fuente: Acosta (2001). Elaborado por los autores.

Entre 1972 y 1981 se produjo la bonanza petrolera, la cual se evidenciaba en una tasa promedio anual de crecimiento del PIB del 8%, pero, al igual que en casos anteriores, la gran cantidad de beneficios eran percibidos por unos pocos, dando paso a la organización de sindicatos y de algunos otros sectores relevantes, para realizar reclamos. Si bien en esta época el Estado comenzó a tener más influencia, no hay que olvidar que las rentas del país, en su mayoría, provienen de la estructura monopólica y oligopólica característica de muchos sectores de la economía.

En Ecuador no ha existido un empresario que se caracterice “por su capacidad de innovación (en términos de Schumpeter) y su austeridad (en términos de Weber); el país cuenta con una oligarquía ociosa que se enfoca en aprovechar los recursos naturales y humanos por medio de la explotación” (Acosta, 2001, pág. 135); a esto, sumado el aumento de la deuda externa como aspecto esencial para la aplicación de diversas políticas neoliberales que desviaban el ahorro e inversión hacia acreedores externos, más el libertinaje de algunos grupos financieros, llevaron a la pérdida de la moneda en el país (Oleas, 2013).

**2.4.3 Situación de los emprendimientos ecuatorianos.** Los emprendimientos que se realizan en Ecuador son motivo de estudio, pues ya desde la época colonial se presentaron los pequeños negocios como motores de la economía: por ejemplo, entre 1620 y 1660, los astilleros fueron el principal rubro generador de ingresos; luego, en 1660 esta actividad fue reemplazada por los obrajes. A finales del siglo XVII, los emprendedores ecuatorianos se ubicaban en el área agrícola (latifundistas), por el segundo auge del cacao y el posicionamiento del café ecuatoriano en los mercados internacionales.

En periodos posteriores (1972-1981), fue el boom petrolero y las políticas en busca de dinamización del sector empresarial lo que fomentó la creación de empresas para la exportación de camarón, flores, conservas, etc.; sin embargo, los acontecimientos que marcaron la historia del país, como la crisis del sistema financiero nacional de 1998-2000, son los que han hecho notar la gran importancia de los emprendimientos para la activación económica del Ecuador, pues fue gracias a la mantención y generación de empresas por parte de la población lo que permitió la reactivación de la economía nacional (Burgos, 2016).

En los reportes 2013 y 2014 de la GEM, ya se destacaba al Ecuador como el país con la TEA más alta de su región, pero a la par se describe que el 60,8% son emprendimientos que se generan por necesidad y que la mayor cantidad pertenecen al sector de las *Mipymes* con el 99.8%, mientras que a las grandes empresas les corresponde el porcentaje restante. Para la época fue (y aún es) importante destacar que son estas *Mipymes* las que generaron el 74% de las plazas de trabajo.

En la actualidad, la situación sigue siendo similar, pues si bien la actividad emprendedora temprana (TEA) en Ecuador es de las más altas de la región (36.2%), es destacable que la vida del emprendimiento es muy baja: su tasa de salida de 9.3% es la mayor de la región (GEM, 2020). En la tabla 2 se presentan las razones para la salida de los negocios:

**Tabla 2**  
*Razones para cerrar un negocio en Ecuador*

| <i>Razones</i>               | <i>%</i> |
|------------------------------|----------|
| Problemas personales         | 32,7     |
| Falta de rentabilidad        | 25,2     |
| Falta de financiamiento      | 16,6     |
| Gobierno/impuesto/burocracia | 6,1      |
| Incidente                    | 3,6      |
| Oportunidad de vender        | 3,6      |
| Otra oportunidad de negocio  | 7,9      |
| Cierre planificado           | 3,1      |
| Retiro                       | 1,2      |

Fuente: Global Entrepreneurship Monitor Ecuador (2020).

Elaborado por los autores

Dentro de todo lo ya expuesto, es importante también analizar las percepciones individuales que tienen los emprendedores, pues hay diferencia entre hombre y mujeres: si bien son las mujeres las que hasta 2017 dominaban los nuevos emprendimientos con 60,40% frente al 39,90% de hombres, en 2019 ese porcentaje cambió a 47,7% (M) y 52,3 (H); esto probablemente se deba a que son más hombres (52,93%) que mujeres (49,99%) quienes perciben oportunidades de emprender. A la par, el 76,56% de hombres consideran que cuentan con capacidades de iniciar un negocio, frente al 69,68% de mujeres; por último, el 38,54% de las mujeres muestran miedo al fracaso, frente al 30,9% en hombres. Como resultado, hay una mayor proporción de hombres (62%) con negocios establecidos que mujeres (38%).

En adición, se encuentra también el hecho de que el 2019 fue un año de estancamiento económico, con una variación del PIB cercana al 0%; una serie de medidas de austeridad que generaron incertidumbre política, tal como se reflejó en octubre de 2019, sumado a problemas en el mercado laboral con la llegada del 2020 y con éste la pandemia del COVID-19, la situación empeoró: hasta inicios del 2021 se han producido varios cambios, no solo en sectores como la salud y educación, sino que las actividades económicas también se han visto afectadas, pues de acuerdo a una encuesta a 19 países de Latinoamérica, realizada por Kantis y Angelelli (2020), un 53% de negocios detuvieron sus actividades, el 84% de los empresarios vieron disminuir sus fondos y el 75% disminuyó su actividad productiva; probablemente el área más afectada (88%) fue el turismo y entretenimiento.

Para el caso de Ecuador, en junio del 2020 la GEM realizó una encuesta a 150 negocios, de los cuales 113 fueron negocios pequeños o medianos de diversos sectores, pero con mayor representación por parte del sector de información y comunicaciones (22%); como resultado, se obtuvo que el 24,67% de los encuestados cesaron sus negocios con la pandemia como su principal razón, el 69% aseguró ser afectado de manera negativa por la pandemia y de ellos el 23% asegura que la crisis le afectó fuertemente por lo que ya existía antes el riesgo de cierre (GEM, 2020).

**2.4.3.1 Tramitología y tiempo de constitución de las microempresas.** Ecuador es considerado uno de los países de la región que cuenta con mayor cantidad de tramitología estatal, pues de acuerdo a lo publicado por el BID (2018), los ecuatorianos se enfrentan a 4679 diligencias burocráticas sólo en el gobierno central, sin considerar las empresas públicas y los GADs; pero el problema no sólo se enfoca en la cantidad, sino más bien en la lentitud y la constante exposición a corrupción que termina excluyendo a los de menos recursos. Aunque se demuestra que en algunas instituciones como la del Ministerio de Trabajo se han mejorado los procesos debido a la implementación de plataformas digitales, aún se encuentra en un promedio de 4,2 horas realizar un trámite catalogado como sencillo dentro de la administración pública.

Crear un negocio o empresa en Ecuador se puede tomar de tres a cinco meses, todo esto por la tramitología, es precisamente esta situación lo que crea una barrera para el emprendimiento, pues aumenta los costos.

**2.4.3.2 Tecnología y emprendimientos en Ecuador.** Es indiscutible que los avances tecnológicos logran mejorar las economías y comercios, pues da la oportunidad de abaratar costes y obtener mayor alcance hacia los clientes; sin embargo, la tecnología en América Latina y especialmente en Ecuador, con relación al resto del mundo, cuenta con una gran brecha, sobre todo porque esto depende de dos dimensiones: el conocimiento (saber qué y cómo funcionan) y las técnicas (la aplicación de los conocimientos) (OIT, 2008). A pesar de lo anterior, esta diferenciación se ve cada vez más reducida, como en el caso del analfabetismo digital, que para el 2019 se encontraba en 11,4%, mientras que el 45,5% de los hogares cuentan con acceso a internet (INEC, 2019).

Son las opciones de redes sociales, correo electrónico y otras plataformas digitales lo que ha permitido el incremento de emprendimientos que ofrecen diversos productos y servicios.

**2.4.4 Índice de competitividad.** Para el 2019, Ecuador bajó al puesto 90 del nivel de competitividad en comparación al puesto 86 del 2018, por lo tanto, se lo cataloga como bastante deficiente, comparado con los 141 países que se unen al ranking. Desde 2007 hasta 2019 el

índice del nivel de competitividad correspondiente a Ecuador ha variado tal como se muestra en la figura 3:

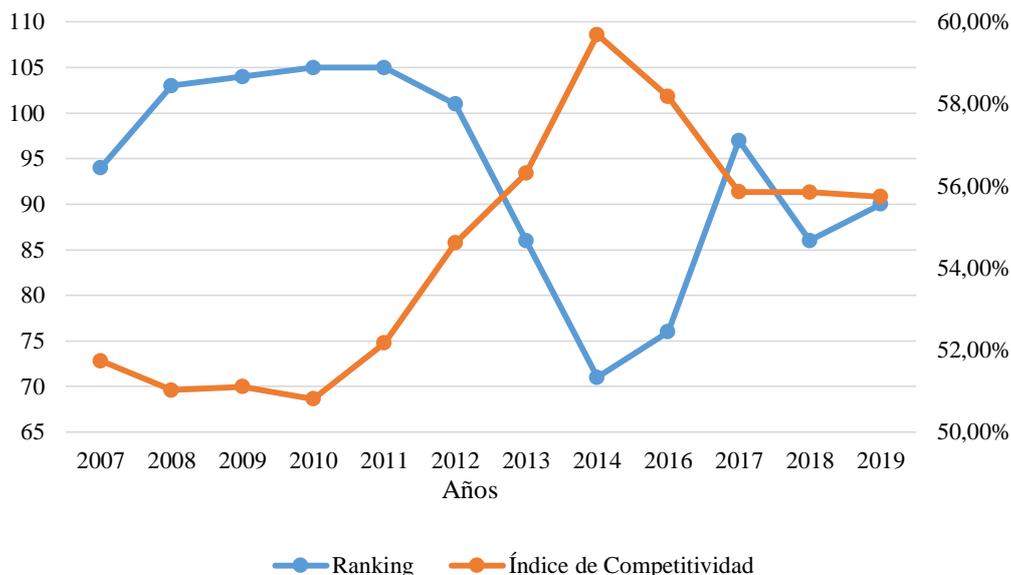


Figura 3 Ranking e Índice de Competitividad de Ecuador 2007-2019. Adaptado de Datos macro (2019)

La figura 3 muestra la evolución del Ranking y el Índice de Competitividad en Ecuador, es destacable que a partir del año 2011 su posición empieza a mejorar, esto se debe a que, este índice involucra diferentes componentes como: Instituciones, Infraestructura, Salud y Educación primaria, Mercado laboral, entre otras; que son componentes que empezaron a mejorar en esa época, sobre todo en la parte de infraestructura de transporte y el aspecto laboral por parte de la masa salarial, lo que permitió que el índice vaya mejorando con el paso de los años hasta 2014 (Índice de 59.69 y posición 71 en el ranking). A partir de 2015, aspectos como el estancamiento de exportaciones, altos aranceles, además de la caída de inversiones del sector público encaminan la economía nacional hacia la recesión, a esto sumado a que los empresarios no renuevan maquinarias y equipos, no capacitan periódicamente a empleados, no realizan actividades de investigación, innovación, han contribuido a que, con el paso de los años Ecuador se vaya ubicando entre los países menos competitivos.

**2.4.5 Sectores oligopólicos de la economía ecuatoriana y sectores focos de emprendimiento.** En Ecuador, el INEC realizó el Censo Nacional Económico (2010), para lo cual se definieron los sectores y actividades a ser analizados:

**Tabla 3**  
*Sectores Analizados en Censo Nacional Económico 2010*

| Sector      | CIIU | Actividad  |
|-------------|------|--|
| Manufactura | C    | Industrias manufactureras  |
| Comercio    | G    | Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas |
| Servicios   | H    | Transporte y almacenamiento  |
| Servicios   | I    | Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.                                     |
| Servicios   | J    | Información y comunicación   |
| Servicios   | L    | Actividades inmobiliarias  |
| Servicios   | M    | Actividades profesionales, científicas y técnicas.                                       |
| Servicios   | N    | Actividades de servicios administrativos y de apoyo                                      |
| Servicios   | P    | Enseñanza  |
| Servicios   | Q    | Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social                        |

Fuente: INEC (2010). Elaborado por los autores

Como resultado del Censo Nacional Económico (2010), se determinó que todos y cada uno de los sectores económicos del Ecuador están concentrados; sin embargo, existe una jerarquía, pues hay sectores (como el comercio), en los cuales el nivel de concentración es más alto que en otros, debido a la relevancia que tienen determinados sectores en los encadenamientos productivos. Pese a lo anterior, e incluso, con la creación de la Superintendencia de Control de Poder de Mercado (SCPM) para regular los monopolios y oligopolios, al 2021 continúan presentándose problemas de prácticas desleales (violación de norma y engaño, confusión y aprovechamiento del desconocimiento del consumidor, etc.), así como casos de abuso del poder de mercado (54 casos en 2019, de acuerdo al Informe de Rendición de Cuentas de la SCPM); como resultado, 16 sectores de la economía ecuatoriana son, actualmente, objeto de investigación:

**Tabla 4**  
*Número y porcentaje de casos de abuso del poder de mercado por sectores económicos analizados*

| Sectores económico               | Número de casos | Porcentaje del número de casos por sector económico |
|----------------------------------|-----------------|---|
| Prestación de servicios          | 10              | 18,5%   |
| Venta al por mayor de productos  | 9               | 16,7%   |
| Medicamentos y farmacéuticos     | 7               | 13,0%   |
| Alimentos y bebidas              | 5               | 9,3%  |
| Ventas al por menor de productos | 5               | 9,3%  |

|  |    |        |
|--|----|--------|
| Automotriz                                       | 3  | 5,6%   |
| Financiero y seguros                             | 3  | 5,6%   |
| Agrícola   | 3  | 5,6%   |
| Lácteos  | 2  | 3,7%   |
| Fabricación de equipos electrónicos              | 1  | 1,9%   |
| Fabricación de armas y municiones                | 1  | 1,9%   |
| Petróleo crudo y gas natural                     | 1  | 1,9%   |
| Telecomunicaciones                               | 1  | 1,9%   |
| Captación, depuración y distribución de agua     | 1  | 1,9%   |
| Fabricación y distribución de productos químicos | 1  | 1,9%   |
| Construcción                                     | 1  | 1,9%   |
| Total  | 54 | 100,0% |

Fuente: Adaptado del Informe de Gestión de la Superintendencia de Control de Poder de Mercado (2019). Elaborado por los autores.

Por otra parte, de acuerdo a lo que presenta el GEM (2020), existe un grupo determinado de sectores preferidos por los emprendedores al momento de iniciar su actividad económica, en función de que sean emprendedores nacientes o emprendedores nuevos. La tabla 6 presenta los sectores preferidos por los emprendedores para realizar su actividad económica:

**Tabla 5**

*Actividades de los emprendedores en Ecuador*

| <b>Actividad Económica</b>                     | <b>Emprendedores nacientes</b>   | <b>Emprendedores nuevos</b>  |
|--|--|--|
| Agricultura, silvicultura y pesa               | Invernadero de rosas;<br>Cultivo de papas;                                     | Siembra de cacao; Crianza y venta de ganado                                    |
| Minería  | Explotación de minas   |  |
| Construcción                                   | Construcción de viviendas;<br>Servicios eléctricos                             | Control de calidad de construcción; Instalación de servicios de cable          |
| Transporte y almacenamiento                    | Transporte de carga pesada;<br>Fletes  | Cooperativa de taxi; Entrega de alimentos a domicilio                          |
| Comercio al por mayor                          | Venta de repuestos automotrices; Almacén y artículos de bicicletas             | Compra y venta de carros venta de repuestos automotrices                       |
| Comercio al por menor                          | Almacén de ropa; Venta de productos mariscos                                   | Ferretería; Tienda de abarrotes  |
| Hoteles y restaurantes                         | Cevichería; Cafetería  | Restaurante de comida rápida; Restaurante de comida típica;                    |
| Información y comunicación                     | Venta de software;<br>Cibercafé  | Producción musical; Proveedor de internet                                      |
| Servicios financieros, bienes raíces           | Inversiones, intercambio de divisas; Inmobiliaria venta de bienes y raíces;    | Servicios de seguros de vida, salud y venta de inmuebles                       |
| Servicios profesionales                        | Animación 3d (publicidad y efectos especiales); Servicios de asesoría contable | Asesoría jurídica; Diseño Web por internet                                     |
| Gobierno, salud, educación, servicios sociales | Cuidado de niños;<br>Consultorio médico  | Clases de matemáticas y física a domicilio; Centro de cuidado del adulto mayor |

|                      |   |                                |
|----------------------|---|--------------------------------|
| Servicios de consumo | Ampliación de sonido en eventos sociales; Discoteca | Sala de eventos; Banda de rock |
|----------------------|---|--------------------------------|

---

Fuente: GEM (2020). Adaptado de Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019/2020

## 2.5 Referentes empíricos

Shimomura y Thisse realizaron una publicación titulada *Competition Among the Big and the Small* (2012), con el objetivo de presentar mediante análisis cuantitativo, un marco de equilibrio general que cubra las dos estructuras de mercado (empresas grandes y empresas pequeñas). Explican que la competitiva monopolística suele ser preocupación política en diversos países, sin embargo, el análisis sugiere que los consumidores pueden beneficiarse de la presencia de grandes empresas porque hacen que el mercado sea más competitivo.

Muestran que los consumidores no están mejor con muchos pequeños productores, que, con unos pocos grandes, esto se debe a que el argumento de diversidad presentado por los grupos de interés ignora el efecto pro competitivo que produce la entrada de grandes empresas y si bien se crea una franja competitiva monopolística, esta se reduce con la entrada de una empresa multiproducto (diversificación). Al exacerbar la competencia entre las grandes empresas, la integración económica desencadena la desaparición progresiva de las pequeñas empresas; esto tendría la siguiente implicación: si las grandes empresas tienen costos marginales más bajos que las pequeñas, la liberalización del comercio produciría ganancias de productividad a niveles de intercambio entre países.

Benavides (2014) realizó un trabajo de titulación con el tema *Microemprendimiento y determinantes de su éxito: ¿Es una apuesta segura?*, a través de un análisis predominantemente cuantitativo y complementado con aspectos cualitativos, se propuso determinar los factores del éxito y del fracaso del microemprendimiento; esto, debido a que los mismos son el corazón, en términos de cantidad, del mundo empresarial, y su dinamismo es bastante marcado. Después de haber realizado los estudios tanto paramétricos como no paramétricos pertinentes, a través de las diferentes especificaciones implementadas (estrategia *Bootstrap*), determina a la formalización y la educación como factores que hacen crecer a los microemprendimientos; sin embargo también concluye que los microemprendimientos se encuentran en desventaja frente a otras empresas, donde las fallas de mercado son las principales culpables, de cierto modo, pues limitan sus herramientas de expansión y mejor desempeño.

Obando (2015) elaboró un trabajo de investigación titulado *Supermercados en Ecuador: oligopolios e implicaciones de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado*, en el cuál el objetivo fue analizar el comportamiento del sector de los supermercados, tomando en consideración las estrategias que las empresas del sector toman y aplicando un

análisis sobre los indicadores de concentración (Gini, C2, IHH, M), determinando que los supermercados ecuatorianos presentan concentración del mercado, misma que además presenta poder de mercado por parte de las cadenas, este análisis fundamentado en una baja elasticidad precio de la demanda.

Reyes y Sandoval (2017) compartieron un artículo titulado *Imperfecciones de mercado: El caso de oligopolios empresariales y asignación de recursos en países en desarrollo*, cuyo objetivo fundamental fue abordar el problema de oligopolios, como caso particular de fallas de mercado, en países en desarrollo por medio de la profundización de consideraciones teóricas y aplicación del Teorema de Fisher para tomar ventaja de la dinámica del mercado y de esa manera evitar altos costos y aumentar la competitividad. Entre las conclusiones generadas por estos autores, consta que el 95% de las empresas son micro, pequeñas, medianas y de ellas sólo un 5% logran sobrevivir más allá del séptimo año de funcionamiento; esto se debe a factores fundamentalmente estructurales de las empresas: a medida que son más grandes, poseen más solvencia, lo que les hace más fácil poder acudir al sistema bancario y financiero formal.

Las grandes empresas también pueden ejercer poder hegemónico en los mercados y con ello ser “*price makers*”, mientras que las más pequeñas son por naturaleza “*price takers*”, debido a que los volúmenes de producción que manejan son reducidos. Incluso, si los pequeños llegan a tener producción muy eficiente, no llegan a impactar los precios en los nichos de mercado, por lo tanto, plantean que la situación en países en desarrollo se maneja bajo el paradigma de *hipercompetencia*. Además, cuando se operativiza el *teorema de Fisher*, en estos países, las fallas de mercado se incrementan y causan distorsiones en la asignación de recursos, lo que contribuye a la corrupción y termina afectando la competitividad entre países.

Brito (2018), realizó un trabajo de investigación con el tema *Impacto económico y social por la aplicación del manual de las buenas prácticas comerciales en pequeñas empresas del sector alimenticio en el norte de Quito*; a través del carácter exploratorio y descriptivo, realiza un recorrido a datos históricos y normas cuya información demuestra que el país se ha mantenido en una línea de concentración económica, generando desventaja competitiva para los pequeños productores. Refleja también que la aplicación del *Manual de Buenas Prácticas Comerciales*, si bien ha promovido una conciencia de inclusión dentro de las grandes cadenas de supermercados, para el sector de las MIPYMES no se muestran resultados positivos, pues aún existen prácticas monopólicas y oligopólicas.

Otro punto a tener en cuenta es que, a pesar de existir la ley, el manual y los derechos, existe desconocimiento e indiferencia por parte de los beneficiarios de la misma, y quizá esta sea una

de las razones por las que no se observa impacto relevante; ejemplo de esto es que sólo el 20% de las MYPIMES del sector alimentario proveen a las grandes cadenas de supermercados.

Rodríguez, Cano, & Ruiz (2019) en su artículo titulado *La competitividad en las microempresas en Manta 2019* detallan que las microempresas representan el 90,78% del total de empresas y constituyen un conjunto de organizaciones de vital importancia para el país, que se destacan por el aporte en lo económico y en el empleo. Para poder determinar el grado de competitividad que tienen éstas dentro del cantón Manta, realizaron un estudio descriptivo de base cuantitativo. Dentro de este estudio, donde colaboraron los propios representantes de las microempresas, se determinó que debido a la falta de organización contable y administrativa estas tienen poco acceso al crédito lo que provoca que los crecimientos de los negocios sean ralentizados. La falta de estrategia de comercialización es otra desventaja que impide llegar a satisfacer las necesidades de sus clientes convirtiendo así a las microempresas del cantón Manta menos competitivas frente a las “empresas grandes”, es decir por la falta de planificación, organización y dificultades financieras, las microempresas tienen un ciclo de vida corto.

## **Capítulo III**

### **Marco metodológico**

En este capítulo se presentan los aspectos metodológicos base de la investigación; se describe el enfoque y tipo de investigación, la operacionalización de variables, las técnicas e instrumentos utilizados para la recopilación, procesamiento y análisis de los datos.

#### **3.1 Enfoque de la Investigación**

En este apartado se señala el enfoque utilizado para abordar el problema de estudio, dar respuesta a las interrogantes planteadas al inicio de la investigación, alcanzar los objetivos general y específicos, así como contrastar la hipótesis formulada y determinar si se rechaza o no (Bernardo, Carvajal, & Contreras, 2019).

**3.1.1 Enfoque cuantitativo.** Bernal (2010) indica que el enfoque cuantitativo se fundamenta en “la medición de las características de los fenómenos sociales”, además que tiende a generalizar y normalizar los resultados debido a que se parte de teorías ya construidas; en este sentido, el presente trabajo se enmarca dentro de este enfoque debido a que, a través del mismo, se pueden estudiar las propiedades de las variables y la relación entre ellas con el fin de fortalecer el conocimiento aportado por las teorías ya existentes, además de que, al momento de recopilar y analizar datos, estos fueron estadísticos.

Para obtener los valores correspondientes a los índices de concentración, se emplearon datos cuantitativos que fueron recolectados de las bases de datos sobre las empresas de los sectores analizados y que se encuentran disponibles en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros; también se recopilaron datos disponibles en los Estados de Resultados, correspondientes a las empresas ingresadas en *Bolsa de Valores de Quito* y *Bolsa de Valores de Guayaquil*.

Por otro lado, también se empleó la información estadística que es proporcionada por los informes del GEM y Banco Central del Ecuador, en los años que corresponden al periodo estudiado, para generar los análisis correspondientes a la variable *Emprendimientos*.

#### **3.2 Tipo de Investigación**

La investigación necesita de teorías económicas referentes a los oligopolios y los emprendimientos, por esta razón, se vincula con el tipo de investigación Teórico – Documental, pues de esa manera se puede sistematizar y analizar la información relevante, que explique cómo los oligopolios influyen en el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos.

Por otro lado, también aplica el carácter o alcance Explicativo, porque se determinan las causas del fenómeno oligopolio y cómo este fenómeno termina alterando el comportamiento de otras variables que, en el caso de esta investigación, son el crecimiento y el desarrollo de los emprendimientos; además, permite la recopilación de datos estadísticos para llegar a conclusiones convincentes que pueden servir de insumo para futuras investigaciones o ampliación del tema tratado en este trabajo.

El método inductivo-deductivo formó parte del tipo de investigación aplicado, pues al inicio se consideraron observaciones generales para llegar a conclusiones particulares en el análisis del comportamiento de la estructura de los mercados, para luego continuar con un análisis que va de situaciones particulares hasta llegar a conclusiones generales que permitan contrastar la información obtenida, con el conocimiento aceptado y que la hipótesis sea o no rechazada.

Bernal (2010) incluye el tipo de investigación longitudinal, la cual compara datos de una misma población en diferentes oportunidades; este tipo de investigación también fue empleado para poder evaluar los cambios de las variables y sectores analizados durante el periodo de estudio.

### **3.3 Población y Muestra**

En cuanto a la población, ésta se trata del total de las empresas y emprendimientos del Ecuador, para la muestra debido a que se llevan registros de los datos necesarios para el análisis de la investigación en las diferentes instituciones, no fue pertinente el cálculo de la misma.

### **3.4 Técnicas e instrumentos**

En este apartado se detallan las técnicas e instrumentos utilizados en la recolección de información necesaria para el desarrollo del tema.

Se aplicó un análisis documental que permitió identificar los aspectos más importantes y significativos de las diferentes fuentes utilizadas para el desarrollo del tema de investigación, tomando así los conceptos, teorías, leyes y demás datos que fundamentan a los oligopolios y emprendimientos.

Por otra parte, otros instrumentos útiles empleados, fueron los índices de concentración: Índice de Herfindahl e Hirschman (IHH), Ratio de Concentración (Cr) e Índice de Lerner (M); estos índices fueron calculados a través del empleo de la hoja de cálculo Microsoft Excel y las bases de datos creadas en dicha herramienta.

### **3.5 Recolección y procesamiento de información**

La recolección de datos e información cuantitativa existente, se realizó mediante la revisión y consulta de las siguientes fuentes:

- **Fuentes primarias**; se acudió a Global Entrepreneurship Monitor (GEM), la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SUPERCIAS), Bolsa de Valores de Quito y Bolsa de Valores de Guayaquil, con el fin de obtener los datos necesarios para definir el grado de concentración de los mercados y datos sobre emprendimientos en Ecuador.
- **Fuentes secundarias**; es decir, información obtenida a través de artículos académicos, libros, revistas científicas, etc., que fueron parte esencial en el desarrollo del marco referencial de la investigación.

En cuanto al procesamiento de la información, cabe destacar que los sectores seleccionados corresponden a:

- Venta al por menor de productos en tiendas (Supermercados);
- Venta al por menor de prendas de vestir y peletería en establecimientos especializados (Almacenes de ropa);
- Ventas al por mayor de productos lácteos, incluido helados, bolos, etcétera (Lácteos);
- Fabricación de cementos hidráulicos, incluido cemento de Pórtland, cemento aluminoso, cemento de escorias y cemento Hipersulfatado (Cementos);
- Venta al por mayor de productos farmacéuticos, incluso veterinarios (Farmacéutico);
- Venta al por menor de artículos de oficina y papelería como lápices, bolígrafos, papel, etcétera, en establecimiento especializados (Suministros de oficina);
- Ventas de todo tipo de partes, componentes, suministros, herramientas y accesorios para vehículos automotores como neumáticos y cámara de aire para neumáticos, incluye bujías, batería, equipo de iluminación, partes y piezas eléctricas (Ventas al por mayor y por menor de llantas y repuestos automotrices); y,
- Ventas al por mayor de bicicletas, partes y accesorios, incluyen los artículos deportivos (Ventas al por mayor de bicicletas y repuestos).

Los sectores en cuestión fueron seleccionados debido a que se encuentran en la lista de investigación por posible abuso de poder de mercado, además de que coinciden con los sectores donde los pequeños empresarios del Ecuador suelen realizar sus actividades de emprendimiento.

Para el cálculo del IHH, se consideró tomar el porcentaje de participación de las cuatro empresas que más venden, clasificadas por sectores, así como el total de sus activos para los casos con información incompleta.

