

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

**CARRERA:
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:
INGENIERA COMERCIAL CON ESPECIALIZACIÓN EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**TEMA:
FORTALECIMIENTO DE LAS MICROEMPRESAS COMERCIALES DE
ALIMENTOS CÁRNICOS EN LA ZONA ELOY ALFARO DEL SUR DE
QUITO, EN EL MARCO DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA,
PARA AFRONTAR LA CRISIS ECONÓMICA DEL PAÍS**

**AUTORA:
JENNY PATRICIA CAMPO CALAHORRANO**

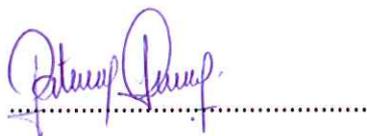
**DOCENTE TUTOR:
FREDDY GONZALO ARAQUE MONTENEGRO**

Quito, marzo de 2017

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo Campo Calahorrano Jenny Patricia, con documento de identificación N° 1719359190, manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del trabajo de titulación intitolado: “Fortalecimiento de las microempresas comerciales de alimentos cárnicos en la Zona Eloy Alfaro del Sur de Quito, en el marco de la Economía Popular y Solidaria, para afrontar la crisis económica del país”, mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: Ingeniera Comercial con especialización en Contabilidad y Auditoría, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.



Campo Calahorrano Jenny Patricia

Cédula 1719359190

Fecha: Marzo, 2017

DECLARATORIA DE COAUTORÍA DEL DOCENTE TUTOR

Yo declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el trabajo de titulación, “Fortalecimiento de las microempresas comerciales de alimentos cárnicos en la Zona Eloy Alfaro del Sur de Quito, en el marco de la Economía Popular y Solidaria, para afrontar la crisis económica del país”, realizado por Jenny Patricia Campo Calahorrano, obteniendo un producto que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana, para ser considerados como trabajo final de titulación.

Quito, marzo 2017



.....
Ing. Araque Montenegro Freddy Gonzalo

CC.:1710453745

Tabla de contenido

Introducción	1
Marco Teórico	4
Economía Popular y Solidaria.....	4
Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria (LOEPS)	6
Asociatividad.....	7
Capital Social	8
Metodología	8
Ámbito	8
Tipo	8
Instrumento	9
Método	9
Técnica	10
Población y muestra	10
Resultados de la Investigación	11
Aspectos del negocio.....	11
Aspectos del sector.....	17
Aspectos de la EPS y su aplicación.....	18
Conclusiones	24
Discusión	27
Bibliografía	30

Índice de tablas

Tabla 1. Enfoques de la EPS	4
Tabla 2. Composición de la muestra	11
Tabla 3. Experiencia.....	11
Tabla 4. Generación de empleo.....	12
Tabla 4 Nivel de ventas.....	12
Tabla 6. Utilización de ingresos.....	13
Tabla 7. Monto mensual de compras	13
Tabla 8. Canal de aprovisionamiento.....	14
Tabla 9. Elementos para apoyar la gestión.....	14
Tabla 10. Representatividad de procesos	15
Tabla 11. Interés en crecimiento	16
Tabla 12. Beneficiario de capacitación	16
Tabla 13. Proveedores de capacitación	16
Tabla 14. Fuentes de competencia	17
Tabla 15. Formas de competir.....	17
Tabla 16. Conocimiento de la EPS	18
Tabla 17. Requerimientos de recursos	18
Tabla 18. Uso de recursos	19
Tabla 19. Importancia de fuentes de recursos	19
Tabla 20. Dificultad de acceso a financiamiento	20
Tabla 21. Obstáculos para el financiamiento	21
Tabla 22. Incidencia de asociación	21
Tabla 23. Disposición a asociarse	21
Tabla 24. Beneficios al asociarse	22
Tabla 25. Apoyo para fortalecimiento	23
Tabla 26. Modelo asociativo	28