La interpretación de los resultados del IHH, se realizó con base en lo que indica la teoría:

- Si  $0 \leq IHH \leq 1000$ , existe un nivel bajo de concentración.
- Si  $1000 \leq IHH \leq 1800$ , existe un nivel moderado de concentración.
- Si  $1800 \leq IHH$ , existe un nivel alto de concentración.

Para el análisis del Ratio de Concentración, se tomaron en cuenta las cuatro primeras empresas de cada sector analizado (Cr4); la interpretación del mismo se realiza conforme indica la teoría, es decir, si es mayor a 60%, se trata de un mercado altamente concentrado, mientras que, si es menor a 40%, entonces se trata de un mercado competitivo.

Respecto al Índice de Lerner, se establece que, mientras más se aleje  $M$  del valor cero, se trata de un mercado más imperfecto. Para calcular éste índice, se tomó en consideración los ingresos por ventas totales de cada una de las 4 empresas y los costos de ventas de las mismas.

Por último, para analizar el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos, se tomó información proveniente de los distintos informes del GEM, dentro de los periodos de análisis. Se incluyó la *TEA*, misma que engloba a todas las personas adultas que han iniciado un emprendimiento (es decir, no pasa de 42 meses) o está en proceso de iniciar un negocio. La distribución de los emprendimientos *por actividades* durante el periodo 2010 - 2017 se realizó de la siguiente manera:

- Orientados al consumidor, que incluye actividades como: venta al por menor, restauración, hotelería, servicios al consumidor, enseñanza, salud y servicios sociales.
- Transformación, dónde se encuentran las actividades de manufactura, transporte, construcción, venta al por mayor y comunicaciones.
- Servicios a empresas, incluyendo la intermediación financiera, consultoría, actividades inmobiliarias y servicios profesionales.
- Extractivo, que se refiere a las actividades agropecuarias, mineras, de caza y pesca.

Se consideró también la distribución de los emprendimientos *por etapas*, que de acuerdo a lo que indican los informes de GEM, se distribuyen de la siguiente manera:

- Intención, (población de 18 a 64 años) que tiene intenciones de iniciar un negocio en los próximos tres años.
- Naciente, (población de 18 a 64 años) activamente involucrada en crear un negocio del cual será dueño o copropietario, pero que aún no han pagado sueldos por más de tres meses.
- Nuevo, (población de 18 a 64 años) en la actualidad es dueño de un nuevo negocio, posee y gestiona un negocio en marcha y ha pagado sueldos por un periodo entre los 3 y los 42 meses.

- Establecido, (población de 18 a 64 años) el emprendedor, posee y gestiona un negocio en marcha que ha pagado salarios por más de 42 meses.

En la información obtenida de los informes del GEM, también se considera la *formalización de los negocios, expectativas de crecimiento, cierre y razones para cerrar un negocio*, además del *número de emprendimientos formalizados* (totales y por sectores), recopilada de la Supercías y las tasas activas de interés referenciales establecidas por el BCE.

### **3.6 Operacionalización de variables**

**Tabla 6**  
*Operacionalización de variables*

| <b>Variable</b>       | <b>Tipo de variable</b> | <b>Definición conceptual</b>   | <b>Dimensiones</b> | <b>Indicadores</b>   | <b>Unidad de análisis</b> | <b>Instrumentos</b>                              |
|-----------------------|-------------------------|--|--------------------|--|---------------------------|--|
| <b>Oligopolio</b>     | Variable independiente  | Mercado formado por un número pequeño de vendedores y un gran número de consumidores, donde los oferentes tienen poder de mercado para fijar precios y cantidades. | Económico          | IHH<br>Cr4<br>Índice de Lerner   | Sectores económicos       | Recopilación de información de fuentes oficiales |
| <b>Emprendimiento</b> | Variable dependiente    | Es cualquier actividad nueva que hace una persona, que puede tener como finalidad lograr ganancias económicas o no.  | Económico          | TEA.<br>Nivel de madurez.<br>Formalización de negocios.<br>Expectativas de crecimiento.<br>Numero de emprendimientos.<br>Tasa de cierre de negocio.<br>Tasa de intereses de emprendimientos. | Ecuador<br>2010-2019      | Recopilación de información de fuentes oficiales |

Elaborado por autores

## Capítulo IV

### Resultados

#### 4.1 Análisis de resultados

Un dato importante al momento de realizar el análisis de los datos recopilados es que, para el cálculo del IHH y del Cr4, dentro de la variable Oligopolios, los sectores considerados presentan valores atípicos en los índices correspondientes al 2010, debido a que la base de datos de la SUPERCIAS se encuentra incompleta para dicho año.

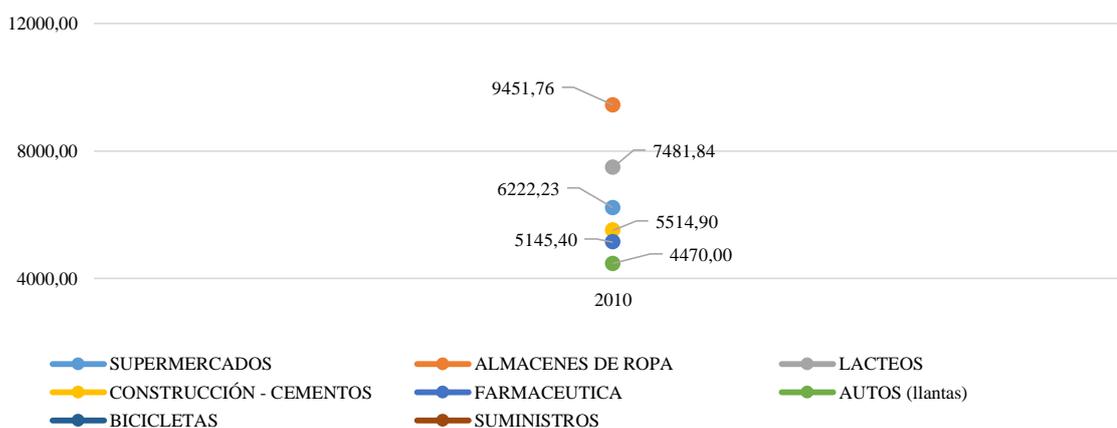


Figura 4 Índice Herfindahl Hirschman 2010 de los sectores analizados. Datos tomados del ranking por sectores (*Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros, 2021*) Elaborado por autores.



Figura 5 Coeficiente de Concentración (Cr4) 2010 sectores analizados. Datos tomados de ranking por sectores (*Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros, 2021*) .Elaborado por autores

Tal y como se puede visualizar en las Figuras 4 y 5, tanto el IHH como el Cr4, muestran valores correspondientes a mercados altamente concentrados; sin embargo, dichos valores no son confiables, pues fueron calculados con datos incompletos (sólo se cuenta con los valores de las 4 principales empresas de cada sector).

#### 4.1.1. Concentración y Poder de mercados por sectores

**4.1.1.1 Supermercados.** En la figura 6 se muestra el IHH del sector Supermercados, desde el 2011 hasta el 2020, periodo en el cual se registra un intervalo de dicho índice entre 1500 y 2100, es decir que el grado de concentración fue incrementándose, de Moderado en el 2011 a Alto en el 2020. La mayor tasa de variación (16%) se da en el 2014, con un IHH de

1929. Para el año 2015, el IHH alcanzó un valor de 1700, lo que implica una disminución del 13% respecto al 2014; en el 2016 vuelve a aumentar en un 8%, registrando un IHH de 1844. La tendencia es creciente hasta el 2020, manteniéndose en Alto nivel de concentración, con un valor de 2081.

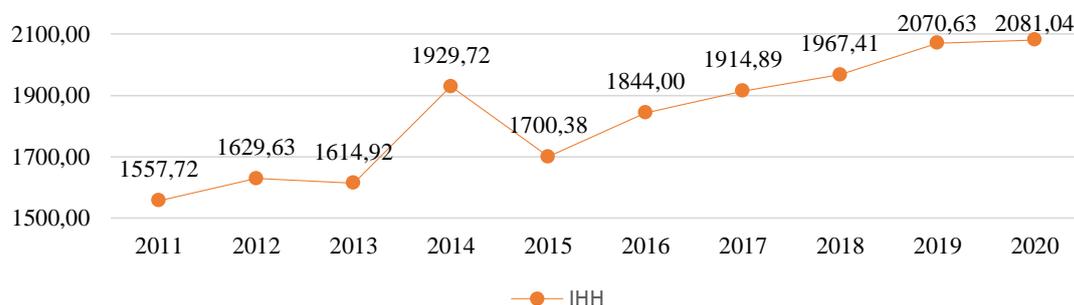


Figura 6 Índice Herfindahl Hirschman 2011-2020 de las 4 principales empresas del sector Supermercados. Datos tomados de ranking por sectores (*Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros, 2021*). Elaborado por autores

A pesar del aumento del número de empresas que ingresaron en el sector *Supermercados* (grupo CIU G4711.01), durante el periodo de estudio (2010=203 empresas; 2020=390 empresas), el grado de participación o cuota de mercado de las principales cadenas de supermercados no se redujo, más bien se incrementó.

La figura 7 muestra los valores obtenidos en el cálculo del Cr4 del sector *Supermercados*; durante el periodo de estudio se presentan valores superiores al 60%, por lo que se trata de un mercado *Altamente concentrado*; la variación más relevante se dio en el 2014, año en el que, a pesar de registrarse más empresas dentro del sector, los ingresos del mismo descendieron, excepto los obtenidos por las cuatro principales empresas.

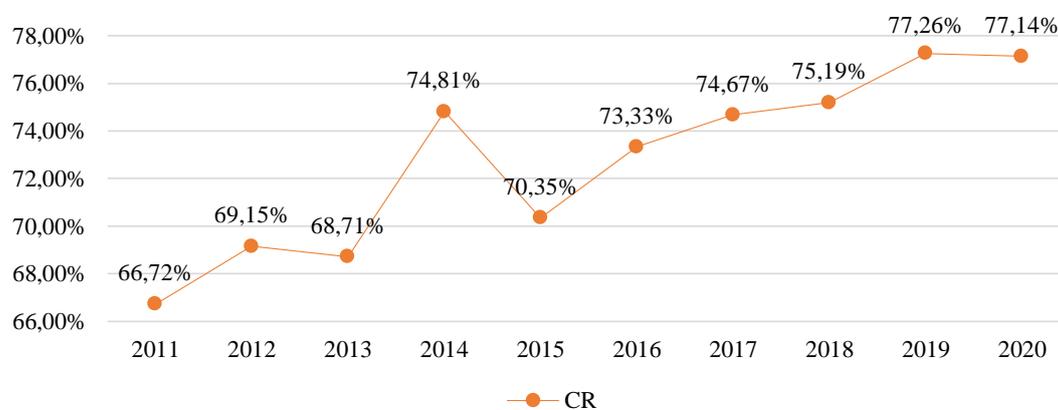


Figura 7 Ratio de Concentración (Cr4) 2011-2020 de las 4 principales empresas del sector Supermercados. Datos tomados de ranking por sectores (*Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros, 2021*). Elaborado por autores.

Es importante mencionar que Corporación Favorita C.A., entre el 2011 y 2020, concentró de manera progresiva más del 32% del ingreso por ventas del sector *Supermercados*, hasta llegar a poco más del 37% en el 2020; seguida de Corporación El Rosado S.A., que al año 2011 concentró el 19,42% del ingreso por ventas y al 2020 alcanzó un porcentaje del 21,76%. Con los datos de estas dos empresas, ya se evidencia el alto grado de concentración del sector *Supermercados*.

De acuerdo a lo mostrado en la Figura 8, el Índice de Lerner del sector *Supermercados* durante el periodo 2010-2020, va desde 0,1 hasta 0,37 lo que indica que las principales empresas del sector no tienen suficiente poder de mercado para fijar precios, situación que tiene sentido pues las tres empresas principales del sector: *La Favorita*, *El rosado* y *TIA*, compiten en precios entre ellas, pues ofrecen productos similares en el mercado, por lo que su poder lo obtienen por el nivel de distribución y puntos de venta que manejan a nivel nacional.

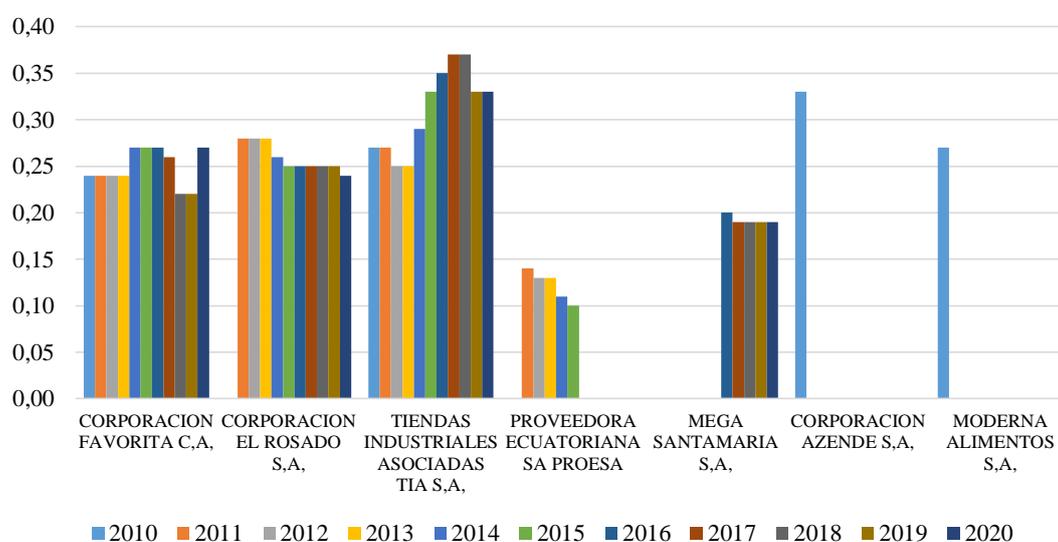


Figura 8 Índice de Lerner 2010-2020 de las 4 principales empresas del sector Supermercados. Datos tomados de ranking por sectores (*Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros, 2021*). Elaborado por autores.

En síntesis, tomando en consideración el IHH, el Cr4 y el Índice de Lerner para obtener un análisis completo del sector *Supermercados*, se obtiene como resultado que, aunque las 4 principales empresas de este sector presentan niveles considerables de concentración de mercado, éstas no llegan a tener la influencia suficiente para la fijación de precios; esto, debido al tipo de actividad del sector.

**4.1.1.2 Almacenes de ropa.** La figura 9 presenta el comportamiento del IHH en el grupo G4771.11 o Almacenes de ropa, que se encuentra en un intervalo de 2000-3100, por lo que claramente es un *mercado concentrado*, de 2011 a 2012 el IHH tuvo una variación de crecimiento de 29,15%, para luego de 2013 a 2015 presentar decrecimientos entre 0,1% y 13%,

esto se debe a que Comercial Etatex, que es la principal en este sector, disminuye su porcentaje de participación, dándole espacio a *otras empresas* de “reducir” la concentración.

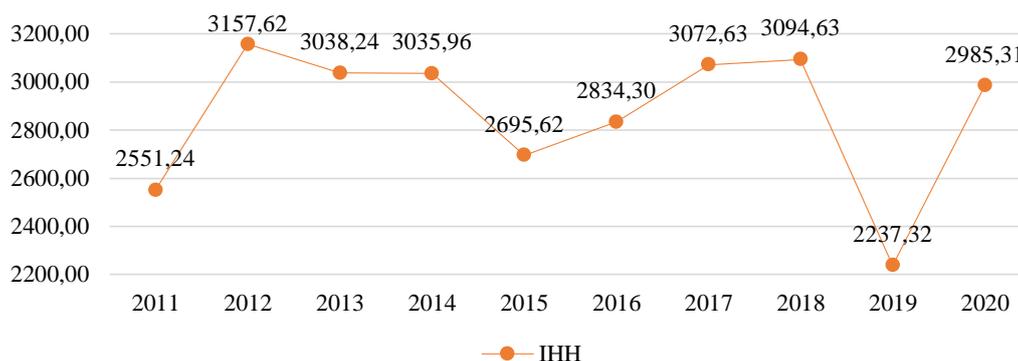


Figura 9 Índice Herfindahl Hirschman 2011-2020 de las 4 principales empresas del sector Almacenes de ropa. Datos tomados de ranking por sectores (*Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros, 2021*). Elaborado por autores.

Un factor que es importante mencionar dentro de este sector es que en 2017 Tiendec, que es la segunda más importante, empieza a acaparar mayor cantidad de concentración, pero debido a que el total de ventas se elevaron en el sector, se dio paso a que *otras empresas* logren tener un grado de participación mayor al 20% por primera vez en 2019, pero para 2020 vuelve a elevarse el IHH, hasta llegar casi a los niveles anteriores.

En la figura 10 se encuentran los valores obtenidos en el cálculo del Cr4 del sector de Almacenes de ropa, en todos los años (2011-2020), presenta valores superiores a 70%, llegando incluso a 90,65% en 2019, por lo que es evidente que se trata de un mercado *altamente concentrado*; de 2011 a 2012 se presenta el mayor porcentajes de variación (14%), debido probablemente a la reducción del ingreso por ventas total del sector, pero aumento del grado de participación de algunas de las 4 principales empresas; luego. desde 2015 hasta 2019 este índice presenta un constante crecimiento, en 2020 hay una caída del 6% en el Cr4 del sector, pero eso se debe a los problemas causados por el Covid-19.



Figura 10 Ratio de Concentración (Cr4) 2011-2020 de las 4 principales empresas del sector Almacenes de ropa. Datos tomados de ranking por sectores (*Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros, 2021*). Elaborado por autores.

Comercial ETATEX C.A. (Etafashion), es la empresa que 2011 hasta 2020, ocupa el primer lugar entre las 4 principales de acuerdo a su nivel de ingreso por ventas (al menos 45%), seguida de la Tiendec S.A. (RM), (alrededor de 31,58%). Es importante destacar dos aspectos, primero que este sector es el que mayor variación de empresas ha presentado ocupando los lugares 3 y 4, con un total de 5 empresas que se disputaron los lugares en el periodo de análisis, y segundo que, sólo con los datos de las dos principales empresas, se visualiza que el grado de concentración de este sector llega hasta el 70% y en unos pocos años al 80%.

Los datos de los costos en este sector registrados en la figura 11, para 2010 son incompletos, por esa razón, el año en cuestión no es incluido en el análisis. Según muestra la Figura 8, el Índice de Lerner de 2011-2020 en el sector de *Almacenes de ropa*, las principales empresas, tienen un  $M$  elevado lo que indica que son poseedoras de poder de mercado, llegando a tener influencia suficiente para la fijación de precios, esto se debe a que en este mercado si se da el caso de diferenciadores en modelos y calidad de productos ofrecidos, además del posicionamiento de las marcas, situaciones que les permiten manipular el precio.

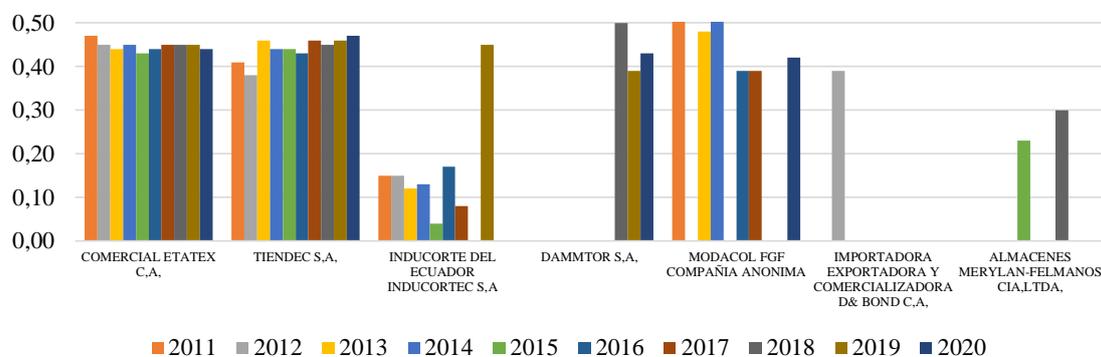


Figura 11 Índice de Lerner 2010-2020 de las 4 principales empresas del sector Almacenes de ropa. Datos tomados de ranking por sectores (*Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros, 2021*). Elaborado por autores.

En síntesis, para el análisis del sector *Almacenes de ropa*, los distintos índices en conjunto, dieron como resultado que las empresas más representativas cuentan con altos niveles de concentración, al punto de que pueden alterar los precios de venta de los productos y debido al tipo de actividad que se desarrolla en este sector, la demanda por esas alteraciones, no se vería afectada de manera importante.

**4.1.1.3 Lácteos.** En la Figura 12 el grupo G4630.21 o Lácteos, presenta información del IHH desde 2011 hasta 2020; en 2011 se ubica en 3112, terminando con 6329 en 2020, categorizándose en el grupo de mercado *muy concentrado*. A pesar de que hasta 2013 este índice mostraba disminución de la concentración, en 2014 los valores presentados del IHH se fueron acrecentando cada vez más, esto se debió a que se introdujo al mercado la empresa

VitaPro Ecuador Cia. Ltda., misma que acaparó gran porcentaje de participación en el sector de manera que sólo esa empresa, ha llegado a tener hasta más del 80% del grado de participación del sector.

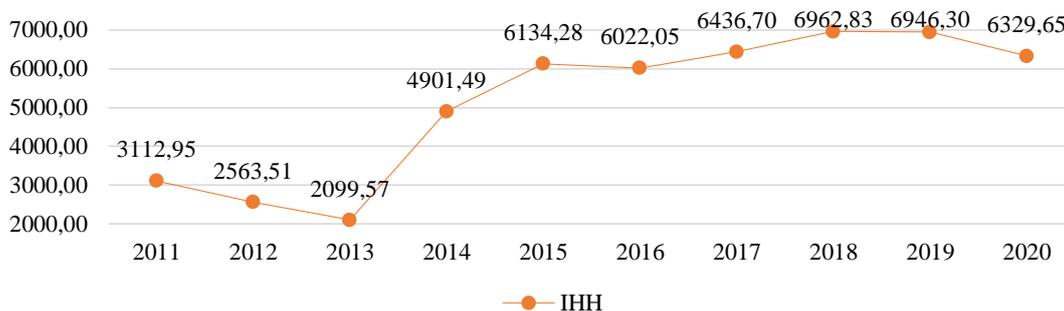


Figura 12 Índice Herfindahl Hirschman 2011-2020 de las 4 principales empresas del sector Lácteos Datos tomados de ranking por sectores (*Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros, 2021*). Elaborado por autores.

Es importante mencionar que a pesar el incremento de empresas que ingresan, tal como lo detalla la figura 12, la concentración no solo es que no ha disminuido, sino más bien ha ido aumentando.

La figura 13 presenta los valores obtenidos para el Cr4 del sector de Lácteos en el periodo 2011-2020, de manera que se observa que este sector con porcentajes mayores a 85% y con un mínimo de 71,53% para 2013, presenta la tendencia de un mercado *altamente concentrado*, de 2011 a 2013 se observa la disminución del Cr4, cayendo 11% en 2012 y 9% en 2013, y si bien no hay una razón concreta para explicar la disminución, se puede considerar el incremento en los ingresos por ventas y consiguiente incremento de la participación de las *otras empresas*, como el principal motivo.

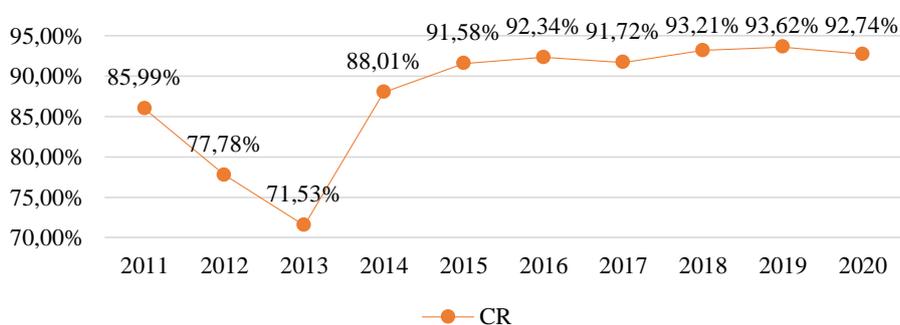


Figura 13 Ratio de Concentración (Cr4) 2011-2020 de las 4 principales empresas del sector Lácteos. Datos tomados de ranking por sectores (*Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros, 2021*). Elaborado por autores.

Industrias Lácteas S.A. INDULAC, fue la empresa que al inicio lideraba el mercado con un nivel de ventas de menos del 50% hasta 2013, pero a partir de 2014 VitaPro entra al mercado con un porcentaje de participación de 68, en los siguientes años, ese porcentaje fue aumentando

hasta llegar al 83% en 2019, pero en 2020 a pesar de conservar el primer puesto, disminuyó su grado de participación a 79%.

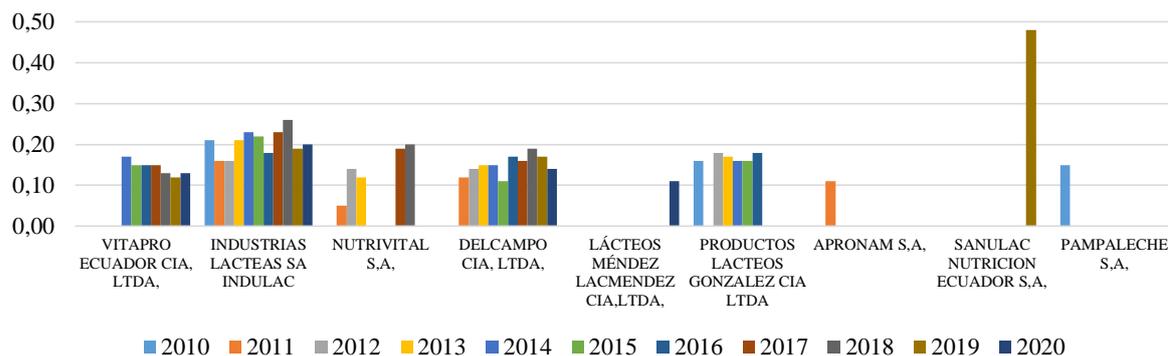


Figura 14 Índice de Lerner 2010-2020 de las 4 principales empresas del sector Lácteos. Datos tomados de ranking por sectores (*Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros, 2021*). Elaborado por autores.

Lo que presenta la Figura 14, son los resultados del Índice de Lerner de 2010-2020 en el sector de Lácteos, éste indica que las principales empresas del sector, no tienen influencia para fijar precios, esto se debe a que por tratarse de productos de primera necesidad, sus precios se encuentran regulados por la Superintendencia de Industria y Comercio.

En síntesis, luego de analizar los distintos índices de concentración en el sector *Lácteos*, se ve como resultado que, aunque existen niveles considerablemente *altos de concentración* de mercado, en la parte de fijación de precios, éstas no llegan a tener la influencia suficiente.

**4.1.1.4 Cementos.** La Figura 15 presenta información desde 2011 hasta 2020, del Grupo C2394.01, denominado para el análisis como el sector de Cementos; es importante mencionar que dentro de este sector sólo existen 4 empresas, según lo categoriza la *Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros*, razón por la cual desde que se sabe el número de empresas, queda pre-dicho que se trata de un sector altamente concentrado, y muestra de esa concentración son los valores del IHH que se encuentran en un rango de 5514-5900.

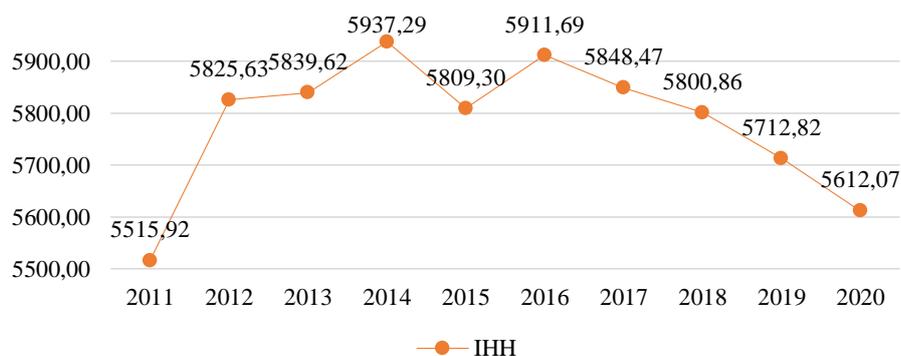


Figura 15 Índice Herfindahl Hirschman 2011-2020 de las 4 principales empresas del sector Cementos. Datos tomados de ranking por sectores (*Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros, 2021*). Elaborado por autores.

En 2014 se registra el pico más alto del sector con variaciones en los años siguientes, pero la más importante sucede de 2016 a 2017, donde se da un decrecimiento del 1% en el IHH, para posteriormente seguir disminuyendo, esto se explicaría por la disminución en el grado de participación de UNACEM Ecuador.

En la Figura 16 se muestra (como era de esperarse), una constante del 100% en el Cr4, esto se debe a que sólo se encuentran 4 empresas en este sector; debido a que el Cr4 analiza el top 4 de las empresas en cada sector, el total de ingresos por ventas de las 4 empresas de este sector representan el 100% de los ingresos.

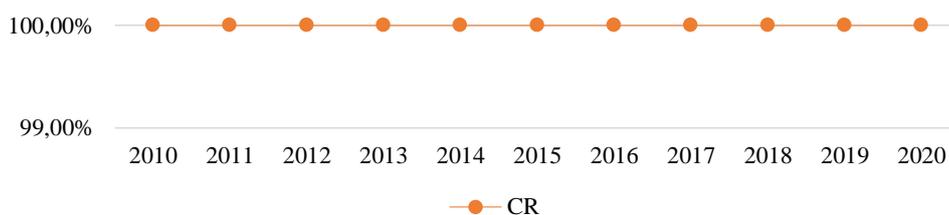


Figura 16 Ratio de Concentración (Cr4) 2011-2020 de las 4 principales empresas del sector Cementos. Datos tomados de ranking por sectores (*Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros, 2021*). Elaborado por autores.

En la Figura 17, se visualizan los resultados del Índice de Lerner de 2010-2020 en el sector de Cementos, éste indica que las principales empresas del sector tienen un  $M$  elevado, por lo que al ser solo 4 empresas en este sector y que una de ellas sea la que mayor parte del mercado abarca, representaría poder de mercados e influencia en precios.

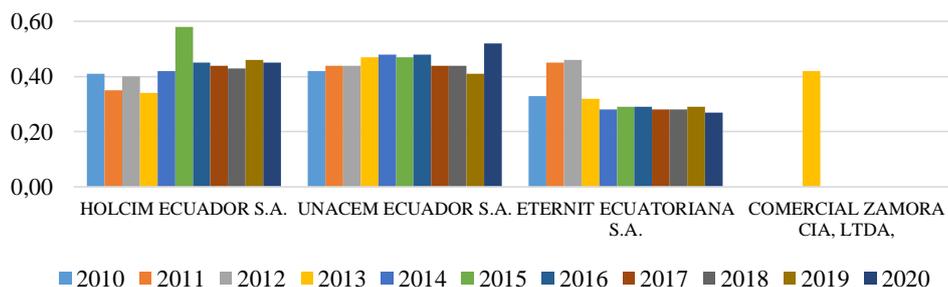


Figura 17 Índice de Lerner 2010-2020 de las 4 principales empresas del sector Cementos. Datos tomados de ranking por sectores (*Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros, 2021*). Elaborado por autores.

En síntesis, luego de analizar los distintos índices de concentración en el sector *Cementos*, se ve como resultado que, aunque existen niveles considerablemente *altos de concentración* de mercado y también llegan a tener influencia en la parte de fijación de precios.

**4.1.1.5 Farmacéutico.** La figura 18 muestra información del IHH en el sector G4649.22 denominado Farmacéutico, mismo que desde 2011 hasta 2019 ha venido presentados incrementos entre 2% y 6%; a pesar de que éste índice no llega a los 1000 (nivel mediano de

concentración), en 2019 registro un IHH=815, el más alto del sector en el periodo de análisis, mismo que fue 2% mayor al IHH de 2018=801. Por lo tanto, se puede decir, que el sector no está concentrado, o en otras palabras es competitivo.



Figura 18 Índice Herfindahl Hirschman 2011-2020 de las 4 principales empresas del sector Farmacéutico. Datos tomados de ranking por sectores (Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros, 2021). Elaborado por autores.

A pesar de que los resultados del IHH exponen la no concentración del sector, el índice, no ha dejado de subir, por lo que se esperaría que alcance niveles medios de concentración a futuro; Distribuidora Farmacéutica Ecuatoriana (DIFARE) S.A., Leterago del Ecuador S.A., Farmaenlace Cía. Ltda., Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A., son las empresas que de 2011-2020 formaron el top 4 de las empresas del sector.

En la figura 19 se presenta el histórico (2011-2020) del ratio de concentración; en el caso del sector *Farmacéutico*, en 2011 se presenta como *competitivo* con  $Cr4=36,27\%$ , pero a partir de 2012 con  $42,27\%$ , hasta 2019 con  $51,69\%$ , se puede observar que tras el aumento de  $14\%$  de 2011 a 2012 y de  $0,4\%$  en 2018 a 2019, a pesar de la existencia de 609 empresas en 2019, además de las 4 principales, el sector Farmacéutico se encamina a ser uno más, de los sectores concentrados en el país.

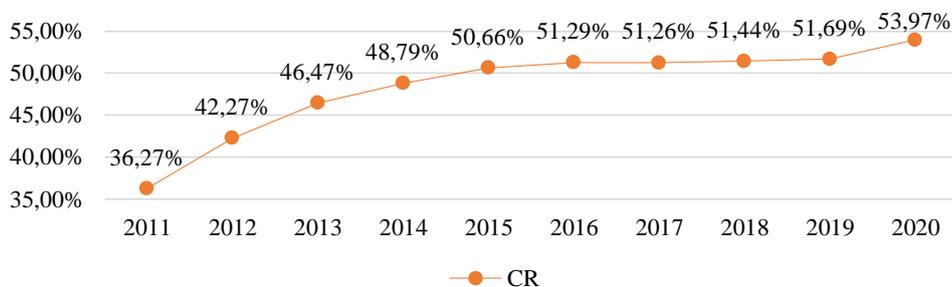


Figura 19 Ratio de Concentración (Cr4) 2011-2020 de las 4 principales empresas del sector Farmacéutico. Datos tomados de ranking por sectores (Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros, 2021). Elaborado por autores.

La principal empresa que causa el incremento de la concentración de los ingresos por ventas del sector, es DIFARE, pues los ingresos anuales que esta empresa registra, no dejan de incrementarse ya sea en  $4\%$  o  $5\%$ .

La figura 20 presenta los valores de M desde 2010 hasta 2020 llegan hasta 0,34, por lo que en el sector *Farmacéutico*, las principales empresas en este no llegan a tener influencia para la fijación precios, lo cual se explica por los distintos reglamentos que existen para la fijación de medicamentos por parte del Consejo Nacional de Fijación y Revisión de Precios de Medicamentos de Uso y Consumo Humano.

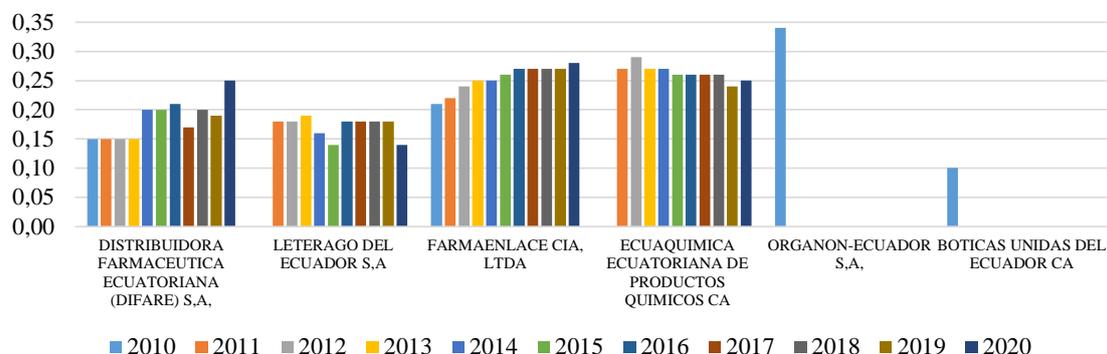


Figura 20 Índice de Lerner 2010-2020 de las 4 principales empresas del sector Farmacéutico. Datos tomados de ranking por sectores (*Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros, 2021*). Elaborado por autores.

En síntesis, luego de analizar los distintos índices de concentración en conjunto, los resultados muestran que el sector farmacéutico *es competitivo*, y no tiene influencia en la fijación de precios, sin embargo, si la principal empresa (DIFARE), no deja de incrementar su grado de participación, es probable que los índices sigan mostrando crecimiento y puede que el sector puede ser transformado de competitivo a medianamente concentrado.

**4.1.1.6 Suministros de oficina.** En la figura 21 del sector de suministros de oficina, desde el 2012 hasta el 2020, periodo en el cual se registra un intervalo de dicho índice entre 1000 y 1200, evidencia que el grado de concentración se fue incrementando, así como también indica que el sector tiene un mercado moderadamente concentrado. Las empresas que sobresalen en este sector, manteniendo un mayor grado de participación son, Papelesa C. LTDA, Camaronera Rio Nilo S.A. Rionilsa, Comercial E Industrial Sucre S.A. Comsucre, Juan Marcet Compañía Limitada, La figura 21 muestra muy poca variación entre los años, siendo el 2014 el año más alto con un IHH de 1355, esto debido a que se registró un incremento de las ventas en las cuatro empresas mencionadas.

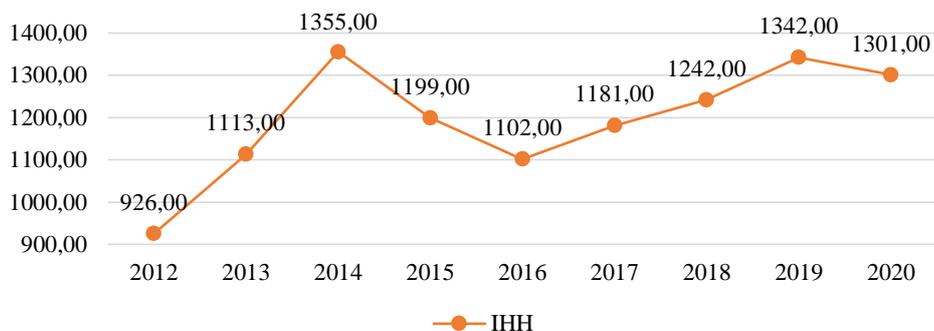


Figura 21 Índice Herfindahl Hirschman 2012-2020 de las 4 principales empresas del sector suministros de oficina. Datos tomados de ranking por sectores (*Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros, 2021*). Elaborado por autores.

La figura 22 muestra los valores obtenidos en el cálculo del Cr4 del sector de suministros de oficina, durante el periodo de estudio, el sector presenta valores superiores a 60% indicando así un mercado altamente concentrado, con baja competitividad y que el acceso a nuevos intervinientes es complicado. Es importante mencionar que Papelesa C. Ltda., entre el 2011 y 2020 concentro de manera progresiva más del 26% de ingreso por ventas del sector, seguida por Comercial E Industrial Sucre S.A. Comsucre con un grado de concentración promedio de 21%, solo con los datos de empresas, se entiende el grado de concentración que presenta el sector.

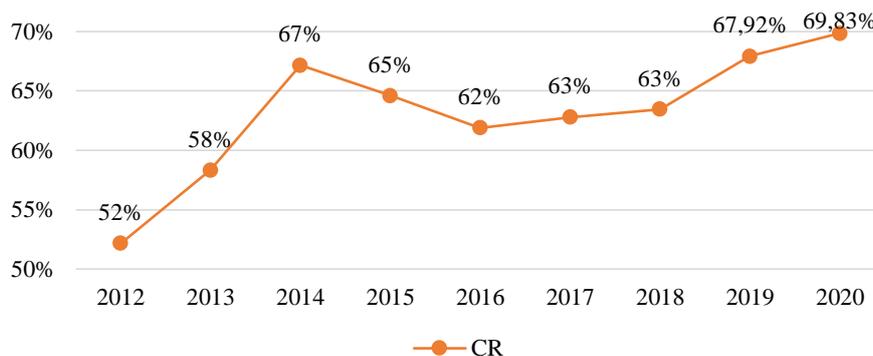


Figura 22 Ratio de Concentración (Cr4) 2012-2020 de las 4 principales empresas del sector Suministros de oficina. Datos tomados de ranking por sectores (*Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros, 2021*). Elaborado por autores.

El grado de concentración se ha mantenido con muy pocas variaciones, siendo los años 2014, 2019 y 2020 los picos más altos con unos porcentajes de 67,16%, 67,92% y 69,83% respectivamente, años que se registraron 97 (2014), 107 (2019) y 103 (2020) empresas indicando así que esos fueron los años donde mayor concentración de mercado tuvieron las 4 empresas más grandes.

De acuerdo a lo mostrado en la figura 23, el índice de Lerner del sector suministros de oficina durante el periodo 2010 – 2020, indica que la empresa Juan Marcet tiene un índice

superior a 0.40 en todos los años de estudios, indicando que esta firma tiene un cierto poder de mercado y a su vez una pequeña capacidad para fijar precios, esto debido al crecimiento y desarrollo que ha tenido la empresa en cuestión. Sin embargo, las demás firmas mantienen un índice bajo lo que nos indica que no tienen la capacidad suficiente para fijar precios.

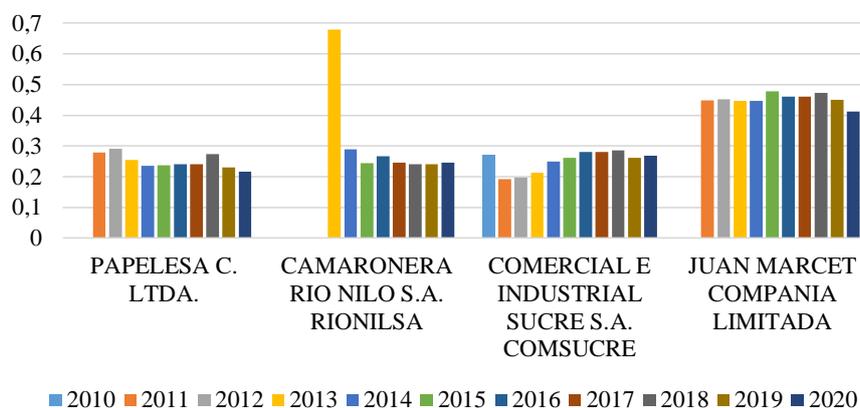


Figura 23 Índice de Lerner 2010-2020 de las 4 principales empresas del sector Suministros de oficina. Datos tomados de ranking por sectores (*Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros, 2021*). Elaborado por autores.

En síntesis, tomando en consideración el IHH, el Cr4 y el Índice de Lerner para obtener un análisis completo del sector suministros de oficina, se obtiene como resultado que, los cuatros principales empresas del sector presentan niveles considerables de concentración de mercado, sin embargo, solo la empresa Juan Marcet tiene la capacidad para poder fijar precios, demostrando así que en el *sector de las ventas de suministros de oficina* si hay concentración de poder

**4.1.1.7 Ventas al por mayor y por menor de llantas y repuestos automotrices.** En la figura 24 se muestra el IHH del sector ventas al por mayor y por menor de llantas y repuestos, desde el 2011 hasta el 2020, periodo en el cual se registra un intervalo de dicho índice de 60 a 100 indicando así que este sector es altamente competitivo, es decir de las 710 empresas que aproximadamente existen (en este sector), no se encuentra la concentración de mercado en ninguna de las empresas, es por ellos que la elección de las 4 empresas más grande no solo se realizó por grado de participación sino también nivel de activo, donde sobresalen empresas como, Tecnova S.A, Hivimar S.A, Segundo Eloy Corrales E Hijos Secohi Cia. Ltda, e Inverneg S.A.

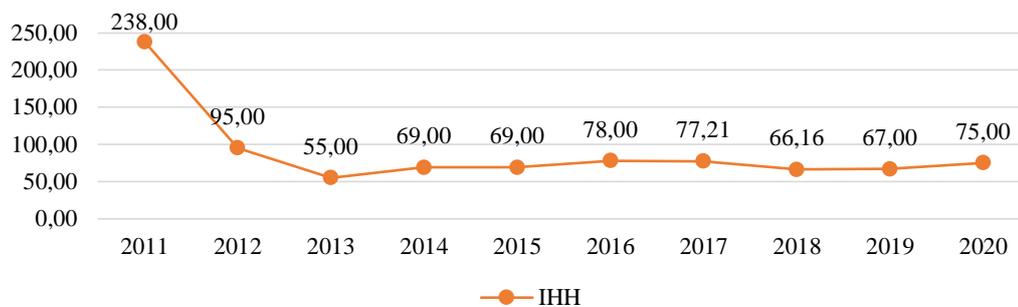


Figura 24 Índice Herfindahl Hirschman 2011-2020 de las 4 principales empresas del sector ventas al por mayor y por menos de llantas y repuestos automotrices. Datos tomados de ranking por sectores (*Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros, 2021*). Elaborado por autores.

Como se observa en la figura 24, existen variaciones en el IHH comenzando en el 2011 con 238 y bajando a 95 en el 2012 (es decir 151% menos), del 2013 al 2020 se puede apreciar un IHH que se desplaza en el rango de 55 – 75 indicando que existe un nivel bajo de concentración en esos años, por lo cual este es uno de los pocos sectores que no se encuentran concentrado y quizás por ello que los emprendedores prefieren emprender en este tipo de negocios.

La figura 25 muestra los valores obtenidos en el cálculo del CR4 del sector de ventas de llantas y repuestos automotrices; durante el periodo de estudio se presenta valores entre 13% a 27% indicando así que este sector tiene muy poca concentración de poder, por las cuatro empresas más grandes, es decir muestra un mercado competitivo, que lo vuelve atractivo para nuevos intervinientes.

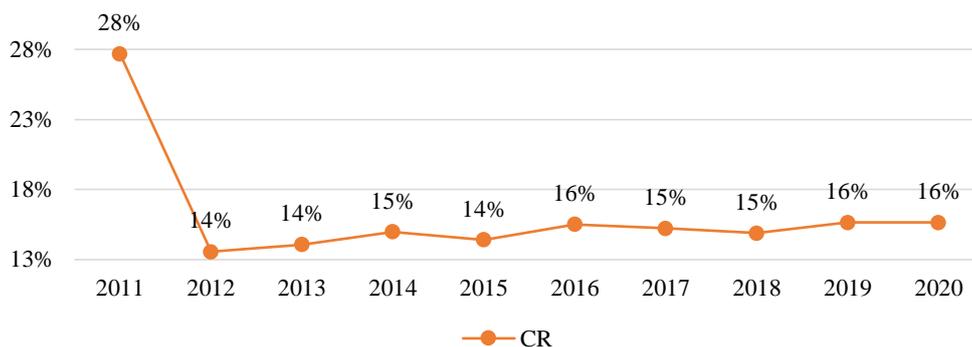


Figura 25 Ratio de Concentración (Cr4) 2011-2020 de las 4 principales empresas del sector ventas al por mayor y por menos de llantas y repuestos automotrices. Datos tomados de ranking por sectores (*Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros, 2021*). Elaborado por autores.

Es importante mencionar que el sector es muy competitivo debido a que hay aproximadamente 2 millones de vehículos en Ecuador, de esta manera existen muchos consumidores y oferentes hay poco más de 700 empresas, haciendo que este mercado sea competitivo y no exista una concentración de poder y de precio.

La figura 26, el índice de Lerner ventas al por mayor y por menor de llantas y repuestos automotriz durante el periodo 2010 – 2020, durante el periodo de estudio se presenta que el

índice mantiene valores menores a 1 y están más cerca de 0, indicando que las cuatro principales empresas del este sector no tienen suficiente poder de mercado para fijar precio; presentando así que no existe poder de mercado en este sector.

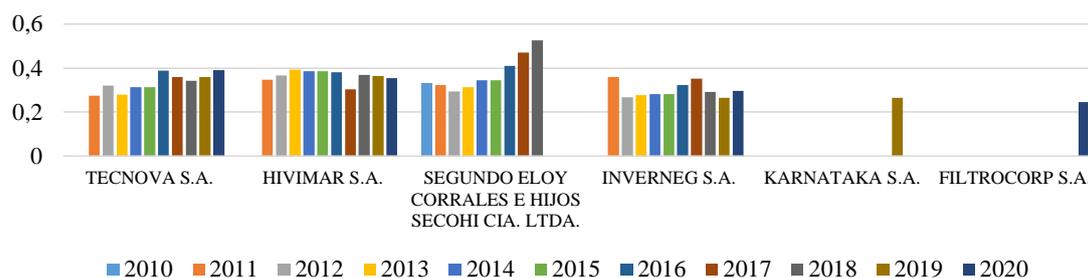


Figura 26 Índice de Lerner 2010-2020 de las 4 principales empresas del sector ventas al por mayor y por menor de llantas y repuestos automotrices. Datos tomados de ranking por sectores (*Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros, 2021*). Elaborado por autores.

En síntesis, tomando en consideración el IHH, el CR4 y índice de Lerner para tener un análisis completo del sector ventas al por mayor y por menor de llantas y repuestos, se obtiene como resultado que, las cuatro principales empresas de este sector no presentan niveles concentración de mercado, la tendencia de estos índices se mantiene constante, lo que hace pensar que el sector en un futuro seguirá siendo competitivo, así mismo los valores de M demuestran que las 4 empresas más grande del sector no tienen influencia en los precios, indicando así que no existe poder de mercado en este sector.

**4.1.1.8 Ventas al por mayor de bicicletas y repuestos.** El ciclismo en Ecuador no lleva mucho tiempo siendo una práctica habitual de los deportistas ecuatorianos, esto explica que en los primeros no existan muchas empresas dedicada a la venta al por mayor de bicicletas, después de la creación de ciclovías y de las campañas para impulsar el ciclismo, este sector se vuelve más atractivo para la puesta en marcha de los negocios, mismo que destacan en los primeros años de análisis firmas como Mildeportes S.A, Importadora Comercial Oselda C.Ltda, Encikla Importaciones Y Servicios Cia. Ltda Y Dedino Representaciones Cia. Ltda.

En la figura 27 se muestra el IHH del sector de ventas al por mayor de bicicletas y repuestos, desde el 2012 hasta 2019, periodo en cual se registra un intervalo de dicho índice entre 3000 y 45000.



Figura 27 Índice Herfindahl Hirschman 2012-2020 de las 4 principales empresas del sector ventas al por mayor de bicicletas y repuestos. Datos tomados de ranking por sectores (*Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros, 2021*). Elaborado por autores

El cálculo del IHH nos demuestra que es un sector con un nivel de concentración muy alto, esto se evidencia de forma que una sola empresa (Mildeportes S.A) representa hasta el 2014 el 50% del total de las ventas, para el 2015 en adelante el 60% del ingreso por ventas del sector, se lo reparten entre dos empresas.

La figura 28 muestra los valores obtenidos en el cálculo del CR4 del sector; durante el periodo de estudio, los dos primeros años de análisis, existe una dificultad para encontrar los datos es por ello que se obtiene un índice de concentración del 100%; para los siguientes años se presentan valores superiores a 60% excepto en el año 2015 donde el ratio de concentración es de 43% (teniendo un decrecimiento del 60% en comparación al año anterior), indicando de esta manera que el sector de venta de bicicletas y repuestos muestra un mercado altamente concentrado siendo la empresa Mildeportes S.A aquella que desde el 2012 hasta el 2014 concentraba el 50% del total de ventas y desde el 2015 el 60% de las ventas se divide en dos empresas (Ecuacyclo Cía. Ltda. Y Cielelectronicsec Cía. Ltda.) Por lo que se considera que tiene un mercado oligopólico.

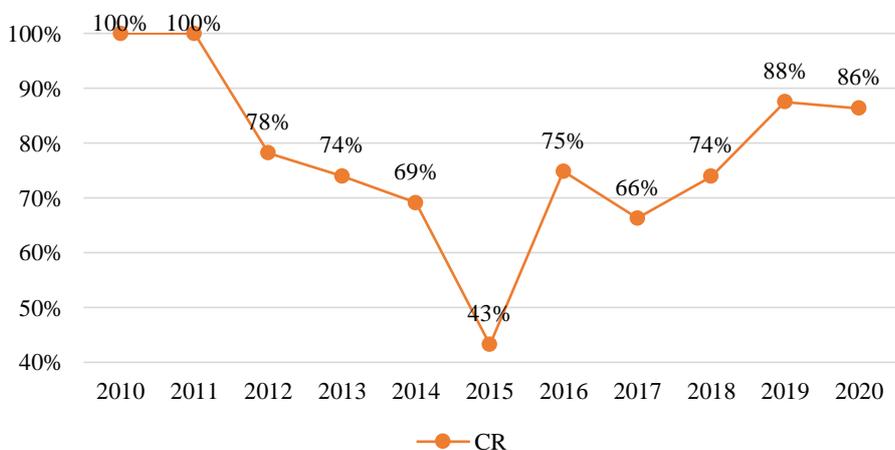


Figura 28 Ratio de Concentración (Cr4) 2010-2020 de las 4 principales empresas del sector ventas al por mayor de bicicletas y repuestos. Datos tomados de ranking por sectores (*Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros, 2021*). Elaborado por autores.

La figura 29 muestra los valores obtenidos en el cálculo del índice de Lerner del sector venta de bicicletas y repuestos durante el periodo 2010 – 2020, durante el periodo de estudio se presenta un índice mediamente alto, sin embargo podemos observar que no todos los años es la misma empresa, quien tiene cierto poder de mercado y a su vez una pequeña capacidad para fijar precios, sino que las firmas son cambiantes, en conclusión general del índice, el sector de ventas de bicicletas mantiene una concentración del poder teniendo así la capacidad para fijar precios por encima del precio de equilibrio.

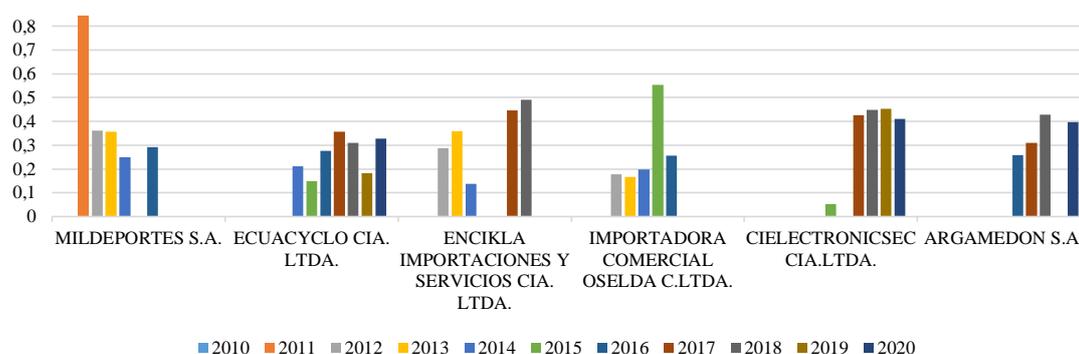


Figura 29. Índice de Lerner 2010-2020 de las 4 principales empresas del sector ventas al por mayor y por menor de bicicletas y repuestos. Datos tomados de ranking por sectores (*Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros, 2021*). Elaborado por autores.

En síntesis, tomando en consideración el IHH, el Cr4 y el Índice de Lerner para obtener un análisis completo del sector ventas al por mayor y por menor de bicicletas y respuestas, se obtiene como resultado, que se presentan niveles considerables de concentración de mercado, y además tienen una pequeña influencia para la fijación de precio, lo que hace alusión a la idea de que el sector de ventas de bicicleta existe una concentración de poder.

#### 4.1.2 Desempeño de los emprendimientos

**4.1.2.1 Tasa de actividad emprendedora temprana (TEA).** Como se observa en la figura 30, entre el 2010 y 2019 la TEA en Ecuador tuvo una evolución positiva; en el 2010, la TEA fue del 21,30% mientras que en el 2019 alcanzó el 36,20%, siendo éste el valor más alto alcanzado en todo el periodo de estudio. Sin embargo, entre el 2013 y 2017 la tendencia fue decreciente, iniciando con una TEA de 36% en el 2013, disminuye al 32,6% en el 2014 hasta llegar al 29,62% en el 2017 y se recupera en el 2018 con una tasa del 32,91%. Estos niveles de TEA muestran que, en el Ecuador, existe un porcentaje alto de emprendimientos nuevos (no más de 4 años): tomando en cuenta la TEA del 2019, de cada 100 habitantes, hay 36 que han emprendiendo en los últimos tres años.



Figura 30. Tasa de actividad emprendedora temprana (TEA). Adaptado de los reportes anuales del GEM, periodo 2010-2019. Elaborado por autores.

**4.1.2.2 Distribución de los emprendimientos.** En la figura 31 se muestra la distribución de los emprendimientos por actividades o sectores económicos en el Ecuador; se observa que aquellos orientados al consumidor abarcaron el 65% en el año 2010, mientras que el promedio del periodo comprendido entre el 2012 y 2017 fue del 70,60% del total de emprendimientos del país.

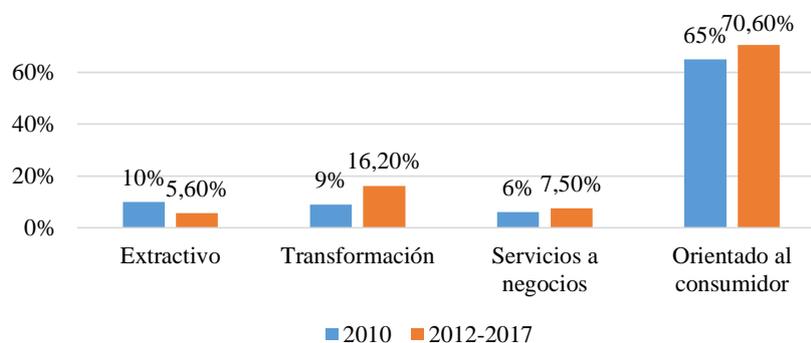


Figura 31. Distribución de emprendimientos por actividades. Adaptado de GEM (2010), GEM (2017). Elaborado por autores.