Resumen

Las microempresas son unidades económicas de fundamental importancia en la coyuntura socioeconómica del país, por su capacidad para generar valor y empleo, por lo que toda investigación que se enfoque a mejorarlas y fortalecerlas se considera un aporte valioso. Esta investigación se ha desarrollado con el fin de analizar el entorno en que operan las microempresas comerciales de alimentos de la Zona Eloy Alfaro del Sur de Quito, y recomendar acciones para su fortalecimiento en el marco de la Economía Popular y Solidaria. Su desarrollo ha comprendido primero abordar la problemática, luego se ha tomado conocimiento de la Economía Popular y Solidaria (EPS), determinándose que este modelo económico busca generar una sociedad más justa y equitativa; posteriormente se ha analizado el entorno en el que

operan las microempresas motivo de estudio, determinándose la posibilidad de fortalecerlas mediante la figura de la asociatividad, como estrategia para mejorar sus ingresos, rentabilidad, acceso a nuevos mercados, facilitar el financiamiento y aportar al desarrollo del país. Finalmente se recomienda socializar los resultados de la investigación, especialmente en lo referente a la estrategia asociativa, por los beneficios que puede generar.

Palabras Clave

Microempresas, Economía Popular y Solidaria, financiamiento, asociatividad, beneficios

Abstract

Strengthening of the commercial micro-enterprises of meat products in the Eloy Alfaro, South Zone of Quito, within the framework of the Popular

and Solidarity Economy, to confront the country's economic crisis.

Microenterprises are economic units of fundamental importance in the socio-economic situation of the country, because of their capacity to generate value and employment, so that any research that focuses on improving and strengthening them is considered a valuable contribution. This research has been developed in order to analyze the environment in which the commercial microenterprises of food of the Zone Eloy Alfaro of the South of Quito operate, and to recommend actions for its strengthening in the framework of the Popular and Solidary Economy.

Its development has included first tackling the problem, then it has become aware of the Popular and Solidarity Economy (EPS), determining that this economic model seeks to generate a more just and equitable society; the microenterprises

that are the subject of study have been analyzed, and it is possible to strengthen them by means of associativity, as a strategy to improve their income, profitability, access to new markets, facilitate financing and contribute to the development of country.

Finally, it is recommended to socialize the results of the research, especially regarding the associative strategy, for the benefits that can generate.

Keywords

Microenterprises, Popular and Solidarity Economy, financing, associativity, benefits

Introducción

Entre 1950 y 1970 el capitalismo se expandió en Latinoamérica, para la década de los 80 el modelo colapsó causando recesión, hiperinflación y alto endeudamiento externo, esto hizo necesario que se implementen ajustes estructurales que precarizaron las condiciones de las clases económicas menos favorecidas.

En respuesta, varios colectivos sociales impulsaron acciones comunitarias, buscando generar una sociedad más justa, inclusiva y equitativa; la difusión de este proceso y el deterioro de los partidos políticos tradicionales, derivó en gobiernos denominados progresistas como el del economista Rafael Correa en el Ecuador.

La Constitución del Ecuador del año 2008 en el capítulo cuarto, artículo 283, señala que el sistema económico del país es social y solidario, asociativo, justo, y prioriza el mejoramiento de las

condiciones de vida de las personas por sobre el lucro privado.

Consecuencia de desastres naturales, bajos precios del petróleo y una recesión que afecta a la mayoría de los países del mundo, Ecuador se encuentra sumido en una grave crisis económica tal que el Fondo Monetario Internacional (FMI) luego de estudiar las variables relacionadas al crecimiento económico, estableció que la economía del país se contrajo 2,5% el año 2016 y caerá 2,7% el año 2017, por lo que es necesario se implementen medidas para impulsar un cambio estructural.

En el esquema de la Economía Popular y Solidaria (EPS), las microempresas son agentes de cambio y transformación socio económica; según SENPLADES 80% de las unidades empresariales del país son microempresas y generan 45% del empleo nacional.

Aquellas que comercializan productos cárnicos al por menor, que según el Servicio de Rentas Internas son el 3% a nivel nacional y generan 2,15% del empleo nacional, son poco competitivas, están sujetas a una competencia oligopólica, creada por las grandes cadenas de supermercados que imponen condiciones de provisión, venta y comercialización no equitativas; en su mayoría son informales, tanto legal como administrativamente; no han definido una organización, procesos, ni modelos de gestión; tienen dificultad de acceso a créditos y son altamente sensibles a las variables del entorno y mercado.