Entre las principales razones de emprender en actividades orientadas al consumidor y no en otras es que la venta al por menor, restaurantes, hoteles, etc., requieren bajos (o nulos) niveles de tecnología, a diferencia de otros como el sector de transformación, que incluye la manufactura o la información/comunicación. Otra razón de la inversión en este sector es la baja inversión inicial necesaria, pues se invierte lo correspondiente al inventario inicial. Por otro lado, las ganancias suelen ser inmediatas a diferencia de, por ejemplo, actividades extractivas como las agropecuarias o mineras; por último, el conocimiento técnico necesario en este grupo (orientado al consumidor), es bajo.

Tal como se aprecia en la figura 32, para el 2019 la distribución de emprendimientos por actividades se presenta de manera diferente a lo expuesto en la figura 31, sin embargo, en esencia, las actividades por sectores son las mismas: al 2019, el sector de comercio mayorista

y minorista (antes llamado *Orientado al consumidor*), sigue representando el grupo con mayor porcentaje de emprendimientos, sean estos nacientes (66%), nuevos (57,70%), o establecidos (49,60%), obteniendo la TEA por sector más alta (64,20%).

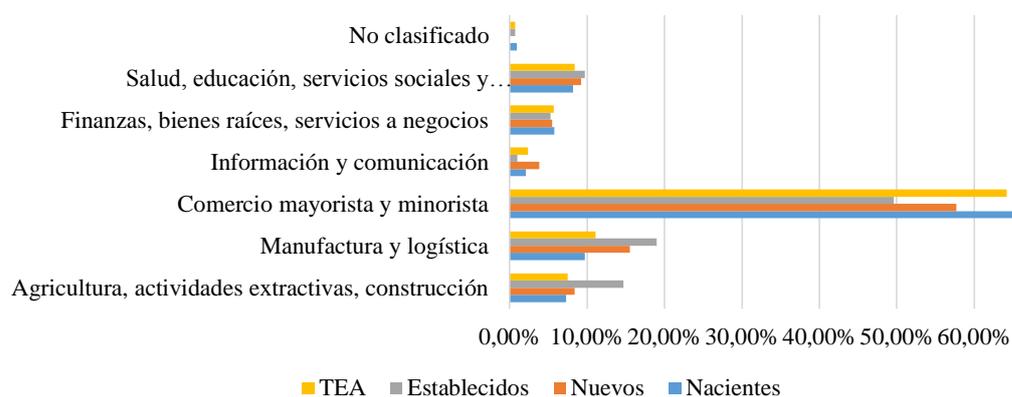


Figura 32 Distribución de emprendimientos por actividades, según su etapa. Adaptado de GEM (2020). Elaborado por autores.

En este apartado se concluye que, durante el periodo de análisis, la mayor parte de los emprendedores del Ecuador realizaron sus actividades en el sector del comercio, independientemente de la etapa en la que se encuentre el emprendimiento.

**4.1.2.3 Nivel de madurez** De acuerdo a la figura 33, sobre el nivel de madurez del emprendimiento, la intención de emprender es aquella que concentra los mayores porcentajes entre el 2010 y 2019, siendo su pico más alto el 54,1% en el 2013; sin embargo, estas intenciones de emprender, muchas veces se ven afectadas (y disminuidas) por el entorno y las distintas motivaciones que se presentan. Por otro lado, dentro del periodo de estudio, a partir del 2012 los emprendimientos nacientes (aquellos que apenas se involucran en la creación de un negocio), representan el segundo grupo más grande, siendo 2019 el año con mayor porcentaje (26,9%).

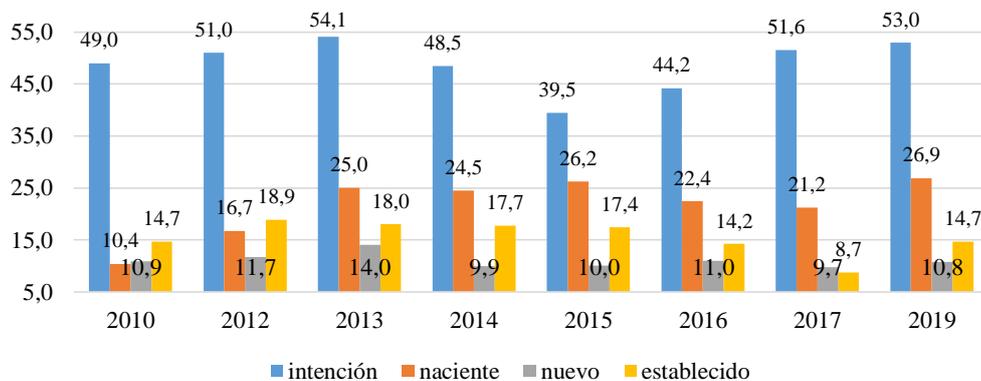


Figura 33 Etapas de la actividad emprendedora. Adaptado de GEM (2010), GEM (2012), GEM (2013), GEM (2014), GEM (2015), GEM (2016), GEM (2017), GEM (2020). Elaborado por autores.

El tercer grupo con mayor población es el de emprendedores establecidos (aquellos que gestionan un negocio y ya han pagado salarios por más de 42 meses, por lo que han superado los 3,5 años de funcionamiento). En último lugar se encuentran los emprendimientos nuevos, con porcentajes que no superan el 14% registrado en el 2013; la razón de que éste sea el último grupo es que no todos los negocios sobreviven a la etapa de nacimiento y gran parte de ellos optan por cerrar.

**4.1.2.4 Formalización de negocios.** La formalización de los negocios es un tema importante para la puesta en marcha de los mismos, aunque sabemos que muchos de los emprendimientos están activos sin haber formalizado antes. La figura 34 nos muestra la formalización de los negocios en tres fases de emprendimientos: nacientes (ha operado durante menos de 3 meses), nuevo (ha operado más de 3 meses y menos de 42 meses) y establecidos (ha operado durante más de 42 meses). Se observa que quienes más han progresado, en términos de formalización, son los negocios establecidos, que alcanzaron porcentajes del 36% y 37,3% en los años 2016 y 2017, respectivamente; en contraposición, los menos formalizados son los negocios nacientes (su nivel más alto de formalización fue del 12,1% en el 2017), debido al tiempo promedio que demanda el cumplir con toda la tramitología pertinente para formalizar un negocio: aproximadamente, unos 11 meses.

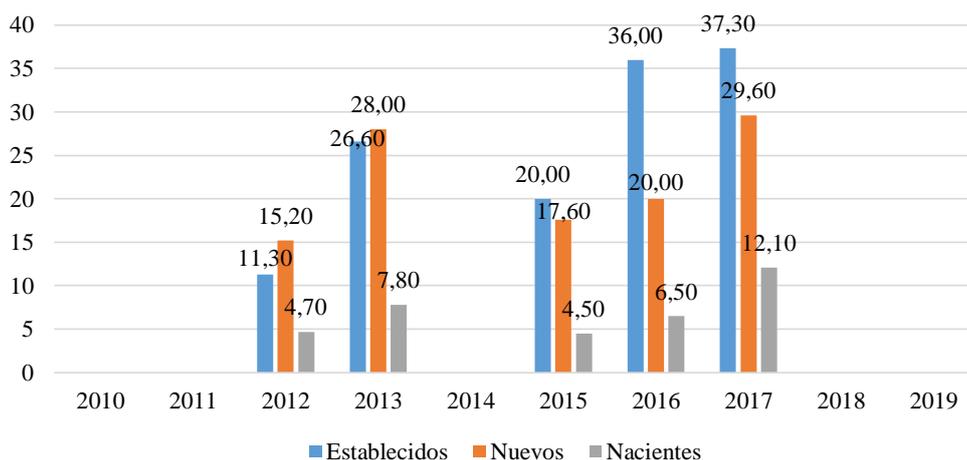


Figura 34. Formalización de negocios. Adaptado GEM (2012), GEM (2013), GEM (2015), GEM (2016), GEM (2017). Elaborado por autores.

Se evidencia, por tanto, que los emprendimientos tardan alrededor de 3,5 años en formalizarse; los datos revelan que la mayor parte de negocios formalizados son aquellos que ya se encuentran establecidos, es decir, que operaron hasta 42 meses en condiciones de informalidad.

#### 4.1.2.5 Expectativas de crecimiento

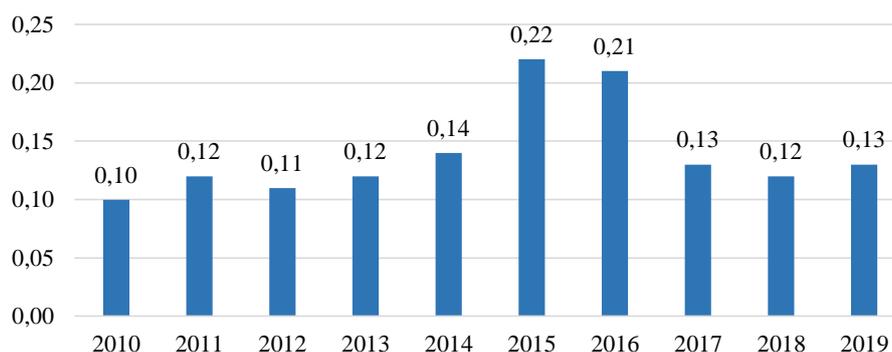


Figura 35. Expectativas de crecimiento. Adaptado de GEDI (2010-2019). Elaborado por autores.

Dentro de los factores que impulsan el desarrollo de los emprendimientos se encuentran las altas expectativas de crecimiento; sin embargo, este indicador es uno de los peores situados dentro de los pilares de aspiraciones de los emprendedores: en el intervalo de calificación (0-1), el valor más alto fue 0,22 en 2015, demostrando así el poco avance que se ha dado en cuanto a la escalabilidad de los negocios que inician actividades en Ecuador.

**4.1.2.6 Número de emprendimientos total.** Para acompañar el análisis sobre expectativas de crecimiento, se ha considerado la variación de los números de emprendimientos que se encuentran registrados en la Superintendencia de Compañías. Se observa en la figura 36 que el número de emprendimientos fue creciente durante el periodo de estudio (excepto en el 2014), pero no en la medida que indica la TEA; esto se debe a que también existe una cantidad de emprendimientos que cesan su actividad, ya sea por bajos niveles de rentabilidad (en muchos casos, el volumen de ventas que pueden generar, a nivel interno, es muy pequeño), por dificultades de acceso a financiamiento y/o por una inadecuada planificación.

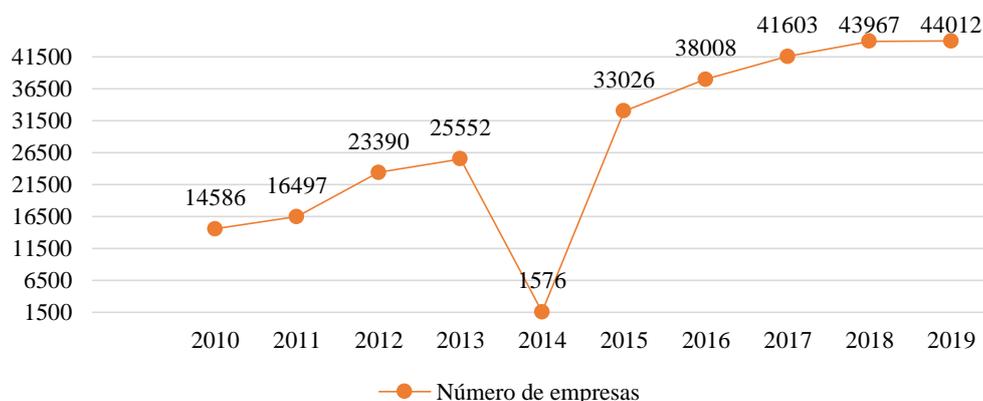


Figura 36. Número de empresas 2010 – 2019. Datos tomados de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2021). Elaborado por autores.

En el año 2014 se observa una reducción del 94% en relación al año anterior, por lo que sorprende esa drástica caída, en contraste para el año 2015 este número de emprendimientos crece de manera inmensurable, de manera que el dato del 2014 es atípico a lo anterior por falta de información.

**4.1.2.7 Número de emprendimientos por sector.** Para un análisis más detallado, se incluye el número de empresas en función de los sectores que han sido considerados en la presente investigación. Tal como lo demuestra la figura 37, los sectores Supermercados, Farmacéutico y Ventas de llantas son los que mayor número de emprendimientos registraron durante el periodo de estudio; sin embargo, como se comprueba en los cálculos y análisis de los diferentes índices para medir la concentración de mercado, los sectores Supermercados y Farmacias concentran medianamente el poder de mercado en solo 4 empresas, por lo que la supervivencia de los emprendimientos en dichos sectores se dificulta. Contrapunto es el sector de Ventas de llantas, donde sucede lo contrario: se comprobó que es un mercado competitivo, razón que lo vuelve atractivo para los emprendedores.

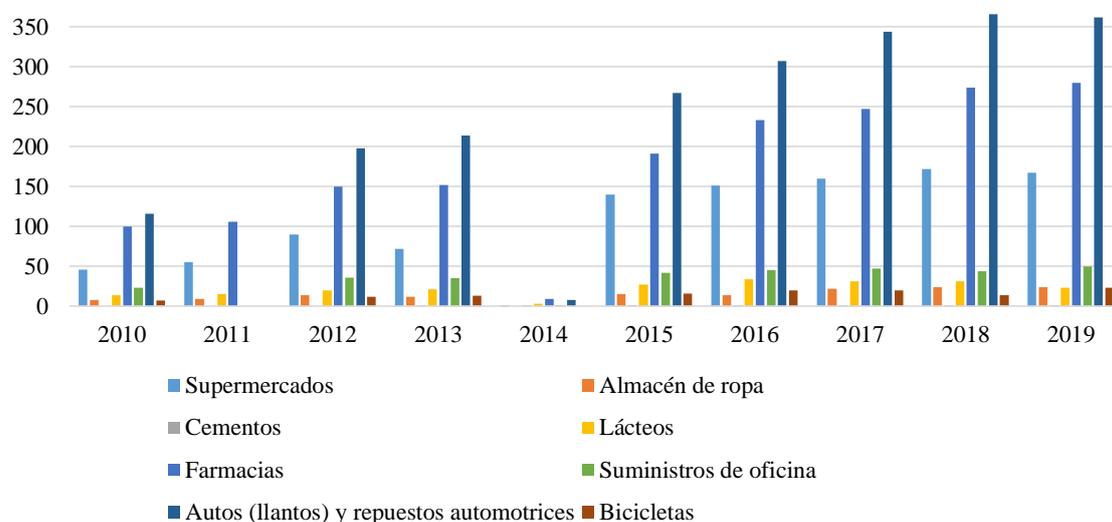


Figura 37. Número de empresa por sectores 2010-2019. Datos tomados de Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros (2021). Elaborado por autores.

En cuanto a los sectores seleccionados por ser más alentadores para emprender, aquellos que menor número de emprendimientos registraron, son el de Cementos (1), Bicicletas (máx. 23), Almacén de ropa (máx. 24) y Lácteos (máx. 34), y la razón tras el poco número de emprendimientos en esos sectores, están factores como la inversión necesaria para iniciar las actividades.

**4.1.2.8 Tasa de cierre del negocio** La figura 38 muestra la evolución de la tasa de cierre de las empresas (emprendimientos) en el Ecuador misma que presenta el porcentaje de la población de entre 18 y 64 años que en el último año ha descontinuado algún negocio.

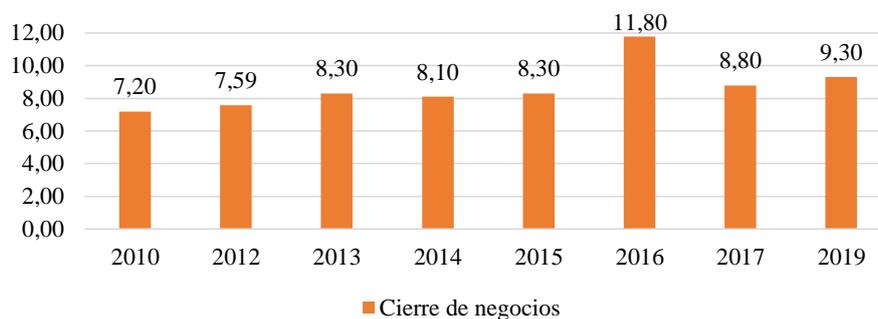


Figura 38. Tasa de cierre de negocios. Adaptado de GEM (2010), GEM (2012), GEM (2013), GEM (2014), GEM (2015), GEM (2016), GEM (2017), GEM (2020). Elaborado por autores.

Para el 2010 se observa un porcentaje de 7,20% de cierre de negocios, lo cual es relativamente alto, considerando que la TEA en ese año fue de 21,30%; es decir, aumentan los nuevos emprendimientos, a la par que un gran número de emprendedores optan por cerrar sus negocios. En el 2016, la tasa de cierre alcanzó un nivel del 11,8%, siendo su pico más alto dentro del periodo de estudio; simultáneamente, la TEA de ese año fue del 31,8%, es decir que, de cada 100 emprendimientos, aproximadamente 12 cerraron, a la vez que, de cada 100 personas, 32 iniciaron un nuevo emprendimiento.

Aunque las cifras reflejan un incremento mayor en la cantidad de emprendimientos nuevos en comparación a los que se cierran, es alarmante la tasa de cierre que tuvo el Ecuador durante el periodo analizado, concluyendo en el 2019 con un porcentaje del 9,3% previo al inicio de la pandemia por Covid-19.

**4.1.2.9 Razones para cerrar un negocio.** Las razones consideradas para cerrar un negocio son diversas, pero a lo largo del periodo de estudio, las más destacadas son las que se muestran en la figura 39: la falta de rentabilidad es la causa principal hasta el 2017, con una tasa promedio de 36%; posteriormente, para el 2019, las razones personales pasaron a ser el principal motivo de cierre de los emprendimientos. Cabe resaltar el hecho de que, entre el 2010 y 2019, los problemas para obtener financiamiento, como motivo para el cierre de negocios, se mantuvo entre el 16,6% y el 17,5%.

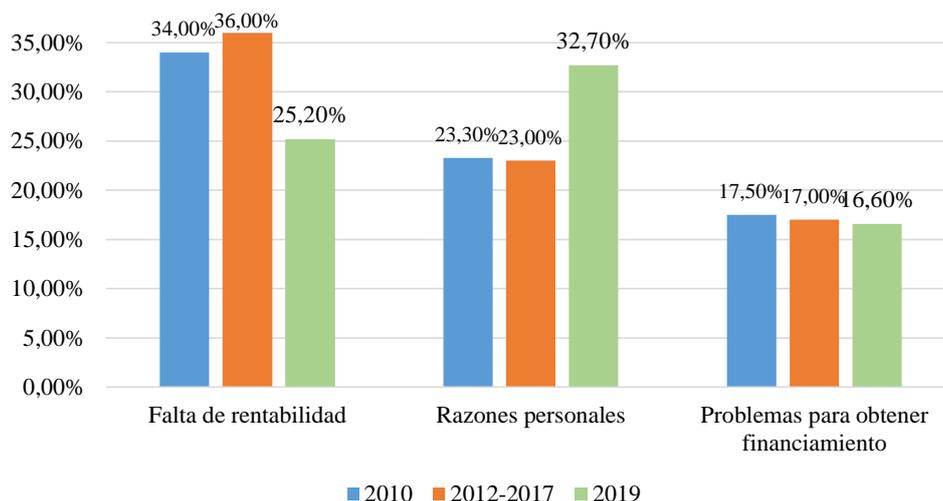


Figura 39 Razones para cerrar un negocio. Adaptado de Adaptado de GEM (2010), GEM (2017), GEM (2020) . Elaborado por autores.

Por las razones antes expuestas, Ecuador cuenta con bajas expectativas de crecimiento y sostenibilidad en sus emprendimientos, pues muchas veces por la falta de financiamiento, por ejemplo, no se pueden ejecutar acciones de innovación en los negocios que permitan su desarrollo, incidiendo de esa manera en altas tasas de cierre de los mismos.

**4.1.2.10 Tasa de interés activa.** Considerando que una de las razones de cierre de los emprendimientos es la falta de financiamiento, y que los bancos son los intermediarios entre ahorristas e inversionistas (mismos que requieren recursos para reactivar sus negocios), se analiza la evolución de la tasa de interés de los microcréditos de acumulación ampliada, microcrédito de acumulación simple y los microcréditos minoristas.

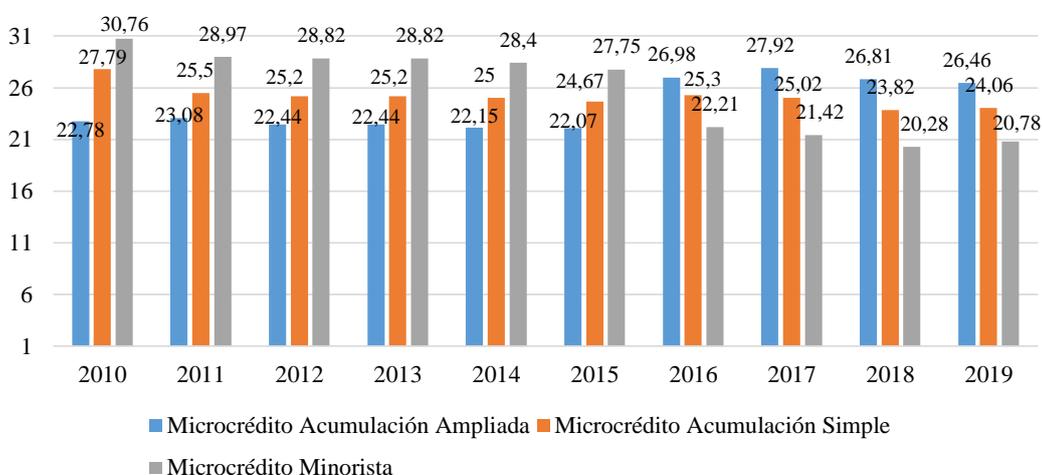


Figura 40 Tasa de interés activas referenciales. Adaptado del Banco Central del Ecuador (2021). Elaborado por autores.

Como se observa en la figura 40, las tasas de interés de dos de estas líneas de crédito han disminuido en todo el periodo de estudio, y si hacemos una comparación del año 2010 al año

2019, observamos una disminución considerable en el caso de los microcréditos minoristas, teniendo en el 2010 una tasa del 30,76% y en el 2019 del 20,78; así mismo, los microcréditos de acumulación simple en el 2010 presentaban una tasa del 17,79% y en el 2019 del 24,06% mostrando así una disminución. Sin embargo, para los microcréditos de acumulación ampliada la situación es diferente, pues en el 2010 se registró una tasa del 22,78% y en el 2019 se presentó una tasa de 26,46%, evidenciando un incremento.

Aunque se observa una disminución de las tasas de interés de dos líneas de crédito, éstas aún siguen siendo altas, volviéndose así un problema para los emprendimientos que necesitan financiamiento, siendo complicado para ellos planificarse con la tasa a pagar, lo que conlleva al cierre de sus negocios.

**4.1.3 El Crédito de Desarrollo Humano y el apoyo a los emprendimientos.** En Ecuador, existe un grupo de emprendedores que se encuentran incluidos en programas gubernamentales, con el fin de brindarles acceso a ciertos beneficios; tal es el caso de los beneficiarios del Crédito de Desarrollo Humano (CDH) (vigente desde el 2008).

Durante el periodo de estudio, el MIES destinó alrededor de USD 1.010 millones en créditos a beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano (BDH) que tuviesen proyectos para emprendimientos; el año 2010 fue en el que mayor cantidad de recursos se entregó para dicho rubro (USD 347 millones), mientras que el 2019 fue cuando menos dinero se destinó para apoyar a los emprendimientos (USD 35 millones).

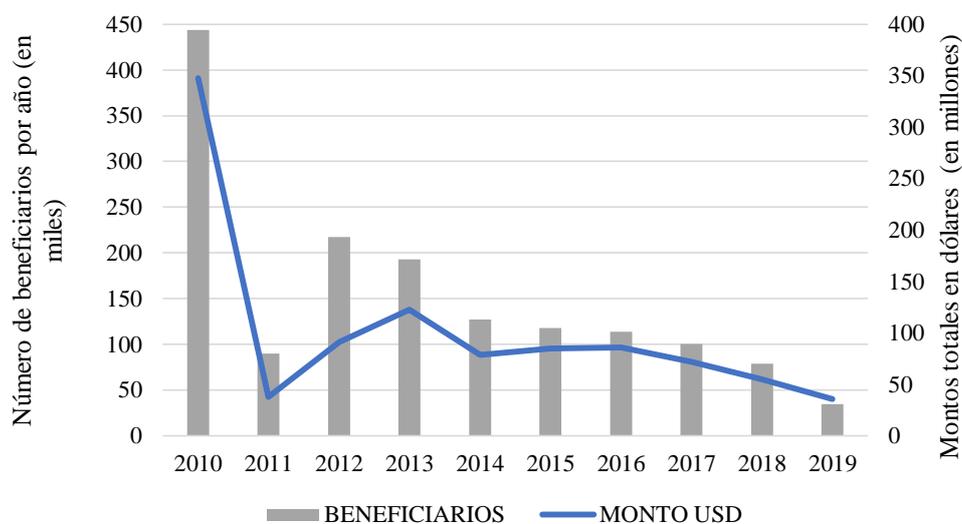


Figura 41 Crédito de Desarrollo Humano montos totales y número de beneficiarios por años. Adaptado del MIES (2021). Elaborado por los autores.

La principal razón para el descenso de beneficiarios y montos asignados entre el 2010 y el 2011 fue el control que realizó el MIES desde mayo del 2010 con el *Estudio Nacional de*

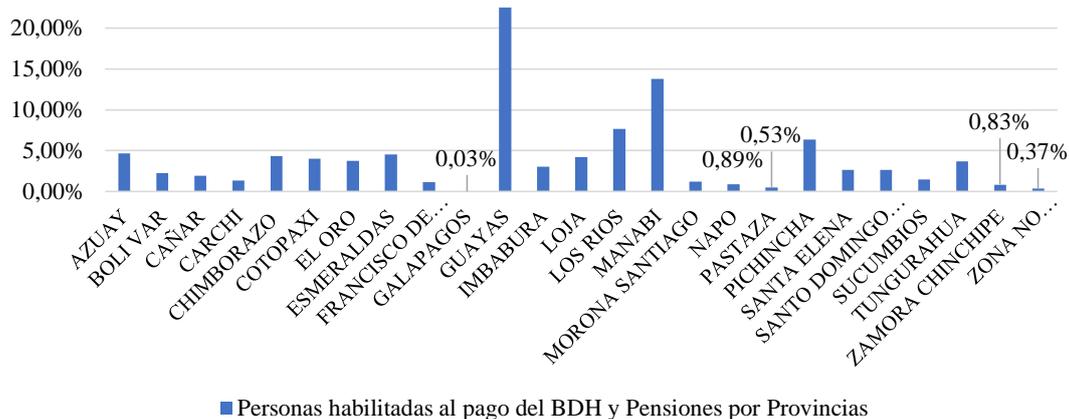
*Satisfacción de los Programas Sociales.* El reporte reveló que los beneficiarios empleaban ya sea el total o una parte del crédito para cubrir otras necesidades como escolaridad, adecuación y construcción de vivienda, pago de deudas, gastos por enfermedad o necesidades de salud; en menor medida, el recurso se destinó para actividades como la creación de un negocio propio, bazar, tienda (mejoramiento o inicio), crianza de animales, compra de mercadería, cultivos, entre otros (Zambrano, 2011).

A pesar de los resultados obtenidos por parte del *Estudio Nacional de Satisfacción de los Programas Sociales* y las reducciones realizadas en el 2011, para el año 2012 se incluyeron a más de 300 mil personas al programa del BDH, incrementando así el número de beneficiarios de dicho bono y, en consecuencia, el monto total destinado a los CDH.

A partir de marzo del 2013, se empezó a reducir el número de beneficiarios de BDH, a tal punto que, para octubre del mismo año, hubo una disminución de 178.738 beneficiarios, siendo el sector de las madres el más afectado, con la reducción de 159.536 madres que dejaron de recibir el BDH. Adicionalmente, por los problemas que quedaron evidenciados en el estudio desarrollado por el MIES, el proceso para el otorgamiento de CDHs comenzó a ser limitado y con un control mucho más riguroso.

Finalmente, a partir del 2014 se reduce paulatinamente el presupuesto destinado al BDH, siendo esta la principal razón por la que el monto para los CDH va decreciendo, a medida que transcurre el periodo de estudio.

**4.1.3.1 Distribución del Bono y Crédito de Desarrollo Humano, por provincias** La figura 42 presenta el porcentaje de distribución, por provincias, del total de personas que fueron habilitadas/beneficiadas para recibir el BDH a nivel nacional, durante el periodo 2010-2019. Guayas consta como la provincia con mayor número de beneficiarios del BDH (22,57% del total, a nivel nacional); dato que resulta acertado, siendo la provincia con mayor número de habitantes (al 2020, más de 4 millones), y que registra una alta tasa de pobreza por ingresos (14,1%, según datos del INEC y su informe sobre pobreza y desigualdad).