El año 2016 El Instituto de la Ciudad, señaló que las microempresas comerciales del Distrito Metropolitano y el país, no son competitivas pues carecen de una adecuada gestión administrativa, financiera y comercial, lo que las expone a riesgos que comprometen su continuidad; 85% son

de tipo familiar y fusionan las finanzas personales con las del negocio, lo que les impide disponer de información para analizar su gestión y tomar decisiones; y, tienen acceso limitado a créditos por su incapacidad para garantizar el endeudamiento; consecuencia de ello en año 2016 el sistema financiero atendió únicamente 14% de los requerimientos de microcréditos, a tasas efectivas promedio de 29,50% anual.

Específicamente las microempresas comerciales de alimentos cárnicos de la ciudad de Quito, desarrollan una gestión informal, no disponen de una marca que capitalice su trayectoria, carecen de registros sanitarios, y no integran los elementos y procesos de su cadena de valor, actividades que añaden valor al producto conforme secuencialmente pasa por cada una de ellas.

La economía popular y solidaria EPS tiene capacidad para potenciar el

desarrollo de los sectores sociales populares; al extenderla a las microempresas es posible generar en ellas competitividad y dinamizar sus operaciones para disminuir la brecha existente con grupos comerciales.

Una alternativa es asociarlas observando los parámetros que fija la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (LOEPS), para: incrementar su poder de intermediación y disminuir barreras de ingreso a mercados; optimizar su red de comercialización; crear economías de escala, e impactar positivamente al entorno socioeconómico.

Ante la problemática y coyuntura expuesta, se ha desarrollado esta investigación, cuyo objetivo es: Diseñar una propuesta para las microempresas comerciales de alimentos cárnicos, que las fortalezca y ayude a desarrollar capacidades competitivas suficientes, para mejorar

su poder de intermediación y optimizar la rentabilidad.

La misma genera resultados que responden a las interrogantes:

¿Cómo se desarrolla actualmente, la gestión de las microempresas comerciales de alimentos cárnicos de la zona Eloy Alfaro de la ciudad de Quito?;

¿Qué agentes económicos intervienen en su cadena de valor?;

¿Qué estrategias pueden hacerlas suficientemente competitivas y optimizar su beneficio económico?;

¿Cómo se puede implementarlas con la menor resistencia?;

¿Qué efecto producirían estas estrategias en las condiciones socioeconómicas de la comunidad receptora?

Marco Teórico

Economía Popular y Solidaria

Son varios los autores que han tratado de conceptualizar y establecer los orígenes e implicaciones de la economía solidaria; en Latinoamérica, los principales enfoques desarrollados han sido:

Tabla 1. Enfoques de la EPS

Autor	Concepto
Luis Razeto	Tiene un contenido asociativo, involucra a pequeños grupos informales con nexos estrechos, que aportan a desarrollar confianza, cooperación y solidaridad. Las experiencias se desarrollan entre los pobres, para enfrentar problemas concretos, a veces con la ayuda ONG y/o instituciones religiosas. Las organizaciones constituidas tienden a perdurar y son elementos de cambio social.
Manfred Max-Neef	Se estructura por micro empresas; de sus experiencias se genera un nuevo enfoque de desarrollo económico y social.
Luis Ignacio Gaiger	Iniciativa popular orientada a generar trabajo y renta, en basa a asociatividad, autogestión y cooperación.
Paul Singer	Modelo alterno al capitalismo, creado y recreado periódicamente por grupos marginados. Se orienta a la posesión y uso colectivo de los recursos y medios de producción

Autor	Concepto
Marcos Arruda	Movimiento que busca generar transformaciones económicas, sociales y culturales: en la visión del mundo, valores, actitudes, comportamientos y aspiraciones.
Ademar Bertucci	Implica: construir identidades solidarias y articular redes de iniciativas; resistir y enfrentarse al capitalismo; y reforzar las actividades que en todos los sectores.
José Luis Coraggio	Constituye una alternativa a la economía capitalista, se diferencia porque busca la reproducción ampliada de la vida y no la acumulación de riquezas.

Fuente: Josefina Da Ros, 2012

De lo expuesto se desprende que:

La económica popular y solidaria es un componente de la economía informal y la economía doméstica, y sus prácticas tienen implicaciones políticas por el énfasis cooperativista.