■ Personas habilitadas al pago del BDH y Pensiones por Provincias

Figura 42. Distribución (%) de personas habilitadas para recibir el Bono de Desarrollo Humano, por provincia (consolidado 2010-2019). Adaptado del MIES (2021). Elaborado por los autores.

La provincia de Manabí, siendo la tercera más poblada y con una de las tasas de pobreza por ingresos más elevadas del Ecuador (18,3%), ocupa el segundo lugar en la distribución de beneficiarios del BDH (13,83%), mientras que el tercer lugar le corresponde a Los Ríos (7,65%). En contraposición, se encuentran Pastaza (0,53%), las Zonas no delimitadas (0,37%) y Galápagos (0,03%), que por estar en el grupo de provincias menos pobladas, tienen una menor incidencia de beneficiarios del BDH.

Respecto a la distribución de beneficiarios del CDH durante el periodo 2010-2019 por provincias, entre las diez que mayor número de créditos recibieron, Guayas consta en primer lugar, con cerca de 378 mil beneficiarios, seguida de Manabí, con 208 mil, y Los Ríos, con 157 mil créditos recibidos. Por su parte, la provincia de Loja se ubica en octavo lugar, con alrededor de 51 mil beneficiarios del CDH, seguida por El Oro, con 43 mil y Sto. Domingo de los Tsáchilas, con 40 mil.

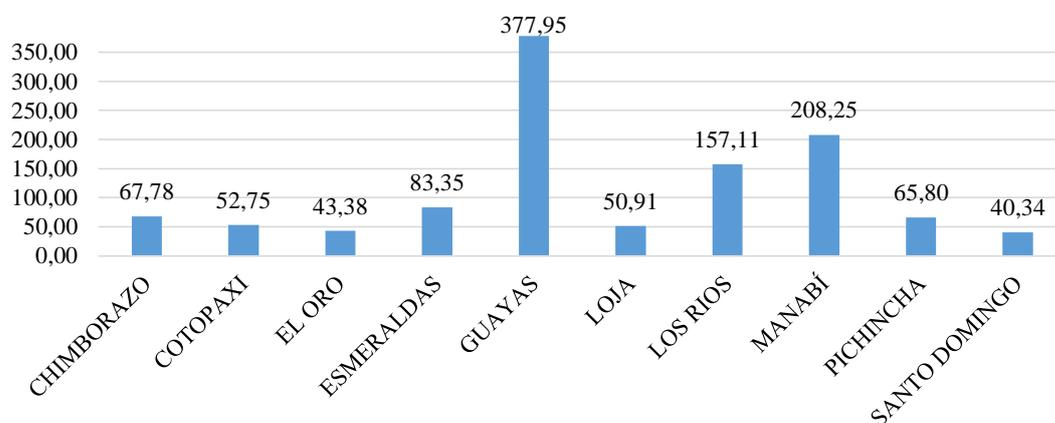


Figura 43 Montos totales del Crédito de Desarrollo Humano, otorgados por provincia (las que más recibieron). Adaptado del MIES (2021). Datos expresados en miles de USD. Elaborado por autores.

En síntesis, Guayas, Manabí y Los Ríos son las provincias que mayor número de CDH recibieron durante el periodo de estudio; esto es consistente con lo expuesto en la figura 42 (personas habilitadas para recibir el BDH, por provincia), pues coinciden con aquellas provincias en las que hay más número de beneficiarios del BDH.

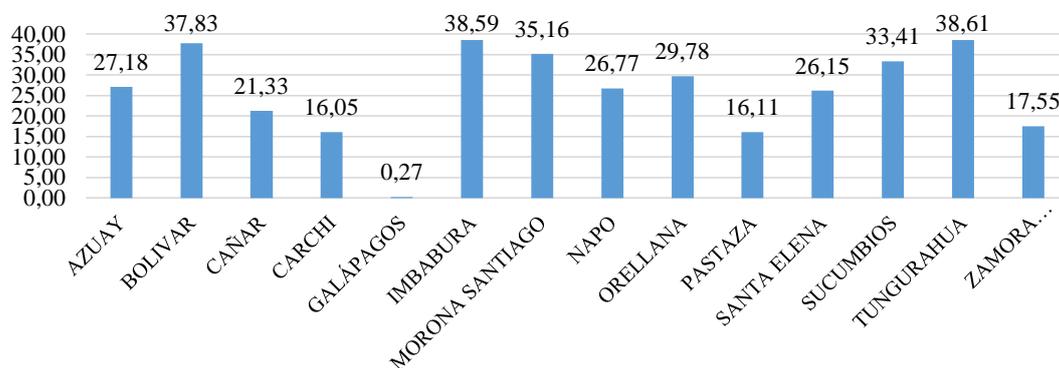


Figura 44 Crédito de Desarrollo Humano otorgados por provincia (las que menos reciben). Adaptado del MIES (2021). Datos expresados en miles. Elaborado por autores.

En la Figura 44, se sigue la lógica planteada antes de que la cantidad de CDH otorgados depende en gran medida del número de beneficiarios de BDH existentes en cada una de las provincias.

**4.1.3.2 Crédito de desarrollo humano por género y edad.** En la figura 45 se muestra la distribución de los Crédito de Desarrollo Humano por género durante el periodo 2010 - 2019, el mismo refleja que son las mujeres quienes más acceden al CDH, esto también se debe a que la mayoría de las personas que reciben el BDH son mujeres.

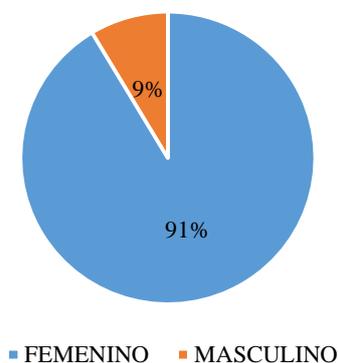


Figura 45 Crédito de Desarrollo Humano por género. Adaptado del MIES (2021). Elaborado por autores.

De la totalidad de personas que acceden al Crédito de Desarrollo humano (1.515.404), el 91% de ellas son mujeres (es decir 1.380.259 mujeres acceden al crédito de Desarrollo humano), mientras que solo el 9% de las personas son hombres (135.145); es por ello que en

el monto del total de los créditos desembolsados se aprecia que hay mayor monto para las mujeres, siendo de igual manera que de alrededor de USD 1.009 millones el 91% ha sido desembolsado para los emprendimientos impulsados por mujeres.

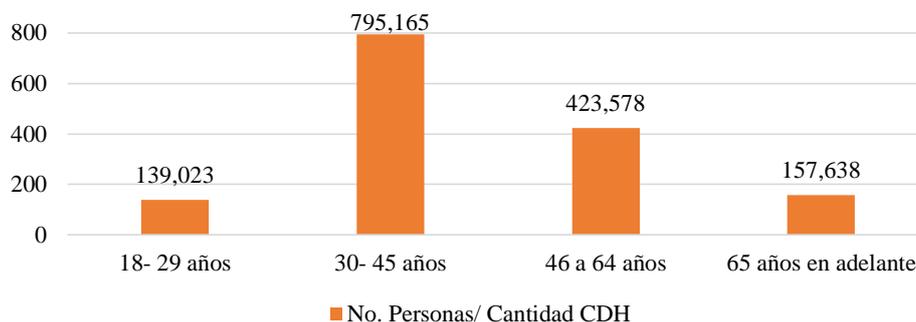


Figura 46 Crédito de Desarrollo Humano por edad. Adaptado del MIES (2021). Elaborado por los autores.

En cuanto al grupo por edad en el que se concentra la concesión de los CDH, es de 30-45 años, seguido de 46 a 64 años, luego de 65 años en adelante y en último lugar de 18-29 años, lo cual visto desde la perspectiva de que estos créditos se los otorgan a personas beneficiarias del BNH, es comprensible que el mayor grupo sea el de 30-45 años y el menor en del 18-29 años.

Sin embargo, una apreciación negativa en esta variable, es que al vincularlo con el dato de que gran parte de las personas que acceden al CDH, son mujeres entre 30-45 años, evidencia la dificultad que tiene un gran número de población económicamente activa (PEA), en insertarse a las actividades económicas del país, y por ende presentan bajas condiciones de vida.

**4.1.3.3 Crédito de desarrollo humano por sectores.** En la figura 47 se muestra la distribución del Crédito de Desarrollo Humano por sectores, por montos totales menores a USD 10 millones, durante el periodo 2010 – 2019. Los tres sectores que durante los diez años de análisis recibieron mayor cantidad de recursos fueron el de los servicios personales y del hogar (guardería, jardinería, gasfitería, servicios de limpieza, lavandería) con USD 1.440,47 millones, siendo superado por los sectores de la fabricación de productos químicos, derivados del caucho y del plástico y por el sector de la textilería, prendas de vestir e industria del cuero con USD 2.232,27 y USD 7.169,67 millones, respectivamente para cada sector mencionado con anterioridad sumando en total estos tres sectores USD 10.842,41 millones los mismos que acumulan más usuarios que reciben el bono de desarrollo humano (17.462 usuarios) y que para comenzar o continuar con sus actividades económicas acceden al crédito.

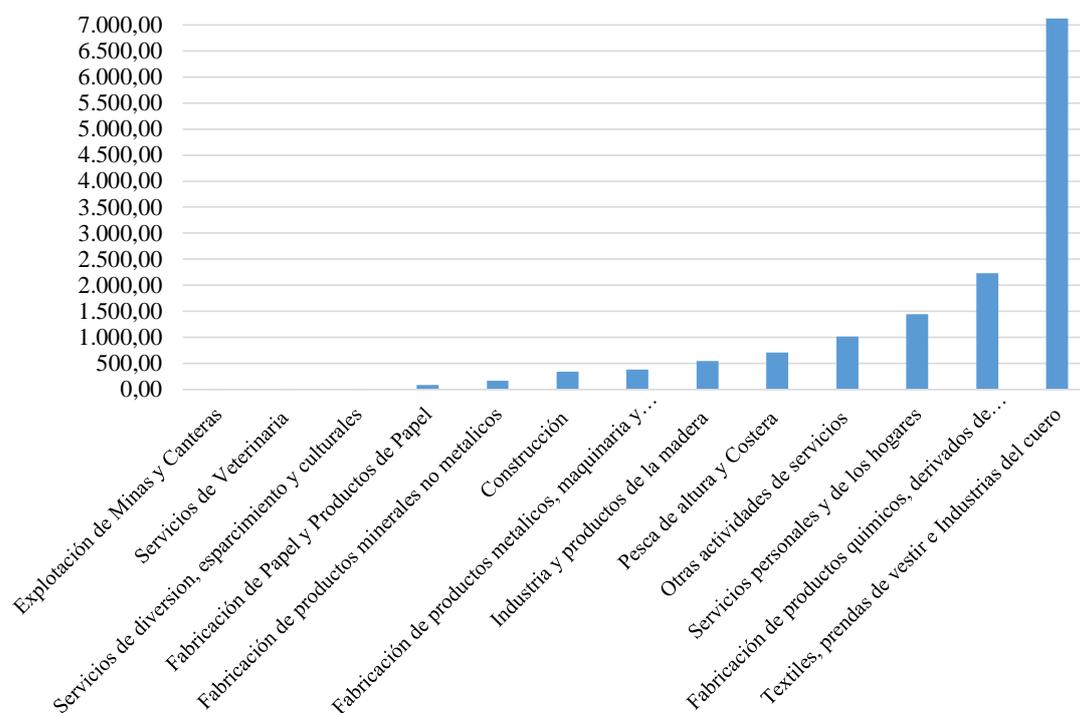


Figura 47 Crédito de Desarrollo Humano por sectores menores a USD 10 millones. Adaptado del MIES (2021). Elaborado por autores.

Del mismo modo, en la figura (de izquierda a derecha) existen ocho sectores que tienen un porcentaje extremadamente menor, en comparación al sector de los textiles. En total, los montos de crédito otorgados a estos pequeños sectores no superan los USD 1.533,60 millones y sus beneficiarios han sido apenas 2.358 usuarios; la razón consiste en que son sectores donde pocas familias se benefician del BDH y, por tanto, son pocos los usuarios que solicitan créditos de este tipo. Por ejemplo, en el cantón San Lorenzo de la provincia de Esmeraldas, de las 45 familias que se dedican a realizar actividades relacionadas a canteras y minerías, 35 de ellas cuentan con un integrante que recibe el BDH; esto nos explica el por qué, en los diez años de análisis, el sector minero solo acumuló cinco usuarios que accedieron al crédito, agregando que el monto otorgado a cada usuario es poco relevante en comparación con los elevados costos que demanda ser partícipe de dicho sector.

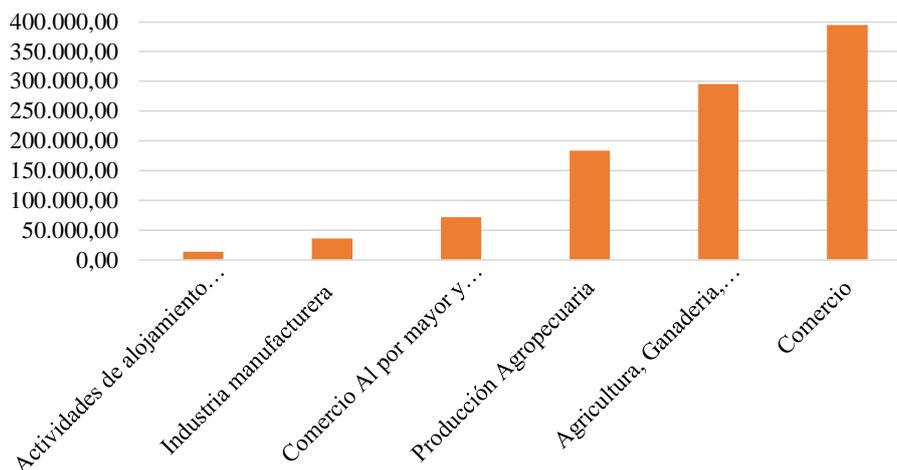


Figura 48 Crédito de Desarrollo Humano por sectores mayores a USD 10 millones.

Adaptado del MIES (2021). Elaborado por autores.

En esta figura 48 se observan los montos totales de crédito por sector mayores a USD 10 millones, se identifica que el 39,12% de los créditos otorgados se dirigieron para emprendimientos del sector comercio, seguido por el sector agrícola y agropecuario, con el 29,25% y 18,18% respectivamente, lo que indica que el mayor porcentaje de inversión de los créditos recibidos van dirigidos hacia emprendimientos de tipo comercio, como ventas al por mayor y menor de abarrotes, ropa, entre otros. La razón para invertir en este sector se debe a que en él se requieren bajos niveles de tecnología, a diferencia de otros como el sector de manufactura; otra razón es la baja inversión inicial necesaria, pues se requiere únicamente lo correspondiente al inventario inicial y las ganancias suelen obtenerse de manera inmediata.

Por su parte, los sectores agrícola y agropecuario recibieron un monto total de crédito menor al sector del comercio, debido a que los valores otorgados como crédito individual son muy bajos en comparación con los requerimientos de inversión por parte de dichos agentes: el costo de semillas, plantas, fertilizantes químicos, abonos orgánicos, materiales para el arado y sembrío, entre otros, suman un monto elevado en comparación con lo que pueden recibir como crédito. Quienes lo reciben deben someterse a cultivar plantas de ciclos cortos para poder vender su cosecha y obtener ingresos que apenas logran cubrir sus costos de inversión y les permita subsistir; también pueden criar animales que se desarrollen rápidamente y cuyos gastos correspondientes a crianza y cuidados no sean tan excesivos.

#### 4.1.4 Análisis de entrevistas

**4.1.4.1 Entrevistas específicas sobre la variable Emprendimiento** Para profundizar en el tema de los emprendimientos del Ecuador, se contó con la colaboración de los siguientes expertos:

- La Dra. Cristina Ordoñez, Especialista de Investigación y Evaluación de Políticas Públicas del Grupo FARO, organización que surgió hace 16 años con la idea fundamental de contar con un centro de investigación de acción independiente, que incida en la elaboración de las políticas públicas y la toma de decisiones, tanto en el ámbito público como privado; y,

- Carolina Vera, Directora de Emprendimiento de EPICO (Empresa Pública Municipal para la Gestión de la Innovación y la Competitividad), entidad fundada por ordenanza municipal en junio de 2019 y que dirige actividades enfocadas en ciencia, tecnología e innovación, además que apoya a las personas, instituciones y empresas de forma incluyente y sostenible.

Al consultar a las expertas sobre la percepción del desempeño de los emprendimientos y las perspectivas a futuro, ambas coinciden en que, gran parte de los emprendimientos se dan por necesidad, debido a la falta de empleo, además de contar con poca base tecnológica y poco valor agregado. A esta apreciación, la Dir. Vera agrega que, como los negocios no se crean por la identificación de un problema u oportunidad, la subsistencia de los emprendedores siempre está en riesgo y por lo general no terminan constituyéndose en una empresa o unidad productiva. Por lo antes mencionado, las expectativas sobre el futuro de los emprendimientos en Ecuador se fundamentan en la Ley de Emprendimiento, aprobada en el año 2020, y las políticas que el actual gobierno formule e implemente.

Por su parte, la Dra. Ordoñez comenta que los obstáculos que enfrentan los emprendimientos ecuatorianos durante su existencia son diversos: desde el tiempo y costo que conlleva la tramitología y regulaciones laborales, hasta las dificultades de acceso a financiamiento o tasas de intereses elevadas. Al respecto, la Dir. Vera considera que, debido a que gran parte los emprendimientos se crean por la carencia de empleo, si se presenta una oportunidad laboral, se abandona el emprendimiento; a esto se suman externalidades como la recesión económica, misma que provoca limitaciones en el consumo, por lo que el crecimiento de los emprendimientos también se ve limitado.

La Dra. Ordoñez coincide con la premisa de un grupo de expertos, quienes consideran que la actividad económica de las grandes empresas genera importantes efectos negativos sobre los emprendimientos ecuatorianos; por el contrario, la Dir. Vera considera que “el problema con las grandes empresas radica en que si no se comprueban las prácticas desleales, solo se está conjeturando”, además menciona que, “si los organismos encargados de detectar y sancionar no han comprobado nada, entonces no hay motivos que lleven a creer como cierto que las grandes empresas están afectando al mercado”. Sin embargo, ambas coinciden en que las

grandes empresas cuentan con mejores herramientas/recursos para captar el mercado y, debido a que poseen economías de escala, ofrecen mejores precios que los emprendimientos; por ello, consideran que lo importante de este problema estructural, es tratar de crear los nexos o encadenamientos productivos necesarios, entre emprendimientos y empresas grandes, de manera que éstas se abastezcan de materias primas, insumos y productos provenientes tanto de emprendimientos como de las pequeñas empresas.

Desde el punto de vista de las expertas, la falta de innovación y la no diferenciación en el mercado ha sido y sigue siendo un punto importante que impide el crecimiento de los emprendimientos. Tal como se afirmó previamente, la existencia de oligopolios en el mercado nacional sí puede llegar a afectar negativamente el desarrollo de los emprendimientos, pero no es la única forma de visualizar el impacto que tiene la presencia de oligopolios: al ser un problema estructural de la economía ecuatoriana, no se lo puede solucionar fácilmente; lo importante es enfocarse en formular estrategias que permitan transformar las relaciones entre estos agentes o, en su caso, como menciona la Dir. Vera, “buscar su segmento de clientes correctos y solucionar el problema o necesidad de ese segmento de clientes con productos apropiados y diferenciados para poder llegar a tener un precio *Premium* y poder ser sostenible a través del tiempo”.

Considerando que en el 2020 se aprobó la Ley de Emprendimientos, misma que tiene por objeto establecer un nuevo marco normativo que incentive el emprendimiento, el desarrollo tecnológico y la innovación, la Dra. Ordoñez plantea que su implementación era necesaria ya que “no había nada que regularice el funcionamiento de los emprendimientos y legaliza nuevas formas de obtener financiamiento, como el crowdfunding”; pese a esto, critica la creación del Consejo Nacional de Emprendimiento e Innovación, pues lo considera como incremento de burocracia en el proceso. Por su parte, la Dir. Vera considera que a la ley le hizo falta incluir el punto de “generar incentivos para que las grandes y medianas empresas se conviertan en empresas tractoras y que se abastezcan de materias primas de pequeñas empresas o microempresas”.

Finalmente, ambas representantes coinciden en que es necesario implementar las siguientes políticas y/o estrategias en el Ecuador para impulsar el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos:

- Que las políticas o reformas ya existentes sean de mediano y largo plazo para que ejerzan un mayor impacto en la sostenibilidad de los emprendimientos;

- Facilitar la capacidad de ciertas instituciones públicas para otorgar capital semilla o fondos no reembolsables;
- Crear encadenamientos productivos entre los oligopolios y emprendimientos, con el fin de impulsar el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos ecuatorianos;
- Crear un programa o conexión de comercialización de la tecnología que se origine en las universidades o centros de investigación de manera que, desde el sector público y privado, se favorezca la creación de emprendimientos, *start ups* e innovaciones; y,
- Mejorar el acceso a financiamiento.

**4.1.4.2 Entrevistas específicas sobre la variable Oligopolio.** Para abordar en el tema de los oligopolios en el Ecuador se contó con la colaboración, a modo de entrevista, del Economista y Contador Público Autorizado Gabriel Jaramillo, docente investigador del Instituto Tecnológico Bolivariano de Guayaquil y de la Universidad San Francisco de Quito; cuenta con más de 17 años de experiencia en auditoría externa y es Director de JARAMILLO Y ASESORES, específicamente, en el área de auditoría y consultoría.

Al consultar al experto si considera que la estructura económica del Ecuador es oligopólica, señala que esto depende del sector económico al cual se esté refiriendo en el momento, pues, citando ejemplos para comprender su respuesta, están el sector bancario y el de distribución de combustibles para transporte terrestre: explica que el primer sector no representa una figura oligopólica debido a que gran parte del sector se encuentra dividido en múltiples instituciones financieras, sin tomar en consideración a las cooperativas de ahorro y crédito; mientras que el segundo en mención si contaría como una figura oligopólica debido a que son pocas las empresas que se concentran en esta actividad económica. Recalca también que depende mucho del nicho de mercado al cual se ve interesado las empresas de un sector.

Por otro lado, el Econ. Jaramillo manifestó que los obstáculos más comunes a los que se enfrentan los emprendedores en el Ecuador, son:

- 1) La interrogante sobre el producto o servicio en el que se desean especializar.
- 2) Poco manejo de estrategias que vayan acorde al ritmo del comportamiento de los consumidores, de manera que traten de afianzar la lealtad o la fidelidad de los clientes hacia los emprendimientos.
- 3) No se crean cadenas de valor.
- 4) Falta de respuesta hacia los cambios inesperados (sean estos de carácter económico o de otra índole), como en el caso de la pandemia que, en primera instancia, fue una

emergencia sanitaria y luego pasó a afectar a todos los sectores, tanto a nivel económico, social y cultural.

Los obstáculos antes mencionados limitan o impiden el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos en el país; otra gran parte de los limitantes se estructuran dentro del propio mercado, es decir, el comportamiento propio de la economía y de las oportunidades que utilizan o no los emprendedores.

Por su parte, la Dra. Cristina Ordoñez y la Dir. Carolina Vera, expertas en emprendimiento, consideran que la presencia de grandes empresas en el país representa una importante dificultad que demarca la sobrevivencia de los nuevos negocios; sin embargo, el Econ. Jaramillo señala que la presencia de oligopolios en el país no afecta de manera circunstancial a los emprendimientos, ya que se habla de dimensiones totalmente distintas en cuanto a tamaño, recursos económicos y capital humano: las grandes empresas cuentan con personal más capacitado, sistemas más sofisticados y mayor experiencia, por tanto, los emprendimientos no compiten directamente con las grandes empresas, “es por ello que pueden verse afectados no por la presencia de los otros sino por el comportamiento en la economía y las oportunidades que se presentan o no”.

Dada aquella consideración, el Econ. Jaramillo afirma que es importante para los emprendedores adquirir la habilidad para aprovechar las oportunidades que se presentan en el mercado, que cada día es más cambiante. Si bien los nuevos negocios son creados por necesidad temporal, no estaría de más que puedan plantearse una visión a futuro, y una forma de hacerlo es tratando de imitar ciertos modelos de negocio que han resultado exitosos, aunque siempre es necesario crear su propia característica diferenciadora.

Aunque existe un marco legal que intenta regular la gran influencia que poseen los oligopolios sobre el mercado, es probable que estos continúen desarrollando cada vez más su predominio sobre el ambiente económico en el que se desenvuelven; el Econ. Jaramillo considera que esto se debe a la gran concentración, no solo del volumen de clientes sino también del poder de negociación que mantienen tanto con proveedores como acreedores financieros, sumando a esto la diversificación que realizan después de los buenos resultados que les genera su primera actividad económica. Para el experto, lo antes mencionado es muy sano desde el punto de vista financiero, “ya que incluye aumento de inversión, aumento de consumo y eso al final crea una sinergia en la economía, por la apertura de nuevos empleos o inclusive empleos indirectos” que en conclusión, trata de evidenciar que la influencia que tienen los oligopolios es importante, pues a medida que éstos van creciendo también van

mejorando la economía, aunque el aspecto negativo sea que “se vuelcan a la concentración debido a que van incorporando nichos de mercado más grandes...”

Finalmente, el Econ. Jaramillo considera que deberían existir políticas que sirvan en pro de los emprendimientos. En el ámbito del apalancamiento financiero, las políticas a ser consideradas, son:

- 1) Repotenciar las líneas de crédito que se otorgan a través de la CFN, que si bien están dirigidos para negocios que ofrezcan productos ya industrializados (porque la idea en el fondo es de que exista mayor desarrollo de industrias en el Ecuador), también deben promover las exportaciones y el ingreso de divisas para la economía del país.
- 2) Ayudar a tecnificar los procesos de producción para mayor eficiencia, mejoramiento de las cadenas de costos e incremento de rentabilidad.
- 3) Convocar, por medio de *clúster* económicos, a ciertos sectores productivos o empresas para que contribuyan al desarrollo de ventajas competitivas; mediante acuerdos comerciales lograr que las empresas ecuatorianas puedan dirigir sus productos hacia el exterior con mejores condiciones, menos trabas, que de cierta forma ayuda a las empresas grandes, pero también es un incentivo tanto para los emprendimientos ya existentes como para los futuros.

**4.1.5 Oligopolios - crecimiento y desarrollo de los emprendimientos.** Considerando las diversas variables de emprendimiento y la información otorgada por los índices de concentración (oligopolio) en el periodo de análisis, se demuestran *altos niveles de concentración* en los sectores analizados; por su parte, la *actividad emprendedora temprana* (TEA) en Ecuador es alta.

A pesar de lo previamente planteado, las motivaciones que tienen los emprendedores por iniciar un negocio suelen estar lideradas por la necesidad (escasez de empleo); por otro lado, el sector de comercio (*orientado a clientes*) resulta ser aquel que concentra el mayor número de emprendedores, ya sea esto por el número de empresas que existen en el sector (emprenden con la idea de que la actividad recibe muchas ganancias) o por los bajos requerimientos de inversión y recursos tecnológicos que el mismo demanda. Sin embargo, contrastando con la información obtenida por los índices de concentración, sectores de comercio como el de lácteos, supermercados, compra y venta de bicicletas, entre otros, son mercados cuyos niveles de ventas están liderados por las empresas más grandes, lo que complica el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos que inician sus actividades en dichas industrias.

La formalización de los negocios es un aspecto que se destaca dentro de las variables de análisis de los emprendimientos; aunque el mayor porcentaje de formalización se encuentra en

los negocios establecidos, éste es uno de los grupos que menor porcentaje de emprendimientos presenta de acuerdo al nivel de madurez, debido a que en la etapa de emprendimientos nuevos es cuando se empiezan a tomar en consideración variables como las expectativas de crecimiento, los problemas para obtener financiamiento o la falta de rentabilidad, mismas que son determinantes al momento de decidir si continuar o cerrar el negocio.

Debido al tiempo prolongado que toma la tramitología en el Ecuador, sumado a que el porcentaje de emprendimientos que continúan con sus actividades es bajo, son pocos los que inician el proceso de formalización en la etapa de *nuevos*, quienes una vez logrado el objetivo, pasan a categorizarse como *establecidos*. Por otro lado, aquellos emprendimientos que deciden cerrar por *no ver futuro* en el negocio, fomentan el crecimiento de la tasa de cierre de negocio, a tal punto que, si bien la TEA es elevada, la tasa de cierre también lo es; por tales motivos, el emprender en Ecuador resulta un desafío que requiere estar siempre a la expectativa del desenvolvimiento del mercado.

En cuanto a las empresas que ocupan el lugar de *las más influyentes*, por el hecho de que ya tienen muchos años constituidas en el Ecuador, sus estructuras de costos se encuentran a niveles de *economía de escala*, por lo que resulta muy complejo eliminar el poder de mercado que dichas empresas llegan a tener. Esta complejidad genera efectos negativos ya que resta competitividad en los mercados ecuatorianos; además de que la situación para los emprendimientos es cada vez más difícil, ya que son negocios que apenas inician sus actividades y las estructuras de costos que poseen no les permite competir o adaptarse a los precios ya establecidos en el mercado.

Cuando los emprendedores buscan financiamiento para invertir e impulsar el crecimiento de sus negocios, las tasas activas referenciales de microcréditos que se ofrecen en las instituciones del sistema financiero nacional son altas. Una opción que tienen cierto grupo de emprendedores (aquellos beneficiarios del BDH) es acceder a los CDH, puesto que representa una forma de obtener recursos monetarios sin tener que pagar intereses, esto debido a que solo dejan de percibir, por algunos meses, el pago mensual del BDH, dependiendo del monto otorgado por la entidad correspondiente (MIES).

Respecto a los montos otorgados a nivel nacional por concepto de CDH durante el período de estudio, se logró identificar a qué sectores se les ha destinado mayor cantidad de dinero, obteniendo así que, entre los más beneficiados (montos mayores a USD 10 millones) encontramos al sector de comercio al por mayor y menor, sector de la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca (productos primarios/insumos), y el sector de la producción agropecuaria (productos elaborados/que han pasado por un proceso de producción); estos sectores coinciden

con ser los mismos que concentran el mayor número de emprendedores y beneficiarios del BDH.

El análisis de los créditos otorgados está realizado en consideración a que dichos montos sean utilizados en su totalidad para iniciar, continuar o ampliar las actividades productivas del emprendedor. Sin embargo, los resultados reflejan que, en ciertas ocasiones, los beneficiarios del BDH deciden solicitar los créditos para cubrir cualquier eventualidad doméstica, gastos de salud, de vivienda, entre otros; esto, sumado a la poca formalización de los negocios, ocasiona el estancamiento de los mismos, pues no crecen, no se desarrollan y no implementan innovaciones tecnológicas. En consecuencia, cuando los emprendedores determinan que sus costos son mayores que sus ingresos, muchos optan por cerrar, creando un problema adicional que incide en una TEA alta: cuando un negocio no funciona, los emprendedores suelen cambiar de actividad económica, es decir, vuelven a empezar, pero en una actividad diferente.

Acotando al análisis con respecto a la dinámica de los emprendimientos, se puede rescatar lo aportado por los expertos, respecto a los ámbitos sobre los que fueron consultados; ellos determinan que la mayor parte de los emprendimientos nacen por la *necesidad del momento* que tienen algunas personas o familias, pero que al surgir una nueva oportunidad laboral bajo relación de dependencia se desenfocan o interrumpen la continuidad del negocio iniciado. Los expertos también manifiestan que factores como la falta de convicción, de metas, de característica diferenciadora del producto o servicio que ofrecen, las limitaciones de acceso a créditos de inversión o de capital semilla por parte de aquellos agentes que no poseen los suficientes recursos propios para iniciar sus actividades, impiden la maduración del sector emprendedor ecuatoriano.

Otro punto relevante es que las expertas en el ámbito de los emprendimientos coinciden en que la presencia de oligopolios en el país sí ha representado una limitante empírica para el crecimiento de los pequeños negocios, ya que para estos resulta difícil competir con los precios o caracterizaciones que las grandes empresas ya han colocado en el mercado; por ello, consideran que la mejor alternativa para intentar reducir los efectos negativos de los oligopolios sobre los emprendimientos es la creación de *nexos o encadenamientos productivos* necesarios entre ambos agentes.

Por su parte, el experto en el ámbito de los oligopolios, discrepa sobre el análisis de las expertas en emprendimiento: desde su observación y estudio, considera que las grandes empresas no significan un impedimento para el crecimiento de nuevos negocios debido a que se habla de dimensiones totalmente diferentes en cuanto a tamaño, recursos económicos y capital humano. Manifiesta que los modelos de negocio implementados por las grandes

empresas han resultado ser un éxito, por lo que deberían servir como punto de referencia o guía para la aplicación de estrategias de mercado por parte de los emprendimientos, de tal forma que tengan mayores posibilidades de crecer; además del esfuerzo por la adquisición de habilidades que les permitan aprovechar las oportunidades que se crean en el propio mercado.

Finalmente y pese a las discrepancias antes expuestas, los tres expertos coinciden al recomendar estrategias para enlazar a las grandes empresas con las Mipymes, de tal forma que beneficie en mayor grado a los negocios nacientes; esto es, incentivar a la creación de *encadenamientos productivos* y de *clústers* para formar lazos de trabajo, de recomendaciones, de desarrollo y estrategias que les permitan también volverse más competentes, con el fin de impulsar los rendimientos productivos tanto de los emprendimientos ya existentes como de los que surjan en el futuro.

## Capítulo V

### Propuesta

#### 5.1 Título de la Propuesta

Programa de encadenamiento productivo entre los grandes grupos empresariales y Mipymes del Ecuador para impulsar el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos nacionales

#### 5.2 Justificación

La economía ecuatoriana presenta diversas características particulares, entre ellas está que en Ecuador no ha existido una clase empresarial que se caracterice por ser innovadora y austera desde el punto de vista moral; tomando en consideración que los oligopolios se forman a partir de barreras a la entrada de nuevos competidores o por la diferenciación/especialización del producto ofertado, y dado el caso que el mercado sólo tiene espacio para dos o tres empresas oligopólicas que producen a gran escala, las empresas más pequeñas son incapaces de competir.

Considerando que, de los ocho sectores económicos analizados y diagnosticados a través de los índices *IHH*, *Cr4* y *M*, más del 60% se encuentran en la categoría de *altamente concentrados*; además de que el desempeño de los emprendimientos, si bien ha sido una variable que aporta a la generación de ingresos para los emprendedores, éstos no poseen ni el espíritu, ni el ambiente propicio para crecer y desarrollarse; se propone un programa de encadenamientos productivos como solución a la problemática que involucra a los sectores antes mencionados, que si bien no interactúan de manera directa, las acciones que pueda tomar uno de ellos pueden llegar a afectar (directa o indirectamente) al otro.

El encadenamiento productivo es uno de los ejes principales dentro de la política económica e industrial, tan importante como la competitividad, la eficiencia y rendimientos basados en la innovación y la buena aceptación de las empresas en el mercado; este proceso es una alternativa de comercialización que, si bien requiere grandes esfuerzos de firme asociatividad y producción, se convierte en un camino seguro por el cual muchas pequeñas empresas y emprendedores podrán desarrollar sus negocios y mantenerlos en el mediano y largo plazo.

La Dra. Cristina Ordoñez, Especialista de Investigación y Evaluación de Políticas Públicas del *Grupo FARO*, destaca la importancia de generar encadenamientos productivos entre los pequeños productores y las empresas que conforman oligopolios en las industrias ecuatorianas: la presencia de estos últimos no debe significar una limitante para el desarrollo de nuevos emprendimientos, sino más bien una oportunidad para crear asociaciones entre pequeños productores que puedan solventar las necesidades de materias primas o de servicios de las empresas más grandes.

En programas formulados por el Ministerio de Industrias y Productividad, se especifican cuáles son algunos de los problemas que generan deficiencia en la industria nacional, tales como:

- Producción del país con bajos niveles de innovación, conocimiento y valor agregado;
- Falta de interés de las empresas para procesos de asociatividad;
- Limitada comunicación y cooperación entre el sector productivo y las instituciones de apoyo tanto nacional como local;
- Debilidad de organizaciones gremiales en su estructura técnica para elaborar propuestas productivas; y,
- Descoordinación al interior de la cadena productiva, ocasionando mala calidad en los productos de cada eslabón productivo.

Estas limitantes se han convertido ya en problemas estructurales que deben ser superadas desde los escenarios económicos más pequeños de cada industria; para ello, se plantean los encadenamientos productivos como una dinámica conocida, pero que no ha tenido los resultados esperados para favorecer el crecimiento de los emprendimientos y que sirvan como alternativa a replicarse.

### **5.3 Objetivos de la propuesta**

#### **5.3.1 Objetivo General.**

Formular un programa de encadenamiento productivo entre los grandes grupos empresariales y Mipymes del Ecuador para impulsar el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos nacionales

#### **5.3.2 Objetivos específicos**

1. Crear incentivos para que los grandes grupos empresariales se abastezcan de materia prima proveniente de las Mipymes.

2. Establecer los lineamientos que permitan la ejecución del programa de encadenamientos productivos.

3. Definir las etapas, indicadores y metas del programa de encadenamientos productivos entre los grandes grupos empresariales y Mipymes del Ecuador para impulsar el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos nacionales.

### **5.4 Institución Ejecutora**

Para la implementación del programa es necesaria la intervención de diversos sectores, entre ellos están:

- Gubernamental: GAD's provinciales, Dirección General de Industria, y de la Pequeña y Mediana empresa, Ministerios de: Agricultura y Ganadería, Acuicultura y Pesca, Economía y Finanzas, Inclusión Económica y Social, Ambiente, Turismo, Transporte.
- Empresarial: aquellas empresas grandes de los distintos sectores económicos ecuatorianos, además de las Mipymes.
- Académico: Instituciones de Educación Superior Públicas y Privadas.

## 5.5 Beneficiarios

**5.5.1 Directos:** Entre los beneficiarios directos del programa están: las Mipymes (quienes podrán aumentar su capacidad productiva y tener asegurado un *destino o cliente* para su producción); las grandes empresas de los distintos sectores económicos del Ecuador (quienes podrán abastecerse de materia prima con mejores costos y ser beneficiados con diversos incentivos tributarios), de manera que puedan convertirse en empresas *proveedora* y empresa *cliente*; además de los beneficios que obtiene la academia al poder vincular a sus estudiantes en procesos y situaciones empresariales reales.

Además, con la vinculación entre las Mipymes y las grandes empresas, los consumidores se benefician al tener acceso a variedad de productos que, sin la vinculación, resultarían desconocidos.

**5.5.2 Indirectos:** La sociedad en general, pues al involucrar en el, a los principales sectores que mueven la economía de un país, se impulsa significativamente el dinamismo de dicha economía.

## 5.6 Antecedentes

La historia empresarial del Ecuador se ve marcada por la presencia y dominio de los oligopolios, pero también las Mipymes que, a pesar de las deficiencias y dificultades que enfrentan durante su tiempo de vida, brindan estabilidad e ingresos económicos a la población.

Frente a la relación que involucra a las grandes empresas y las Mipymes, por lo general se ha tratado de atender los problemas por separado; sin embargo, existen modelos que mencionan beneficios al involucrar a estos dos grupos. Además de que, en los últimos años (2013 en adelante), tanto en países de la región como en Ecuador han surgido metodologías que sugieren vincular estos sectores; entre ellas se encuentra *Creciendo con su negocio (CCSN)*, del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

Tomando en consideración los resultados obtenidos en el diagnóstico de la situación actual de los oligopolios y su incidencia sobre el crecimiento-desarrollo de los emprendimientos en

el Ecuador, con base en los criterios y sugerencias aportadas por expertos que fueron consultados mediante entrevistas, se propone la implementación de un programa de encadenamiento productivo entre los grandes grupos empresariales y las Mipymes del país, para impulsar el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos nacionales.

## **5.7 Dimensiones de la propuesta**

**5.7.1 Organizacional.** La propuesta requiere de la participación de diversas instituciones públicas y privadas (MIES, Ministerio de Economía, GAD's y todas las relacionadas en el ámbito de controlar y ejecutar proyectos que mejoren la interrelación entre los emprendimientos y las grandes empresas), mismas que deberán comprometerse en garantizar el cumplimiento de los objetivos el programa, con el fin de mejorar los aspectos económicos del país y que incidan en el desarrollo de la sociedad.

La propuesta incentiva la convergencia entre diferentes instituciones que participarán de forma tanto activa como pasivas, con el propósito de crear un nuevo orden que fomente el compromiso de cooperativismo y negociación, pura y estable, entre pequeñas y grandes empresas a través del encadenamiento productivo.

**5.7.2 Económico – Financiera:** Desde el punto de vista económico, la propuesta sugiere una reducción de la asimetría existente en el mercado ecuatoriano, causada por el fuerte desarrollo de las grandes empresas nacionales y/o multinacionales (presencia de oligopolios en varios sectores económicos) frente al lento crecimiento de los emprendimientos o su decadencia (gran número de emprendimientos que nacen por necesidad de subsistencia).

Desde el punto de vista financiero, se espera crear vías de desarrollo para los negocios nacientes debido a que, al crear relaciones comerciales más estables en las que participen un mayor número de empresas, se espera mejorar los ingresos y la dinámica comercial de las empresas en crecimiento; además de que, en base a dichas relaciones, se logre componer una estructura financiera basada en los términos acordados de gestión y en la estructura que manejan las empresas más desarrolladas.

**5.7.3 Social – Cultural.** La propuesta se relaciona con el desarrollo económico del país, mismo que implica la mejora en la calidad de vida de la sociedad en general, a través de la formalización de una cultura económica que promueva la creación de encadenamientos productivos para el desarrollo de los emprendimientos en etapa de crecimiento (que por lo general, son sostenidas por familias o por la inclusión de trabajadores externos de la familia), de modo que se impulse la creación de mayores plazas de trabajo y que las mismas no sean temporales, sino sostenibles en el largo plazo.

En el Ecuador es necesario fortalecer la comunicación entre los agentes económicos involucrados en este tipo de propuesta, por lo que la implementación de mesas de negociación y de desarrollo son indispensables; así también, es necesario crear espacios publicitarios que incentiven a los emprendimientos a disminuir el miedo a formar parte de proyectos que, a mediano y largo plazo, les puede beneficiar en mayor grado, frente a los riesgos que enfrentan en la actualidad.

**5.7.4 Ambiental.** De forma reconocible o tangible, esta propuesta no genera cambios directos en el medio ambiente de nuestro país; sin embargo, puesto que uno de los cambios que se plantean es que, al crear lazos comerciales entre pequeñas y grandes empresas, éstas últimas reciban un incentivo para el mantenimiento de dichos acuerdos (como la reducción de aranceles en la importación de maquinaria nueva), se requerirá que las empresas practiquen una cultura de responsabilidad social y ambiental, mediante la renovación de maquinarias con alternativas que empleen tecnología de punta y emitan bajos niveles de gases de efecto invernadero o nula contaminación visual/auditiva y/o de desechos tóxicos.

## **5.8 Fundamentación científico-técnica**

Históricamente, los emprendimientos han sido clave indiscutible para el sostenimiento de la economía ecuatoriana y de los niveles de empleo, exista o no una situación de crisis económica; sin embargo, en tiempos de crisis es cuando más influencia y relevancia llegan a tener. Por otro lado, los oligopolios forman parte de la estructura económica ecuatoriana, además de ser quienes dinamizan la economía nacional, por lo que la implementación de políticas públicas destinadas a su eliminación no es nada fácil y tampoco viable. Ante esta problemática, uno de los procesos que sí pueden ser llevados a cabo con las variables en cuestión, son los encadenamientos productivos.

El encadenamiento productivo es una alternativa de comercialización que requiere de grandes volúmenes de producto, razón por la cual es necesario que la organización, asociación y/o agremiación entre productores, distribuidores, comercializadores, entre otros, cuente con cierto grado de consolidación y desarrollo. En otras palabras, “es el conjunto de actores económicos asociados en la cadena de valor de un producto, que interactúan entre sí para obtener beneficios en conjunto y aumentar sus niveles de competitividad” (Rioseco, 2019); de esta manera, el compromiso entre la relación de los insumos y los productos finales va más allá de la compra y venta, puesto que, para alcanzar un mejor resultado final, se incide en la especialización de las entidades productivas que son partícipes del proceso de producción o servicio.

Otro término a considerar y asociado al encadenamiento productivo son los *clústers* (complejo productivo), misma que fue popularizada por Michael Porter en 1991, quien determinó que las actividades en las que Estados Unidos muestra fortalezas, son aquellas que están agrupadas en núcleos bien definidos, rodeadas de otras actividades que son indispensables para su buen funcionamiento y comparten relaciones de coordinación que crean sinergias que, en otras circunstancias, no existirían. La competitividad de una empresa es potenciada por la competitividad del conjunto de empresas que conforman el *clúster*; sin embargo, el mayor nivel de competitividad que puede alcanzar un *clúster* se deriva de las externalidades de las *economías de aglomeración*, de los derrames (*spillovers*) tecnológicos y de las innovaciones que surgen entre las empresas y los agentes económicos, académicos, públicos y otros, que de una u otra manera, terminan formando el complejo productivo (CEPAL, 2001).

La teoría de los encadenamientos productivos parte desde la explicación de *backward and forward linkage* (acoplamientos hacia atrás y hacia adelante) planteada por Hirschman en 1958 para mostrar cómo y cuándo la producción de un sector es suficiente para satisfacer el umbral mínimo necesario para hacer atractiva la inversión en otro sector (*backward linkage*), o eslabonamientos hacia adelante (*forward linkage*).

Basado en lo ya mencionado, Ramos (1999), afirma que una buena estrategia para potenciar el encadenamiento hacia atrás, estará asociada a la vinculación de empresas dedicadas a actividades como ser las proveedoras de insumos, de equipos, ingeniería e incluso de los servicios, mientras que el encadenamiento hacia adelante se lo relaciona con actividades como procesadoras, usuarias y comercializadoras. La base de su estrategia son los países desarrollados, en especial los pequeños y medianos que basaron su desarrollo en “la explotación de recursos naturales, pero a la par construyeron una malla de conocimientos, servicios, tecnología, maquinaria, utilización de subproductos e invención de nuevos productos en torno a los recursos naturales” (Ramos, 1999).

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), presenta diversas metodologías de encadenamiento productivo que buscan “generar sinergias para mejorar el impacto, ayudar a la eficiencia y mejorar los medios de vida” (2019). Una de las metodologías que más destaca es *Creciendo con su Negocio* (CCSN), misma que promueve el fortalecimiento de las organizaciones productivas en la construcción de modelos de negocios que generen alianzas comerciales justas y directas con nichos de mercado en condiciones equitativas; consiste en el trabajo conjunto de entidades públicas y privadas que apoyan a organizaciones productivas y grupos de pequeños productores, además de la identificación de

encadenamientos o alianzas comerciales que generen rentabilidad y crecimiento sostenido, con un enfoque de mejora en sus condiciones empresariales (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD, 2019).

La metodología consiste en 6 etapas:

- 1) Conocimiento de la oferta y la demanda;
- 2) Promoción de relaciones de negocios;
- 3) Construcción del modelo de negocio;
- 4) Elaboración de planes de mejora;
- 5) Implementación y seguimiento; y,
- 6) Vinculación y documentación.

En diversos países del mundo los encadenamientos productivos han sido clave esencial en el desarrollo de los distintos sectores económicos y sus respectivas ramas productivas.

Por ejemplo, desde el año 2013, gran parte de los encadenamientos productivos exitosos de Chile se encuentran en el sector de la agroindustria, desde un programa manejado por el *Ministerio de Agricultura* a través del *Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP)*, mismo que se encarga de crear los nexos comerciales entre los microempresarios y las distintas compañías compradoras y comercializadoras de sus productos. De acuerdo a lo compartido por Ricardo Ariztía, director nacional del INDAP a nivel productivo se han duplicado rendimientos como consecuencia de esta forma de trabajar, donde las empresas entregan las más modernas tecnologías y variedades a la pequeña agricultura, ocasionando que cada vez un mayor número de pequeños productores se convierten en microempresarios, con mejores ingresos y más autosuficientes.

Otro ejemplo es El Salvador, que desde el 2013 ya venía aplicando las metodologías de encadenamiento productivo y con CCSN, modelo adaptado desde la *Metodología de Desarrollo de Proveedores* del PNUD; el Estado de dicho país ha asesorado a diversos grupos, microempresas y emprendimientos situados en la base de la pirámide empresarial y promoviéndolos como posibles proveedores de bienes y servicios para empresas potencialmente compradoras, cumpliendo requisitos exigidos en su relación con las cadenas de suministros, tales como entregas a tiempo, calidad en el suministro, competitividad en precios, disminución de productos no conformes, entre otros.

En Ecuador, las metodologías del PNUD se han aplicado en 7 provincias desde el 2016, abarcando 846 negocios, logrando el incremento en ventas y utilidades en un 43% cada uno. Sin embargo, actualmente, el programa CCSN se encuentra aplicado en los proyectos *IDV* en Esmeraldas y Manabí (2017), *ProAmazonía* en Orellana (2020) y *APOSAE* en Zamora

Chinchipe (2021); además de que en Carchi desde 2018 se viene desarrollando un programa con esta metodología en asociación con la Prefectura del Carchi y la colaboración del Ministerio de Industrias y Productividad, además de la Universidad Técnica del Norte, con el fin de que las asociaciones mejoren la calidad de sus productos y procesos, permitiéndoles posteriormente comercializar sus productos en nuevos mercados y con mayor valor agregado.

Debido a que en la actualidad las Mipymes representan un papel importante en el desarrollo de los países, pero este sector se ve constantemente limitado al conseguir nuevos clientes o incrementar sus ganancias, es importante mencionar el modelo de Etzkowitz y Leydesdorff, llamado *Triple hélice*, como una opción para estructurar la aplicación del programa CCSN, ya que dicho modelo plantea que el accionar de las instituciones de educación superior (universidades) es fuente creadora de conocimientos, variable que juega un papel primordial en la relación entre las empresas y el gobierno. El modelo *Triple hélice* cumplirá un proceso de carácter intelectual, orientado a visualizar de qué manera evolucionan las relaciones entre la universidad y la sociedad, a la vez que se analiza la intervención de las universidades en los diferentes procesos económicos y sociales; además, se puede seguir su método de asociación para articular la estructura de los participantes del programa a desarrollarse.

## 5.9 Propuesta

La propuesta consiste en tres puntos primordiales:

**1.- Crear los incentivos necesarios y pertinentes para que las grandes empresas se vean motivadas a participar en el programa.** Entre los incentivos a considerarse están:

- Deducción de 1,25 veces los gastos por concepto de compras realizadas a las Mipymes en el proceso de cálculo del Impuesto a la Renta (IR) por 5 años;
- Reducción de aranceles por la importación de maquinaria;
- Al inicio de la relación entre empresas, se firmarán contratos de estabilidad tributaria entre las grandes empresas participantes y el Estado;
- Reducción de uno a tres puntos porcentuales al IR de sociedades, acorde a la cantidad de contratos firmados con las Mipymes como proveedoras:
  - Al menos 10 contratos, se accede a una reducción de un punto porcentual al IR;
  - Al menos 30 contratos, se obtendrá una reducción de dos puntos al IR; y,
  - Al menos 60 contratos, se concederá una reducción de tres puntos al IR.
- Reducción del 90% del IVM, en vehículos que sean exclusivamente destinados al intercambio productivo (abastecimiento o distribución) entre las grandes empresas y las Mipymes.

**2.- Aplicación del modelo de Etzkowitz y Leydesdorff (Triple hélice) para asegurar la participación de los sectores estratégicos.** Las universidades son el punto de partida para la aplicación del programa, pues desde ellas se deben crear las estrategias y acciones que estimulen la investigación, el desarrollo e innovación (I+D+i), necesarios para el crecimiento tanto de las empresas involucradas en el programa, como de las instituciones de educación superior que forma parte del mismo. Además, vinculando a las empresas y universidades se puede empezar a aplicar el término *universidad emprendedora*, mismo que toma en consideración la variedad de formas en las que el campo académico llega a producir y comercializar conocimiento, sean estas patentes, licencias o start-ups.

Por otra parte, la participación activa del Estado es primordial, pues a través de las legislaciones, instrumentos e incentivos fiscales adecuados se fomenta el dinamismo, la participación y la creación de relaciones universidad-empresa/Mipymes; el gobierno se convierte en una red de comunicación entre los agentes vinculados.

Finalmente, se puede estimular el crecimiento y desarrollo de las empresas/Mipymes por medio de la cooperación con las universidades e incentivadas por el Estado, al crear fuentes de innovación; esto es posible mediante incubadoras de empresas y emprendimientos, que establezcan vínculos para el desarrollo y transferencia de nuevas tecnologías, además de poder determinar y tener el acceso a la comunicación pertinente, que ayude a resolver los problemas que puedan surgir.

**3. Aplicación de programa de vinculación entre las empresas clientes y empresas proveedoras.** Para la puesta en marcha del programa se toma en consideración de la metodología CCSN y sus 6 etapas, pero incluyéndoles indicadores para poder medir su imparto y metas para tener un punto de llegada en el programa.

***Etapas 1.- Conocimiento de la oferta y la demanda***

Esta etapa consiste en la elaboración de un análisis de mercado para identificar oportunidades de proveedores, medidas a través del número de Mipymes vinculadas en el programa; se establece como meta el registro de 11250 Mipymes vinculadas anualmente, durante cuatro años.

Por otra parte, se realizará la identificación de las potenciales empresas clientes; a su vez, éstas serán evaluadas según la cantidad y demografía de los clientes potenciales. La meta consistirá en identificar e incluir en el programa a 1250 empresas clientes anualmente, durante cuatro años.

### ***Etapa 2.- Promoción de relaciones de negocios***

La inducción y socialización de los beneficios de pertenecer al programa CCSN medidos a través del porcentaje de asistencia de los representantes de las Mipymes con respecto al número de Mipymes vinculadas al programa; la meta será lograr al menos el 90% de asistencia.

Por otro lado, la promoción/publicidad del programa alrededor del país es pieza clave en esta etapa del proyecto, para atraer participantes. Entre los medios que se emplearan para dar a conocer el programa, estarán los anuncios a través de medios de comunicación oral, escrita, digital, además convocatorias para presentar el programa a representantes y directores de instituciones y centros vinculadas al emprendimiento que puedan hacer llegar la información a las partes involucradas.

### ***Etapa 3.- Construcción del modelo de negocio***

La principal actividad a realizarse es el acompañamiento en la definición del modelo de negocio y el proceso de formalización; mismo que se logrará luego de elaborar un diagnóstico de la Mipymes, la planeación del modelo de negocio y la introducción de la Mipymes en los procesos legales correspondientes.

La forma de medir el alcance de esta etapa será a través del porcentaje de Mipymes formalizadas y no formalizadas, con el objetivo de formalizar por lo menos al 90% de las Mipymes vinculadas al programa.

### ***Etapa 4.- Elaboración de planes de mejora***

Elaborar modelos de planes de mejora para las empresas proveedoras participantes, de acuerdo al sector al que pertenecen, evaluando la aceptación del plan con una rúbrica específica, cuya escala de valoración sea del 1 al 5 y obteniendo por lo menos la puntuación promedio de 4/5.

Inicio del proceso de vinculación entre la empresa cliente y la empresa proveedora, medido a través del número de contratos de estabilidad tributaria firmados entre empresas y Estado; el objetivo será vincular a cada empresa cliente con por lo menos 10 empresas proveedoras.

### ***Etapa 5.- Implementación y seguimiento***

Inicio de actividades comerciales entre las empresas vinculadas y elaboración de un plan de trabajo semanal, donde se defina la línea de trabajo a seguir; además de la ejecución de los planes de mejoras, medido a través del porcentaje de cumplimiento de las recomendaciones. El objetivo será ejecutar la totalidad del plan de mejoras, además de cumplir con, al menos, el 30% de emprendimientos en la etapa de implementación y seguimiento.

También se incluye en esta etapa la revisión del cumplimiento de los objetivos de corto, mediano y largo plazo establecidos en la construcción del modelo de negocio y las negociaciones entre las partes involucradas.

#### ***Etapa 6.- Documentando y Vinculando***

En esta última etapa del programan se realiza el análisis de resultados y la elaboración de conclusiones y sugerencias. También se analiza de manera profunda las relaciones entre las empresas vinculadas, midiendo el nivel de satisfacción de la relación entre las empresas clientes y las empresas proveedoras mediante una rúbrica de evaluación específica, cuya escala será de 1 a 5; el objetivo será obtener una calificación mínima de 4/5, además de cumplir con, por lo menos, el 30% de emprendimientos en la etapa de Documentado y Vinculado.

#### **5.10 Limitaciones**

Las principales limitaciones que podrían afectar a la ejecución y éxito de la propuesta son: el incumplimiento del programa; incidencia de los participantes en actos de corrupción; que no exista la suficiente colaboración y compromiso de las partes involucradas; sumado a esto, podría darse poca importancia, en cuanto a la ejecución del programa, por parte de los funcionarios ejecutores, analistas y ciudadanía en general.

#### **5.11 Futuras líneas de investigación**

Cálculo de la elasticidad de la demanda en los sectores que presentes practicas oligopólicas en la economía ecuatoriana.

Análisis de los oligopolios empresariales y cómo estos afectan la asignación de recursos.

Estudio de la viabilidad en la aplicación del modelo Triple hélice en la economía ecuatoriana.

## Conclusiones

En el trabajo de investigación realizado, se analizaron los oligopolios en el Ecuador con el objetivo de determinar los niveles de concentración del poder de mercado que llegan a tener y su incidencia en el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos durante el periodo 2010-2020. Con base en los resultados obtenidos, se sustenta la premisa de que el Ecuador tiene una base estructural oligopólica; a su vez, los oligopolios han tenido un impacto negativo sobre el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos durante el periodo de estudio, por lo tanto, no se rechaza la hipótesis.

Durante el periodo de estudio, algunos de los sectores analizados en la variable Oligopolios, mostraron altos niveles de concentración del poder de mercado. Para el año 2020, los sectores *Supermercados, Almacenes de ropa, Lácteos, Cementos, Ventas al por mayor y menor de bicicletas y repuestos* (es decir, cinco de los ocho sectores estudiados), poseen un IHH mayor a 1800 y un Cr4 mayor al 60%, por lo que se categorizan como sectores con *alto* nivel de concentración del poder de mercado. Siendo Lácteos y Cementos aquellos que mayor concentración presentan, con un IHH de 6329 y 5612, respectivamente, y un Cr4 del 92,74% y 100%, respectivamente.

Por su parte, el sector de *Suministros de oficina* presenta al 2020 un IHH de 1301 y un Cr4 igual a 69,83% por lo que se considera un sector *moderadamente* concentrado. En cuanto al sector *Farmacéutico*, se categoriza como *competitivo* por tener un IHH de 896 y Cr4 del 53,97%; sin embargo, está encaminado a ser *concentrado*, pues su tendencia de crecimiento en los niveles de concentración es positiva. Finalmente, el sector de *Ventas al por mayor y menor de llantas y repuestos automotrices* evidencia que su nivel de concentración del poder de mercado es *bajo*, con un IHH igual a 75 y un Cr4 del 16%.

En cuanto al desempeño de los emprendimientos en Ecuador durante el periodo de estudio, la TEA presenta una evolución positiva; para 2019 se considera que, de cada 100 habitantes, 36 emprenden, esto demostraría la importancia de los emprendimientos para la economía ecuatoriana, pues se presenta como una de las principales opciones para la generación de ingresos. Por otro lado, se presentan algunos problemas que dificultan el crecimiento y la sostenibilidad de los emprendimientos, debido a que la mayoría de ellos están orientados al consumidor; pero también se evidencia que, a nivel nacional, existe poco avance en la escalabilidad, bajos niveles de formalización, la tasa de cierre de negocios es alta y la tasa activa de los créditos es elevada. Aunque existen opciones de financiamientos para determinado grupo de emprendedores, como son los beneficiarios del BDH, quienes tienen

acceso a los CDH; sin embargo y tras el análisis, se determinó que los CDH no fueron empleados de manera adecuada.

Respecto a las debilidades y amenazas que los oligopolios generan sobre los emprendimientos, la principal consiste en el limitado espacio de acción del que disponen las Mipymes para competir; si a esto se suma la diferenciación en diseño, variedad, calidad, precios y escalas de producción, la situación que de por sí ya es complicada para los emprendimientos debido a las muchas deficiencias que presentan, se dificulta mucho más.

Finalmente, la implementación de un programa de vinculación entre las grandes empresas y las Mipymes siguiendo la metodología del CCSN, además de emplear el modelo de la triple hélice para integrar a los sectores Gobierno - Universidad - Empresas, constituye una alternativa viable de solución a la problemática del poco espacio para competir del que disponen los emprendimientos y con ello impulsar su crecimiento y desarrollo.

## Recomendaciones

A las entidades públicas como el Servicio de Rentas Internas, Gobiernos Autónomos Descentralizados y Ministerio de la Pequeña y Mediana Industria, reducir el tiempo promedio de formalización de nuevos negocios, para de esa manera los emprendedores logren dar visibilidad a sus negocios, tanto en los mercados como en el aspecto legal y financiero, además de no verse limitados en el proceso de crecimiento.

El Ministerio de Educación e Instituciones de Educación Superior, incluir en los programas de estudios asignaturas relacionadas con el tema Emprendimiento, con el propósito de desarrollar en el Ecuador una cultura emprendedora, que responda no solo a las necesidades económicas momentáneas de las personas y de las familias, más bien sea una herramienta generadora de ingresos económicos, muy necesarios para el desarrollo personal y social.

Al Banco Central del Ecuador, realizar una revisión o un esquema más apropiado con respecto a las tasas de interés fijadas para los tipos de créditos otorgados a los pequeños negociantes, para poder acceder a créditos que aporten al crecimiento del negocio.

Al Ministerio de Inclusión Económica y Social, como entidad encargada de otorgar CDH's, establecer lineamientos que permitan garantizar el uso oportuno de los montos de créditos otorgados, ya que el fin de esta ayuda gubernamental es establecer un mecanismo que conlleve a la inclusión financiera de los usuarios del BDH, fomentando así el desarrollo social y productivo, de manera que se obtenga paulatinamente una mejor base financiera para el crecimiento personal o familiar.

## Referencias bibliográficas

- Abad, I. (1996). Los incentivos financieros y la motivación del personal. *Dialnet*.
- Acosta, A. (2001). *Breve historia económica del Ecuador*. Quito: Corporación Editora Nacional.
- Acosta, A. (2001). El banano impulsa e integra al país. En A. Alberto, *Breve historia económica del Ecuador* (págs. 102-103). Quito: Corporación Editora Nacional. Obtenido de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/111157-opac>
- Albornoz Guarderas, V. (27 de abril de 2014). *Fomento al oligopolio*. Obtenido de El Comercio: <https://www.elcomercio.com/opinion/fomento-al-oligopolio.html>
- Amann, E., & Baer, W. (7 de diciembre de 2011). *Neoliberalismo e concentração de mercado no Brasil: A emergência de uma contradição?* Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/326016483\\_Neoliberalismo\\_e\\_concentracao\\_de\\_mercado\\_no\\_Brasil\\_A\\_emergencia\\_de\\_uma\\_contradicao](https://www.researchgate.net/publication/326016483_Neoliberalismo_e_concentracao_de_mercado_no_Brasil_A_emergencia_de_uma_contradicao)
- Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador. (2008). *Constitución de la república del Ecuador*. Montecristi: Autor.
- Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador. (10 de mayo de 2011). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria*. Obtenido de [www.seps.gob.ec/](http://www.seps.gob.ec/): <https://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/LEY%20ORGANICA%20DE%20ECONOMIA%20POPULAR%20Y%20SOLIDARIA%20actualizada%20noviembre%202018.pdf/66b23eef-8b87-4e3a-b0ba-194c2017e69a>
- Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador. (2011). *Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado*. Quito: Autor. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/12/Ley-Organica-de-Regulacion-y-Control-del-Poder-de-Mercado.pdf>
- Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador. (21 de febrero de 2020). *Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación*. Obtenido de [www.gob.ec/](http://www.gob.ec/): [https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento\\_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf](https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf)
- Báez, M. (agosto de 2005). *Teoría de la Organización Industrial*. Obtenido de Zona Económica: <https://www.zonaeconomica.com/enfoques-teoria-economica/organizacion-industrial>
- BCE. (2021). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Estadísticas Sector Financiero: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/TasaHistorico.htm>
- Benavides, A. V. (2014). *Universidad de Chile*. Obtenido de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/129826/Microempredimiento%20y%20determinantes%20de%20su%20%20E9xito%20%20%20BFes%20una%20apuesta%20segura.pdf?sequence=1>
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación*. Colombia: PEARSON.

- Bernardo , C., Carvajal, Y., & Contreras, V. (1 de Marzo de 2019). *Metodología de la investigación*. Obtenido de Universidad de San Martín de Porres: <https://www.usmp.edu.pe/estudiosgenerales/pdf/2019-IMANUALES/II%20CICLO/METODOLOGIA%20DE%20LA%20INVESTIGACION.pdf>
- Bernardo, C., Carvajal, Y., & Contreras, V. (1 de Marzo de 2019). *Metodología de la investigación*. Obtenido de Universidad de San Martín de Porres: <https://www.usmp.edu.pe/estudiosgenerales/pdf/2019-IMANUALES/II%20CICLO/METODOLOGIA%20DE%20LA%20INVESTIGACION.pdf>
- Bertrand, J. (1883). *Théorie des Richesses: revue de Théories mathématiques de la richesse sociale par Léon Walras et Recherches sur les principes mathématiques de la théorie des richesses par Augustin Cournot. Journal des Savants.*
- BID. (2018). *El fin del trámite eterno: ciudadanos burocracia y gobierno digital*. New York: BID. Obtenido de Banco Interamericano de Desarrollo: <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/El-fin-del-tr%C3%A1mite-eterno-Ciudadanos-burocracia-y-gobierno-digital.pdf>
- Bikker, J., & Haaf, K. (2002). Measures of competition and concentration in the banking Industry: A Review of the Literature. *Research Series Supervision*, 35.
- Blázquez S., F., Dorta V., J., & Verona M., M. (2006). GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN: Factores del crecimiento empresarial especial referencia a las pequeñas y medianas empresas. *Revista innovar journal*, 4 - 8.
- Brito Romero, R. (20 de Septiembre de 2018). *Impacto económico y social por la aplicación del manual de las buenas prácticas comerciales en pequeñas empresas del sector alimenticio en el norte de Quito*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/16111/1/UPS-QT13295.pdf>
- Burgos, R. (9 de agosto de 2016). *Los emprendimientos de la perspectiva histórica, económica y social, en el escenario mundial y del Ecuador*. Obtenido de Revista Caribeña de Ciencias Sociales: <https://www.eumed.net/rev/caribe/2016/08/emprendimientos.html>
- Burnett, D. (Septiembre de 2000). *technopreneurial*. Obtenido de technopreneurial: <http://technopreneurial.com/articles/ed.asp>
- Campodónico, H. (9 de septiembre de 2008). *La concentración económica en Latinoamérica*. Obtenido de Gale Academic Onelife: <https://blogs.elpais.com/economico-americano/2013/03/la-concentraci%C3%B3n-econ%C3%B3mica-en-latinoam%C3%A9rica.html>
- Castillo, A. (1999). Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento. *Emprendedores como Creadores de Riqueza y Desarrollo Regional*.
- CEPAL. (julio de 2001). *Apertura económica y (des)encadenamientos productivos*. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2287/S2001039.pdf?sequence=1>

- Chamberlin, E. H. (1933). *Theory of Monopolistic Competition*. Cambridge: Harvard University Press.
- Chávez, E. (julio de 2013). *La huella de los "Gran Cacao" en Riobamba*. Obtenido de Riobamba: <https://riobamba.com.ec/es-ec/chimborazo/riobamba/historias/huella-gran-cacao-riobamba-a9wpoquad>
- Climent, C. (2018). *Definición de desarrollo empresarial*. Obtenido de [https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAA AAAEAMtMSbF1jTAAASNjIyMTtbLUouLM\\_DxbIwMDS0NDA1OQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoATU0z-TUAAAA=WKE](https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAA AAAEAMtMSbF1jTAAASNjIyMTtbLUouLM_DxbIwMDS0NDA1OQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoATU0z-TUAAAA=WKE)
- Coloma, G. (octubre de 2006). *Progresos en Organización industrial*. Obtenido de Asociación Argentina de Economía Política: <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/31916/secme-19397.pdf?sequence=1>
- Corchuelo Martínez-Azúa, M. B., Valor Salas, M. T., & Eguía Peña, B. (2006). *Curso práctico de microeconomía*. Delta Publicaciones.
- Cournot, A. (1838). *Researches Into the Mathematical principles of the Theory of Wealth*. London: The Macmillan Company. Obtenido de <https://www3.nd.edu/~tgresik/IO/Cournot.pdf>
- Dans, E. (17 de diciembre de 2009). *Mercados imperfectos*. Obtenido de TechnologIE: <https://www.expansion.com/blogs/dans/2009/12/17/mercados-imperfectos.html>
- Datos macro. (2019). *Ecuador- Índice de competitividad global*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/estado/indice-competitividad-global/ecuador>
- Davies, S. (febrero de 1979). *Choosing between Concentration Indices: The Iso-Concentration Curve*. Obtenido de Economica: <https://www.jstor.org/stable/2553097?seq=1>
- De Camargo C., R. (enero de 2016). The State Incentives to Oligopoly in face of small and medium-sized enterprises in Latin America. En C. International, *Pursuing Competition and Regulatory Reforms for Achieving Sustainable Development Goals* (págs. 191-192). Jaipur, India. Recuperado el enero de 2021, de *Pursuing Competition and Regulatory Reforms for Achieving Sustainable Development Goals*: [https://www.researchgate.net/publication/305469778\\_Pursuing\\_Competition\\_and\\_Regulatory\\_Reforms\\_for\\_Achieving\\_Sustainable\\_Development\\_Goals](https://www.researchgate.net/publication/305469778_Pursuing_Competition_and_Regulatory_Reforms_for_Achieving_Sustainable_Development_Goals)
- Díaz, J. E. (2014). Aproximaciones conceptuales al desarrollo empresaria. 4-5.
- Díaz, J. E. (2014). Aproximaciones conceptuales al desarrollo empresarial. 4-5.
- Enciclopedia Económica. (2018). *Competencia imperfecta*. Obtenido de Enciclopedia Económica: <https://enciclopediaeconomica.com/competencia-imperfecta/>
- Favaro Villegas, D. (junio de 2013). Enfoques de la teoría de la firma y su vinculación con el cambio tecnológico y la innovación. *Cultura Económica*, 51-70.

- Fernández, D. (20 de octubre de 2016). La amenaza de los oligopolios mundiales. *El País*, pág. 33. Obtenido de [https://elpais.com/economia/2016/10/28/actualidad/1477665181\\_554574.html](https://elpais.com/economia/2016/10/28/actualidad/1477665181_554574.html)
- Flores, F. (15 de Junio de 2018). *¿Por qué fracasan los emprendimientos en Ecuador?* Obtenido de EDES: <http://programas.edes.ec/blog/por-que-fracasan-los-emprendimientos-en-ecuador>
- Flores, J. (10 de julio de 2018). *Microempresa*. Obtenido de Derecho Ecuador: <https://www.derechoecuador.com/microempresa>
- Friedman, J. (1982). *Oligopoly theory*. Obtenido de ScienceDirect: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1573438282020062>
- García G., A., & Taboada I., E. L. (enero-junio de 2012). *Teoría de la empresa: Las propuestas de Coase, Alchian y Demsetz, Williamson, Penrose y Nooteboom*. Obtenido de Economía: Teoría y Práctica: <http://www.scielo.org.mx/pdf/etp/n36/n36a2.pdf>
- GEDI. (2010-2019). *The Global Entrepreneurship and Development Institute*. Obtenido de thegedi.org: <https://thegedi.org/global-entrepreneurship-and-development-index/>
- GEM. (2010). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador*. Obtenido de [www.espae.espol.edu.ec](http://www.espae.espol.edu.ec): [https://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2011/12/Reporte\\_GEM\\_2010.pdf](https://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2011/12/Reporte_GEM_2010.pdf)
- GEM. (2012). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador*. Obtenido de [www.espae.espol.edu.ec](http://www.espae.espol.edu.ec): <https://www.espae.espol.edu.ec/en/global-entrepreneurship-monitor-ecuador-2012/>
- GEM. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador*. Obtenido de [www.espae.espol.edu.ec](http://www.espae.espol.edu.ec): <https://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2014/12/reportegem2013.pdf>
- GEM. (2014). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador*. Obtenido de [www.espae.espol.edu.ec](http://www.espae.espol.edu.ec): <https://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2015/12/gemecuador2014.pdf>
- GEM. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador*. Obtenido de [www.espae.espol.edu.ec](http://www.espae.espol.edu.ec): <https://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2016/12/GemEcuador2015.pdf>
- GEM. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador*. Obtenido de [www.espae.espol.edu.ec](http://www.espae.espol.edu.ec): <https://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2017/06/ReporteGEM2016.pdf>
- GEM. (2017). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador*. Obtenido de [www.espae.espol.edu.ec](http://www.espae.espol.edu.ec): <https://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/documentos/GemEcuador2017.pdf>
- GEM. (2017). *Jóvenes emprendedores en Ecuador 2012-2017 Reporte especial*. Obtenido de [www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org): <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50408>

- GEM. (17 de julio de 2020). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019/2020*. Obtenido de [https://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/documentos/GEM\\_Ecuador\\_2019.pdf](https://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/documentos/GEM_Ecuador_2019.pdf)
- GEM Global. (2017). *2016/2017 Global Report*. Seúl: Autor.
- Gibrat, R. (1931). *Les inegalities economiques*. París.
- GlobalKam. (junio de 2017). *Qué es el desarrollo empresarial*. Obtenido de GlobalKam: <https://globalkamconsultoresretail.com/conoces-el-grado-de-desarrollo-de-tu-negocio/>
- González, A., & Correa, A. (1998). Crecimiento y tamaño: Un estudio empírico. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 541- 573.
- González, P. (2020). *Oligopolio*. Obtenido de Bill in: <https://www.billin.net/glosario/definicion-oligopolio/>
- Head, K., & Spencer, B. J. (agosto de 2017). *Oligopoly in International Trade: Rise, fall and resurgence*. Obtenido de National Bureau of Economic Research: <http://www.nber.org/papers/w23720>
- Herfindahl, O. (1950). *Concentration in the U. S. Steel Industry*. Obtenido de Tesis para optar al título de Doctor en Economía: <https://www.worldcat.org/title/concentration-in-the-steel-industry/oclc/5732189>
- Horvath, J. (abril de 1970). Suggestion for a Comprehensive Measure of Concentration. *Southern Economic Journal*, 446-4525. Obtenido de Southern Economic Journal.
- INEC. (2010). *Censo Nacional Económico*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-nacional-economico/>
- INEC. (2018). *Niveles de ventas de las microempresas*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censo: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- INEC. (2019). *Tecnologías de la Información y Comunicación-TIC*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-tic/>
- Isquierdo, J. D. (abril de 2016). *Science Direct*. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0186104215001278#bib0080>
- Kantis, H., & Angelelli, P. (2020). *Los ecosistemas de emprendimiento de América Latina y el Caribe frente al COVID-19*. Obtenido de Inter-American Development Bank: <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Los-ecosistemas-de-emprendimiento-de-America-Latina-y-el-Caribe-frente-al-COVID-19-Impactos-necesidades-y-recomendaciones.pdf>
- Kramer, L. (29 de septiembre de 2020). *What are Current Examples of Oligopolies?* Obtenido de Investopedia: <https://www.investopedia.com/ask/answers/121514/what-are-some-current-examples-oligopolies.asp>
- Lederman, D., Julián, M., Pienknagura, S., & Rigolini, J. (2014). *El emprendimiento en América Latina*. Washington D.C: Banco Mundial.

- Margalef, J. C. (2000). *La gestión del crecimiento de la empresa*. España: Mc Graw Hill.
- Martínez-Echevarría, M. A. (febrero de 2001). *La empresa entre el Psicologismo y el conductismo*. Obtenido de Universidad de Navarra: <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/4467/1/81.pdf>
- McKinsey Global Institute. (1 de septiembre de 2015). *The new global competition for corporate profits*. Obtenido de <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/the-new-global-competition-for-corporate-profits>
- Miner, J. B. (1980). *A Rationale for the Limited Domain Approach to the Study of Motivation*. Martinus Nijhoff Publishing.
- Nombela, C. G. (26 de abril de 2018). *Qué es un microemprendimiento y cuáles son sus características*. Obtenido de Forbes: <https://forbes.es/empresas/42170/que-es-un-microemprendimiento-y-cuales-son-sus-caracteristicas/>
- Obando T., C. (mayo de 2015). *Supermercados en Ecuador: oligopolios e implicaciones de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado*. Obtenido de Repositorio PUCE: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8393/Disertaci%C3%B3n%20Carolina%20Obando%20Tapia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- OER Services. (2019). *Why do Oligopolies Exist?* Obtenido de OER Services Microeconomics: <https://courses.lumenlearning.com/suny-microeconomics/chapter/oligopoly/>
- OIT. (2008). *Competencias y emprendimiento: reducir la brecha tecnológica y las desigualdades de género*. Obtenido de Calificaciones para la mejora de la productividad, el crecimiento del empleo y el desarrollo, Informe V de la Conferencia Internacional del Trabajo: [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@gender/documents/publication/wcms\\_101145.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@gender/documents/publication/wcms_101145.pdf)
- Oleas, J. (noviembre de 2013). *Ecuador 1972–1999: Del desarrollo petrolero al ajuste neoliberal*. Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/4099/1/TD049-DH-Oleas-Ecuador.pdf>
- Orellana Nirian, P. (6 de marzo de 2020). *Crecimiento empresarial*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/crecimiento-empresarial.html>
- Ortiz C., G. (2015). La monopolización de la tierra, eje de la historia agraria del Ecuador. En S. d. Mercado, *Monopolios y poder en la historia del Ecuador* (págs. 23-24). Quito.
- Parkin, M. (2004). *Economía*. Pearson Educación.
- Pearce, D. W. (1999). *Diccionario Akal de Economía Moderna*. Ediciones Akal.
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2009). *Microeconomía*. Madrid: PEARSON EDUCATION, S.A. Obtenido de

<https://elvisjgblog.files.wordpress.com/2018/04/microeconomc3ada-7ma-edicion-robert-s-pindyck-daniel-l-rubinfeld-libro.pdf>

Pozos, F. L., & Márquez, M. P. (20 de abril de 2016). *Importancia y análisis del desarrollo empresarial*. Obtenido de Pensamiento y Gestión: <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n40/n40a08.pdf>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD. (2019). *ODS Cadenas de Valor*. Obtenido de Área de Gobernabilidad y Desarrollo Inclusivo: <https://odscadenasvalor.org/ccsn>

Rainer, R. (19 de diciembre de 2018). *Poder de mercado I: ¿Qué es y por qué nos importa?* Obtenido de Clase ejecutiva: <https://www.claseejecutiva.uc.cl/blog/articulos/poder-de-mercado-i-que-es-y-por-que-nos-importa/>

Ramírez, A. R. (abril de 2009). *Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial*. Obtenido de Revista científica Pensamiento y Gestión: <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/864/4945>

Ramos, J. (agosto de 1999). *Complejos productivos en torno a los recursos naturales: ¿una estrategia prometedora?* Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2287/S2001039.pdf?sequence=1>

Rebossio, A. (2 de marzo de 2013). *La concentración económica en Latinoamérica*. Obtenido de <https://blogs.elpais.com/eco-americano/2013/03/la-concentraci%C3%B3n-econ%C3%B3mica-en-latinoam%C3%A9rica.html>

Reyes, G. E., & Sandoval, D. A. (2017). *Imperfecciones de mercado: El caso de oligopolios empresariales y asignación de recursos en países en desarrollo*. Obtenido de Academia.edu: [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/57538715/ArtCientConDianaSandOligoYAsigRecAb072017.pdf?1539170107=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DIMPERFECCIONES\\_DE\\_MERCADO\\_EL\\_CASO\\_DE\\_OLI.pdf&Expires=1605046649&Signature=FsVV2cYSDvnQOGod8E3DWsQROo](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/57538715/ArtCientConDianaSandOligoYAsigRecAb072017.pdf?1539170107=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DIMPERFECCIONES_DE_MERCADO_EL_CASO_DE_OLI.pdf&Expires=1605046649&Signature=FsVV2cYSDvnQOGod8E3DWsQROo)

Reyes, G. E., & Sandoval, D. A. (2017). Imperfecciones de mercado: El caso de oligopolios empresariales y asignación de recursos en países en desarrollo. *Revista espacios*, 13-24. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a17v38n42/a17v38n42p13.pdf>

Rioseco, P. (15 de octubre de 2019). *Granma*. Obtenido de <http://www.granma.cu: http://www.granma.cu/cuba/2019-10-15/encadenamientos-productivos-de-que-estamos-hablando-parte-i-15-10-2019-00-10-51>

Robinson, J. (1933). *Economía de la competencia imperfecta*. Cambridge: Pearson Education.

Rodríguez, A., Cano, E., & Ruiz, A. (2019). *Revista San Gregorio*. Obtenido de <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/rsan/n35/2528-7907-rsan-35-00051.pdf>

Rojas Merced, J. (septiembre de 2015). *La estructura de mercado oligopolica*. Obtenido de Universidad Autónoma del Estado Mexicano: <http://ri.uaemex.mx/oca/view/20.500.11799/33872/1/secme-19481.pdf>

- Ruiz-Paredes, C. F., Ruiz-Paredes, L. E., & Morales-Paredes, J. (2 de agosto de 2017). *Justificación Topológica del índice de Herfindahl-Hirschman como índice generado por normas*. Obtenido de Repositorio Universidad de Medellín: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/1650/165057347006/html/index.html>
- Saied T, D. (8 de agosto de 2007). *La verdadera enfermedad latinoamericana*. Obtenido de [https](https://www.redalyc.org/jatsRepo/1650/165057347006/html/index.html)
- Salvatore, D. (2009). *Microeconomía*. México: Mc Graw Hill .
- Schumpeter, J. (1912). *Teoría del desenvolvimiento económico*. Obtenido de Fondo de Cultura Económica: <http://www.proglocode.unam.mx/sites/proglocode.unam.mx/files/docencia/Schumpeter.-Capitulo-6.-El-ciclo-econ%C3%B3mico.pdf>
- Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalismo, socialismo y democracia*.
- SCPM. (2019). *Informe de Gestión* . Obtenido de Superintendencia de Control del pODER DE mERCADO: <https://www.scpm.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/downloads/2020/10/RENDICION-DE-CUENTAS-SCPM-2019.pdf>
- Shimomura, K.-I., & Thisse, J.-F. (3 de May de 2012). *Competition Among the Big and the Small*. Obtenido de [https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/altri-attiseminari/2013/Thisse\\_comp.pdf](https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/altri-attiseminari/2013/Thisse_comp.pdf)
- Stackelberg, H. (1934). *Market Structure and Equilibrium*. Bonn: Springer. doi:<https://doi.org/10.1007/978-3-642-12586-7>
- Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros. (2021). *Portal de información- Sector Societario*. Obtenido de <https://www.supercias.gob.ec/portalscvts/>
- Superintendencia de Compañía, Valores y Seguros. (2021). *Portal de información- Sector Societario* . Obtenido de <https://appscvs.supercias.gob.ec/rankingCias/>
- Tirole, J. (1990). *The Theory of Industrial Organization*. London: The MIT Press.
- Varian, H. R. (2013). *Intermediate Microeconomics: A Modern Approach, 8th Ed*. Berkeley: W.W. Norton & Company, Inc.
- Vela Melédez, L. (2012). *Modelos de oligopolio*. Obtenido de <https://web.ua.es/es/giecryal/documentos/modelos-oligopolio.pdf>
- Wolters Kluwer. (s.f.). Obtenido de [https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASNjIyMTtbLUouLM\\_DxbIwMDS0NDA1OQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoATU0z-TUAAAA=WKE](https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASNjIyMTtbLUouLM_DxbIwMDS0NDA1OQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoATU0z-TUAAAA=WKE)
- Zambrano, R. (13 de febrero de 2011). El Universo. *Crédito de desarrollo no solo se emplea en micronegocios*. Obtenido de Crédito de desarrollo no solo se emplea en micronegocios: <https://www.eluniverso.com/2011/02/13/1/1356/credito-desarrollo-solo-emplea-micronegocios.html/>

## ANEXOS

### Anexo 1 IHH de los sectores analizados

#### SUPERMERCADOS

|      | IHH     | VARIACIÓN |
|------|---------|-----------|
| 2010 | 6222,23 |           |
| 2011 | 1557,72 | -299%     |
| 2012 | 1629,63 | 4%        |
| 2013 | 1614,92 | -1%       |
| 2014 | 1929,72 | 16%       |
| 2015 | 1700,38 | -13%      |
| 2016 | 1844,00 | 8%        |
| 2017 | 1914,89 | 4%        |
| 2018 | 1967,41 | 3%        |
| 2019 | 2070,63 | 5%        |
| 2020 | 2081,04 | 1%        |

#### ALMACENES DE ROPA

|      | IHH     | VARIACIÓN |
|------|---------|-----------|
| 2010 | 9451,76 |           |
| 2011 | 2551,24 | -270%     |
| 2012 | 3157,62 | 19,20%    |
| 2013 | 3038,24 | -4%       |
| 2014 | 3035,96 | -0,1%     |
| 2015 | 2695,62 | -13%      |
| 2016 | 2834,30 | 5%        |
| 2017 | 3072,63 | 8%        |
| 2018 | 3094,63 | 1%        |
| 2019 | 2237,32 | -38%      |
| 2020 | 2985,31 | 25%       |

#### LACTEOS

|      | IHH     | VARIACIÓN |
|------|---------|-----------|
| 2010 | 7481,84 |           |
| 2011 | 3112,95 | -140%     |
| 2012 | 2563,51 | -21%      |
| 2013 | 2099,57 | -22%      |
| 2014 | 4901,49 | 57%       |
| 2015 | 6134,28 | 20%       |
| 2016 | 6022,05 | -2%       |
| 2017 | 6436,70 | 6%        |
| 2018 | 6962,83 | 8%        |
| 2019 | 6946,30 | 0%        |
| 2020 | 6329,65 | -10%      |

#### CONSTRUCCIÓN-CEMENTOS

|      | IHH     | VARIACIÓN |
|------|---------|-----------|
| 2010 | 5514,90 |           |
| 2011 | 5515,92 | 0%        |
| 2012 | 5825,63 | 5%        |
| 2013 | 5839,62 | 0%        |
| 2014 | 5937,29 | 2%        |
| 2015 | 5809,30 | -2%       |
| 2016 | 5911,69 | 2%        |
| 2017 | 5848,47 | -1%       |
| 2018 | 5800,86 | -1%       |
| 2019 | 5712,82 | -2%       |
| 2020 | 5612,07 | -2%       |

#### FARMACEUTICA

|      | IHH     | VARIACIÓN |
|------|---------|-----------|
| 2010 | 5145,40 |           |
| 2011 | 384,68  | -1238%    |
| 2012 | 524,11  | 27%       |
| 2013 | 683,79  | 23%       |
| 2014 | 729,49  | 6%        |
| 2015 | 796,04  | 8%        |
| 2016 | 810,54  | 2%        |
| 2017 | 811,28  | 0%        |
| 2018 | 801,99  | -1%       |
| 2019 | 815,20  | 2%        |
| 2020 | 896,57  | 9%        |

#### SUMINISTROS

|      | IHH     | VARIACIÓN |
|------|---------|-----------|
| 2010 | 0       |           |
| 2011 | 3386,00 | 100%      |
| 2012 | 926,00  | -266%     |
| 2013 | 1113,00 | 17%       |
| 2014 | 1355,00 | 18%       |
| 2015 | 1199,00 | -13%      |
| 2016 | 1102,00 | -9%       |
| 2017 | 1181,00 | 7%        |
| 2018 | 1242,00 | 5%        |
| 2019 | 1342,00 | 7%        |
| 2020 | 1301,00 | -3%       |

**AUTOS (llantas)**

|      | <b>IHH</b> | <b>VARIACIÓN</b> |
|------|------------|------------------|
| 2010 | 4470       |                  |
| 2011 | 238,00     | -1778%           |
| 2012 | 95,00      | -151%            |
| 2013 | 55,00      | -73%             |
| 2014 | 69,00      | 20%              |
| 2015 | 69,00      | 0%               |
| 2016 | 78,00      | 12%              |
| 2017 | 77,21      | -1%              |
| 2018 | 66,16      | -17%             |
| 2019 | 67,00      | 1%               |
| 2020 | 75,00      | 11%              |

**BICICLETAS**

|      | <b>IHH</b> | <b>VARIACIÓN</b> |
|------|------------|------------------|
| 2010 | 1000,00    |                  |
| 2011 | 1000,00    | 0%               |
| 2012 | 4418,00    | 77%              |
| 2013 | 3570,00    | -24%             |
| 2014 | 3641,00    | 2%               |
| 2015 | 849,00     | -329%            |
| 2016 | 3101,00    | 73%              |
| 2017 | 1486,00    | -109%            |
| 2018 | 2370,00    | 37%              |
| 2019 | 3486,00    | 32%              |
| 2020 | 3009,00    | -16%             |

*Información calculada en base a datos de la SUPERCIAS.  
Elaborado por los autores.*

*Anexo 2 Cr4 de los sectores analizados***SUPERMERCADOS**

|      | <b>CR</b> |      |
|------|-----------|------|
| 2010 | 100,00%   |      |
| 2011 | 66,72%    | -50% |
| 2012 | 69,15%    | 4%   |
| 2013 | 68,71%    | -1%  |
| 2014 | 74,81%    | 8%   |
| 2015 | 70,35%    | -6%  |
| 2016 | 73,33%    | 4%   |
| 2017 | 74,67%    | 2%   |
| 2018 | 75,19%    | 1%   |
| 2019 | 77,26%    | 3%   |
| 2020 | 77,14%    | 0%   |

**ALMACENES DE ROPA**

|      | <b>CR</b> |      |
|------|-----------|------|
| 2010 | 100,00%   |      |
| 2011 | 71,33%    | -40% |
| 2012 | 83,23%    | 14%  |
| 2013 | 81,86%    | -2%  |
| 2014 | 82,91%    | 1%   |
| 2015 | 80,71%    | -3%  |
| 2016 | 82,09%    | 2%   |
| 2017 | 84,51%    | 3%   |
| 2018 | 85,88%    | 2%   |
| 2019 | 90,65%    | 5%   |
| 2020 | 85,87%    | -6%  |

**LACTEOS**

|      | <b>CR</b> |      |
|------|-----------|------|
| 2010 | 100,00%   |      |
| 2011 | 85,99%    | -16% |
| 2012 | 77,78%    | -11% |
| 2013 | 71,53%    | -9%  |
| 2014 | 88,01%    | 19%  |
| 2015 | 91,58%    | 4%   |
| 2016 | 92,34%    | 1%   |
| 2017 | 91,72%    | -1%  |
| 2018 | 93,21%    | 2%   |
| 2019 | 93,62%    | 0%   |
| 2020 | 92,74%    | -1%  |

**CONSTRUCCIÓN - CEMENTOS**

|      | <b>CR</b> |    |
|------|-----------|----|
| 2010 | 100,00%   |    |
| 2011 | 100,00%   | 0% |
| 2012 | 100,00%   | 0% |
| 2013 | 100,00%   | 0% |
| 2014 | 100,00%   | 0% |
| 2015 | 100,00%   | 0% |
| 2016 | 100,00%   | 0% |
| 2017 | 100,00%   | 0% |
| 2018 | 100,00%   | 0% |
| 2019 | 100,00%   | 0% |
| 2020 | 100,00%   | 0% |

**FARMACEUTICA**

|      | <b>CR</b> |        |
|------|-----------|--------|
| 2010 | 100,00%   |        |
| 2011 | 36,27%    | -176%  |
| 2012 | 42,27%    | 14%    |
| 2013 | 46,47%    | 9%     |
| 2014 | 48,79%    | 5%     |
| 2015 | 50,66%    | 4%     |
| 2016 | 51,29%    | 1%     |
| 2017 | 51,26%    | -0,04% |
| 2018 | 51,44%    | 0,34%  |
| 2019 | 51,69%    | 0,48%  |
| 2020 | 53,97%    | 4,24%  |

**SUMINISTROS**

|      | <b>CR</b> |      |
|------|-----------|------|
| 2010 | 0%        |      |
| 2011 | 100%      | 100% |
| 2012 | 52%       | -92% |
| 2013 | 58%       | 11%  |
| 2014 | 67%       | 13%  |
| 2015 | 65%       | -4%  |
| 2016 | 62%       | -4%  |
| 2017 | 63%       | 1%   |
| 2018 | 63%       | 1%   |
| 2019 | 67,92%    | 7%   |
| 2020 | 69,83%    | 3%   |

**AUTOS (llantas)****CR**

|      |      |       |
|------|------|-------|
| 2010 | 100% |       |
| 2011 | 28%  | -261% |
| 2012 | 14%  | -104% |
| 2013 | 14%  | 4%    |
| 2014 | 15%  | 6%    |
| 2015 | 14%  | -4%   |
| 2016 | 16%  | 7%    |
| 2017 | 15%  | -2%   |
| 2018 | 15%  | -2%   |
| 2019 | 16%  | 5%    |
| 2020 | 16%  | 0%    |

**BICICLETAS****CR**

|      |      |      |
|------|------|------|
| 2010 | 100% |      |
| 2011 | 100% | 0%   |
| 2012 | 78%  | -28% |
| 2013 | 74%  | -6%  |
| 2014 | 69%  | -7%  |
| 2015 | 43%  | -60% |
| 2016 | 75%  | 42%  |
| 2017 | 66%  | -13% |
| 2018 | 74%  | 10%  |
| 2019 | 88%  | 16%  |
| 2020 | 86%  | -1%  |

*Información calculada en base a datos de la SUPERCIAS.  
Elaborado por los autores.*





| <b>SUMINISTROS</b>                                 |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>EMPRESA</b>                                     | <b>2010</b> | <b>2011</b> | <b>2012</b> | <b>2013</b> | <b>2014</b> | <b>2015</b> | <b>2016</b> | <b>2017</b> | <b>2018</b> | <b>2019</b> | <b>2020</b> |
| PAPELESA C. LTDA.                                  |             | 0,28        | 0,29        | 0,25        | 0,24        | 0,24        | 0,24        | 0,24        | 0,27        | 0,23        | 0,22        |
| CAMARONERA RIO NILO S.A.<br>RIONILSA               |             |             |             | 0,68        | 0,29        | 0,24        | 0,27        | 0,25        | 0,24        | 0,24        | 0,25        |
| COMERCIAL E INDUSTRIAL SUCRE<br>S.A. COMSUCRE      | 0,27        | 0,19        | 0,20        | 0,21        | 0,25        | 0,26        | 0,28        | 0,28        | 0,29        | 0,26        | 0,27        |
| JUAN MARCET COMPANIA LIMITADA                      |             | 0,45        | 0,45        | 0,45        | 0,45        | 0,48        | 0,46        | 0,46        | 0,47        | 0,45        | 0,41        |
| <b>BICICLETAS</b>                                  |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |
| <b>EMPRESA</b>                                     | <b>2010</b> | <b>2011</b> | <b>2012</b> | <b>2013</b> | <b>2014</b> | <b>2015</b> | <b>2016</b> | <b>2017</b> | <b>2018</b> | <b>2019</b> | <b>2020</b> |
| MILDEPORTES S.A.                                   |             | 0,84        | 0,36        | 0,36        | 0,25        |             | 0,29        |             |             |             |             |
| ECUACYCLO CIA. LTDA.                               |             |             |             |             | 0,21        | 0,15        | 0,28        | 0,36        | 0,31        | 0,18        | 0,33        |
| ENCIKLA IMPORTACIONES Y<br>SERVICIOS CIA. LTDA.    |             |             | 0,29        | 0,36        | 0,14        |             |             | 0,45        | 0,49        |             |             |
| IMPORTADORA COMERCIAL OSELDA<br>C.LTDA.            |             |             | 0,18        | 0,17        | 0,20        | 0,55        | 0,26        |             |             |             |             |
| CIELECTRONICSEC CIA.LTDA.                          |             |             |             |             |             | 0,05        |             | 0,43        | 0,45        | 0,45        | 0,41        |
| ARGAMEDON S.A.                                     |             |             |             |             |             |             | 0,26        | 0,31        | 0,43        |             | 0,40        |
| <b>AUTOS (llantas)</b>                             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             |
| <b>EMPRESA</b>                                     | <b>2010</b> | <b>2011</b> | <b>2012</b> | <b>2013</b> | <b>2014</b> | <b>2015</b> | <b>2016</b> | <b>2017</b> | <b>2018</b> | <b>2019</b> | <b>2020</b> |
| TECNOVA S.A.                                       |             | 0,27        | 0,32        | 0,28        | 0,31        | 0,31        | 0,39        | 0,36        | 0,34        | 0,36        | 0,39        |
| HIVIMAR S.A.                                       |             | 0,35        | 0,37        | 0,39        | 0,38        | 0,38        | 0,38        | 0,30        | 0,37        | 0,36        | 0,36        |
| SEGUNDO ELOY CORRALES E HIJOS<br>SECOHI CIA. LTDA. | 0,33        | 0,32        | 0,30        | 0,31        | 0,34        | 0,34        | 0,41        | 0,47        | 0,53        |             |             |
| INVERNEG S.A.                                      |             | 0,36        | 0,27        | 0,28        | 0,28        | 0,28        | 0,32        | 0,35        | 0,29        | 0,27        | 0,30        |
| KARNATAKA S.A.                                     |             |             |             |             |             |             |             |             |             | 0,26        |             |
| FILTROCORP S.A.                                    |             |             |             |             |             |             |             |             |             |             | 0,25        |

Información calculada en base a datos de la SUPERCIAS. Elaborado por los autores.

*Anexo 4 Entrevista a Dra. Cristina Ordoñez (experta en emprendimientos)*

| <b>INSTITUCIÓN:</b> GRUPO FARO   |  |
|--|--|
| <b>ENTREVISTADO:</b> Dra. Cristina Ordoñez   | <b>CARGO:</b> Especialista de investigación y evaluación de políticas públicas   |
| 1. ¿Cuáles fueron las razones que motivaron la creación de su organización?<br>¿Cuáles son los fundamentos que impulsan el funcionamiento actual de la misma?  | Es una organización de la sociedad civil creado hace 16 años, con la idea de contar con un centro de investigación y acción independiente y partidista para incidir en la toma de decisiones y elaboración de la política pública.   |
| 2. ¿Cuál es su percepción sobre desempeño de los emprendimientos en el Ecuador? ¿Y sus perspectivas sobre el futuro de este sector?  | Más allá de una percepción, es un hecho que Ecuador cuenta con niveles elevados de emprendimiento, sin embargo esos emprendimientos se dan por necesidad, por la falta de empleo y a consecuencia de eso, hay mucho empleo informal; los emprendimientos tienen poca base tecnológica, poco valor agregado y se enfocan principalmente en actividades de comercio. En cuanto a las perspectivas a futuro, está a la expectativa, pues con la Ley de Emprendimientos aprobada en 2020, y las nuevas políticas que sean aplicadas con el nuevo gobierno. |
| 3. Desde su punto de vista, ¿Cuáles son los principales obstáculos que enfrentan los emprendimientos ecuatorianos durante la existencia de los mismos?   | Los procedimientos que competen la tramitología requieren mucho tiempo y son costosos, las regulaciones laborales (contratos y afiliaciones), resultan costosos para los emprendimientos que están empezando y poco financiamiento, o el financiamiento al que tienen acceso maneja tasas muy elevadas.  |
| 4. Según el criterio de varios expertos, la actividad económica de las grandes empresas genera importantes efectos negativos sobre los emprendimientos ecuatorianos. ¿Cuál es su análisis al respecto?   | Las grandes empresas, justamente por el tamaño de las mismas cuentan con mejores herramientas y recursos para captar el mercado, además de ofrecer mejores precios que los emprendimientos por el hecho de manejar economías a escala, por lo que se debería tratar de crear nexos o encadenamientos productivos, entre empresas grandes y emprendimientos, para tratar de transformar la relación y crear oportunidades para los pequeños emprendedores.  |
| 5. ¿Cuáles son los factores que, desde su punto de vista, impiden o dificultan el crecimiento de los emprendimientos en el Ecuador? ¿De qué formas la existencia de oligopolios en el mercado nacional afecta al desarrollo de las empresas de menor tamaño? | La falta de innovación y el no diferenciarse en el mercado sigue siendo un punto que impide el crecimiento de los emprendimientos; y efectivamente, los oligopolios afectan en desarrollo de los emprendimientos, pero más allá de ver el aspecto negativo, hay que buscar las formas de transformar las relaciones.   |

|  |  |
|--|--|
| 6. ¿Qué modificaciones considera necesario realizar en la normativa vigente (como la Ley de Emprendimientos), para incrementar el tiempo de vida, impulsar el crecimiento y el desarrollo de los emprendimientos ecuatorianos? | La ley era necesario crearla, porque no había nada que regularice el funcionamiento de los emprendimientos, y las nuevas formas de obtener financiamiento que se legalizan como el crowdfunding.<br>Sin embargo hay críticas como la creación de más burocracia (Consejo nacional de emprendimiento e innovación). |
| 7. ¿Qué políticas y/o estrategias considera necesario implementar en el Ecuador para impulsar el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos?  | Lo principal es que se desarrollen políticas a mediano y largo plazo que puedan generar un mayor impacto.<br>Inversión en temas de innovación, involucrando los sectores públicos, privados y la academia (triple hélice).<br>Financiamiento accesible.  |

*Información obtenida en base a entrevista. Elaborado por los autores.*

#### **Anexo 5 Entrevista a Dir. Carolina Vera (experta en emprendimientos)**

|   |   |
|---|---|
| <b>INSTITUCIÓN:</b> Empresa Pública Municipal para la gestión de la Innovación y la Competitividad EPICO  |   |
| <b>ENTREVISTADO:</b> Carolina Vera  | <b>CARGO:</b> Directora de emprendimiento   |
| 1. ¿Cuáles fueron las razones que motivaron la creación de su organización?<br>¿Cuáles son los fundamentos que impulsan el funcionamiento actual de la misma? | Se crea por ordenanza municipal en junio del 2019, para promover el desarrollo económico del cantón Guayaquil, hacia actividades intensivas en ciencia, tecnología e innovación, fomentando el empleo, promoviendo el emprendimiento y dando apoyo a las personas, instituciones y empresas de forma incluyente y sostenible. El principal interés es que el Centro de emprendimiento se pueda constituir en un semillero de empresas, generar emprendimientos innovadores.   |
| 2. ¿Cuál es su percepción sobre desempeño de los emprendimientos en el Ecuador? ¿Y sus perspectivas sobre el futuro de este sector?                           | A lo largo de la historia del emprendimiento ecuatoriano y mucho más con la precarización del empleo y el desempleo generado en el 2020 con la pandemia, hubo un evidente acercamiento de los ciudadanos a la necesidad de emprender, encontrando muchos emprendimientos por subsistencia o necesidad, de manera que no son negocios que nacen a partir de la identificación de un problema u oportunidad, y esta es una de las razones que pone en riesgo la subsistencia de los emprendedores y no terminan por constituirse en una empresa o unidad productiva . |
| 3. Desde su punto de vista, ¿Cuáles son los principales obstáculos que enfrentan los emprendimientos ecuatorianos durante la existencia de los mismos?        | Debido a que los emprendimientos por lo general se crean a partir de la carencia de empleo, al momento de presentarse una oportunidad laboral, el emprendimiento se ve abandonado; además por externalidades como la  |

|   |   |
|---|---|
|   | <p>recesión económica los emprendimientos también se ven afectados pues hay limitaciones en la capacidad de consumo, se encuentra con mercados pequeños por lo que el crecimiento se ve limitado. Falta de elementos diferenciadores.</p>   |
| <p>4. Según el criterio de varios expertos, la actividad económica de las grandes empresas genera importantes efectos negativos sobre los emprendimientos ecuatorianos. ¿Cuál es su análisis al respecto?</p>   | <p>El problema con las grandes empresas radica en que si no se comprueban las prácticas desleales, solo se está conjeturando, y si los organismos encargados de detectar y sancionar no han comprobado nada, entonces no hay motivos que lleven a creer como cierto que las grandes empresas están afectando al mercado. Además existen grandes barreras como la inversión que impide que pequeños emprendedores lleguen a competir con las grandes empresas, por lo que en esta cuestión lo importante es encontrar en las grandes empresas los medios necesarios para que éstas se abastezcan de materia prima proveniente de emprendedores y pequeñas empresas.</p>              |
| <p>5. ¿Cuáles son los factores que, desde su punto de vista, impiden o dificultan el crecimiento de los emprendimientos en el Ecuador? ¿De qué formas la existencia de oligopolios en el mercado nacional afecta al desarrollo de las empresas de menor tamaño?</p> | <p>A pesar de que la existencia de oligopolios ya es un problema estructural de la economía ecuatoriana, la afectación que éstos mismos, llegan a tener con los emprendimientos es poco comparable partiendo desde la premisa que las grandes empresas tienen capacidad de importar y distribuir o producir en grandes cantidades y tiene economías de escalas, por lo que ante esta problemática, lo que le queda al emprendedor es buscar su segmento de clientes correctos y solucionar el problema o necesidad de ese segmento de clientes con productos apropiados y diferenciados para poder llegar a tener un precio Premium y poder ser sostenible a través del tiempo.</p> |
| <p>6. ¿Qué modificaciones considera necesario realizar en la normativa vigente (como la Ley de Emprendimientos), para incrementar el tiempo de vida, impulsar el crecimiento y el desarrollo de los emprendimientos ecuatorianos?</p>                               | <p>Generar incentivos para que las grandes y medianas empresas se conviertan en empresas tractoras y que se abastezcan de materia primas de pequeñas empresas o microempresas.</p>  |
| <p>7. ¿Qué políticas y/o estrategias considera necesario implementar en el Ecuador para impulsar el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos?</p>  | <p>Facilitar la capacidad de ciertas instituciones públicas para otorgar capital semilla o fondos no reembolsables.<br/>Falta conectar con el mercado, por lo que como política pública sería idóneo crear un programa o conexión de comercialización de la tecnología que salga de las universidades o de los centros de investigación de manera que desde</p>   |

el gobierno, se favorece la creación de emprendimientos, start ups e innovaciones.

Información obtenida en base a entrevista. Elaborado por los autores.

**Anexo 6 Entrevista a Econ. Gabriel Jaramillo (experto en oligopolios)**

| <b>INSTITUCIÓN:</b>   |  | Jaramillo y Asociados - ITB     |
|---|--|---------------------------------|
| <b>ENTREVISTADO:</b> Econ. Gabriel Jaramillo  | <b>CARGO:</b>  | Director – Docente investigador |
| 1. ¿Cuáles han sido los aspectos más relevantes en los que la Institución ha concentrado sus esfuerzos durante la última década? ¿Qué resultados han obtenido hasta la actualidad?      | Soy Economista y Contador Público Autorizado, docente investigador del Instituto Tecnológico Bolivariano de Guayaquil y de la Universidad San Francisco de Quito; cuento con más de 17 años de experiencia en auditoria externa y también soy Director de JARAMILLO Y ASESORES, específicamente, en el área de auditoría y consultoría   |                                 |
| 2. ¿Considera usted que la estructura económica del Ecuador es oligopólica?   | De manera general, la respuesta depende de qué sector económico se esté hablando, por ejemplo, a mi consideración el sector financiero no mantiene oligopolios actualmente, ya que la mayor parte del sector se encuentra dividido en múltiples entidades financieras, excluyendo a las cooperativas de ahorro y crédito. Sin embargo, hay otros sectores económicos en los que podríamos decir que existe una figura oligopólica o en algunos casos monopolios. Si se habla, por ejemplo, del sector de los combustibles, y dependiendo del nicho de mercado, si podríamos decir que existe una figura oligopólica, por observar solamente las distribuidoras de combustibles existentes en el país, que apenas son cuatro específicas obviamente por el segmento de clientes de ellos es muy diferente, ya que se habla de clientes “armadores” (barcos), son estos distribuidores los que están autorizados a distribuir a estos clientes dentro de las vías náuticas. Si en cambio nos centramos en los distribuidores de combustibles para transporte terrestre pesado y liviano ya son otros los actores en la economía, por ejemplo: Primax, terpel... ahí tendríamos una estructura oligopólica, es decir, todo depende también del nicho de mercado al cual se ve interesado. |                                 |
| 4. Desde su perspectiva: ¿Cuáles son los principales obstáculos que enfrentan los emprendedores del Ecuador, al momento de iniciar sus actividades en un mercado altamente concentrado? | Yo consideraría que el principal obstáculo de los emprendedores es la interrogante sobre que producto o servicio se desean especializar, ya que definitivamente saben que deben tratar de diferenciarse del resto de competencia de mercado, pero principalmente su atención también está en poder captar la atención de los clientes  |                                 |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>o potenciales clientes ya que indistintamente del producto o servicio que se ofrezca, recordemos que existen gustos y preferencias de los consumidores los cuales pueden ser muy volátiles. De dicho modo, uno de los principales obstáculos que tienen los emprendedores es poder manejarse de acuerdo al ritmo del comportamiento de los consumidores, tratando de afianzar la lealtad o la fidelidad de los clientes hacia los emprendimientos, este sería el obstáculo clave. Luego podemos encontrar otra disyuntiva como lo es crear una cadena de valor, y otros temas como lo económico, ya que considero que, si bien son factores importantes, existen otros que van delante. Tenemos también la falta de respuesta hacia los cambios, tal como lo vivimos el año anterior por efectos de la cuarentena, casi toda la economía se detuvo, a excepción de sectores claves que no podían parar sus actividades, pero si había segmentos de negocios pequeños o micro emprendimientos que no satisfacían ninguna necesidad básica, por lo que pasaron a un segundo plano en lo que respecta a las necesidades de la población.</p> <p>Por lo tanto, se vieron en la necesidad de innovar en otras líneas de negocios o emprendimientos y así tratar de subsistir en sus negocios habituales.</p> <p>Uno de los factores claves que se desarrolló gracias a la pandemia, es el poder sumarse al uso de herramientas tecnológicas, tal como los medios de pago electrónicos derivados de los pedidos en línea</p> |
| <p>5. ¿Cuáles son los factores que, desde su punto de vista, impiden o dificultan el crecimiento de los emprendimientos en Ecuador?<br/>¿Cómo afecta la existencia de oligopolios en el mercado nacional, sobre el desarrollo de las empresas de menor tamaño?</p> | <p>Propiamente considero que la existencia de oligopolios no afecta a los mercados y emprendimientos. Más bien, considerado casos reales, el hecho de que se tenga una compañía grande u existan oligopolios frente a emprendimientos, se está hablando de entidades totalmente diferentes en cuanto a tamaño, recursos económicos y capital humano, las grandes empresas cuentan con personal más capacitado, sistemas más sofisticados y mayor experiencia. Los emprendimientos no van directamente a competir con empresas grandes, es por ello que pueden verse afectados no por la presencia de los otros sino por el comportamiento en la economía y las oportunidades que se presentan o no.</p> <p>De ese modo, los emprendedores deben adquirir la habilidad para moverse en los cambios socioeconómicos que se presenten en el momento, así sean épocas de crisis, como lo que se observó en pandemia.</p>  |

|  |  |
|--|--|
|  | <p>Los oligopolios, son más bien un referente a seguir como guía para los emprendedores, pueden seguir la misma o en su defecto imitar el modelo de negocio, lo importante es dar al final una diferencia adicional</p>  |
| <p>6. Aunque existe el marco legal pertinente, ¿Por qué las grandes corporaciones aún tienen gran influencia en los mercados nacionales? ¿Por qué algunos mercados, actualmente competitivos, van camino hacia la concentración?</p> | <p>Los oligopolios tienen influencia los mercados debido a que concentran un gran volumen, no solo de clientes, sino también en cuanto al poder de negociación, entiéndase este como el poder de convencimiento o habilidad adquirida bastante alta frente a proveedores de bienes y servicios, o frente a acreedores financieros. Por ejemplo, en el caso de los supermercados, es un negocio en el que la venta de los productos se realiza solo mediante efectivo al instante, mientras que el pago a proveedores se realiza durante los 30-60-90 días posteriores a la adquisición de los productos, esto hace emerger un efecto multiplicador en la economía y eso le marca un poder de negociación importante.</p> <p>La segunda razón por la que los oligopolios tienen gran influencia en el mercado es por la diversificación que realizan por el volumen de ingresos obtenidos en su primera rama de actividad, financieramente esto es algo muy sano, ya que incluye aumento de inversión, aumento de consumo y eso al final crea una sinergia en la economía, por la apertura de nuevos empleos o inclusive empleos indirectos. En conclusión, su influencia es importante porque a medida que los oligopolios van creciendo y mejorando la economía, se vuelcan a la concentración debido a que van incorporando nichos de mercado más grandes, existen además diversos grupos económicos que tienen desde camaroneras hasta inmobiliarias adquiriendo así mayor incidencia económica en diferentes sectores.</p> |
| <p>7. ¿Qué políticas y/o estrategias considera necesario implementar en el Ecuador para mejorar la eficiencia y eficacia del control del poder de mercado? ¿Y para impulsar el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos?</p>  | <p>Retrocediendo al gobierno anterior, uno de los aspectos positivos referente al tema, fue el implementar una ley de control de poder de mercado, donde de cierta forma se le daba ventaja a los emprendimientos a que tengan una participación un poco más preferencial en ciertos sectores, tal como se denotó que los emprendimientos encontraban espacios de forma más accesible para ofertar sus productos en cadenas de supermercados bajo el logo de “primero Ecuador”, entonces ya esa parte de la ley era beneficiosa por permitir dichos espacios sumado a la abolición de plazos de pagos a proveedores muy extendidos. Entonces, durante ese entonces la ley fue muy beneficiosa para los emprendimientos.</p>  |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>Actualmente considero, que una de las políticas que servirían en pro de los emprendimientos, en el ámbito del apalancamiento financiero sería:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Repotenciar las líneas de crédito que se otorgan a través de la CFN, que si bien están dirigidos para negocios que ya ofrezcan productos ya industrializados porque la idea en el fondo es de que exista mayor desarrollo de industrias en el Ecuador, que promuevan las exportaciones y el ingreso de divisas para la economía del país</li> </ol> <p>Si bien el ámbito financiero es un factor importante, en el marco de los productos industrializados, se debería promover lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Ayudar a tecnificar los procesos de producción para mayor eficiencia, mejorar las cadenas de costos y su rentabilidad.</li> <li>3. Tratar a través de los clústers económicos, llamar a ciertos sectores o empresas a que ayuden a promover mediante acuerdos económicos con otros países a que existan unas ventajas competitivas para que las empresas en el Ecuador puedan dirigir sus productos hacia el exterior con mejores condiciones, menos trabas, que de cierta forma ayuda a las empresas grandes, pero es un incentivo aliciente para que los emprendimientos que ya existen y los futuros vayan encaminándose hacia aquella dirección</li> </ol> <p>Como medida de largo plazo, se debe trabajar más en los sistemas de tecnificación, otorgar más incentivos en el ámbito fiscal que promuevan la inversión y en el caso de los emprendimientos revisar aquellas políticas encaminadas hacia ellos pero dentro de la vía de las exportaciones porque es lo que considero que podría otorgar un beneficio para todos.</p> |
|--|---|

*Información obtenida en base a entrevista. Elaborado por los autores.*