Integra los conceptos de economía y solidaridad; reinterpreta los procesos económicos, y reformula el concepto de empresa y de los factores productivos; con el fin de revalorizar el trabajo comunitario por sobre el capital, ya que mediante la cooperación se crean sinergias y se incrementa la

eficiencia y productividad; se comparte la creatividad, socializando información y conocimientos. Se buscan intereses comunes y se toman decisiones conjuntas para evitar conflictos, se beneficia a todos quienes participan en forma justa y equitativa.

Es un modelo diferente al capitalismo, mientras éste se fundamenta en la producción de bienes y servicios para lograr rentabilidad y utilidad, la que se distribuye en función del capital aportado; la economía popular y solidaria articula relaciones para satisfacer necesidades individuales y grupales, y si se generan excedentes se distribuyen en proporción del trabajo realizado.

El equilibrio en el sistema capitalista se da por la competencia, y los precios se fijan en función de la oferta y demanda, al igual que los salarios; en el sistema popular y solidario, se da por cooperación y conciliación, y se buscan

intercambios justos y equitativos, y la remuneración depende del desempeño del emprendimiento o empresa.

La empresa capitalista prospera por el incremento de la producción mediante cambios en los procesos tecnológicos; y la empresa comunitaria lo hace por el liderazgo, confianza, y deseo de superación del grupo.

En conclusión, la economía popular solidaria es un modelo económico que involucra a la población menos favorecida para mejorar sus condiciones y calidad de vida; busca el desarrollo socio económico fundamentada en el respeto a: la diversidad cultural, los saberes y capacidades, la cooperación y conciliación, el liderazgo conjunto, la confianza, superación y autoestima, el trabajo, la justicia y equidad; para que ingresos de las personas se den en función del desempeño y los excedentes se distribuyan conforme el trabajo realizado.

Ante la ineficiencia que ha mostrado el capitalismo para solucionar la inequidad y desigualdad social en el Ecuador, la economía popular y solidaria parece ser una alternativa viable y digna para combatir la pobreza, marginalidad y redistribuir la riqueza.

Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria (LOEPS)

La herramienta normativa de la EPS en el Ecuador es la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria (LOEPS), esta plataforma busca que los valores y principios de esta nueva forma de hacer economía sean reconocidos, para lograr la inclusión socioeconómica de millones de compatriotas históricamente excluidos de las políticas públicas.

El contenido de esta Ley está dividido en tres bloques; el primero organiza a los actores, reconoce al sector cooperativo, asociativo y comunitario, define las formas

organizativas y su proceso de legalización; el segundo trata sobre los incentivos, entre los que destaca el priorizar las adquisiciones del Estado hacia el sector de la economía popular y solidaria mediante el SERCOP; y el tercero busca el fomento del sector.

Comprende ocho títulos que abordan: temas del ámbito, el objeto y los principios de la ley; la economía popular y solidaria; el sector financiero popular y solidario; los organismos de integración y entidades de apoyo; fomento, promoción e incentivos; las relaciones con el Estado; y, las obligaciones, infracciones y sanciones.

En síntesis, el objeto de este instrumento técnico jurídico es potenciar el sector popular y solidario, mediante mecanismos para su reconocimiento, promoción, supervisión, regulación, funcionamiento, desarrollo técnico y financiero; y favorecer su articulación con los sectores público y privado,

sobre bases de solidaridad y apoyo mutuo, para alcanzar el crecimiento socioeconómico, generar una mejor calidad de vida y contribuir a la lucha contra la corrupción.

Asociatividad

Las personas, organizaciones y sociedades, ante la dificultad de satisfacer individualmente sus necesidades, han debido asociarse con otras para lograr metas y beneficiarse mutuamente, dando así origen a la organización asociativa.

Esta figura es parte de la economía popular y solidaria, nace de la cooperación voluntaria entre personas, comunidades y/u organizaciones que mediante el esfuerzo conjunto buscan lograr objetivos comunes, mejoras económicas, innovación, incremento de productividad y/o competitividad.

Cuando se concreta entre microempresas, la asociatividad genera beneficios: incrementa su poder de negociación y representatividad, lo que

facilita el ingreso a nuevos mercados; reduce riesgos y costos, pues se crean economías de escala, incrementa la competitividad y genera valor agregado; en consecuencia, es una alternativa que debe incentivarse en países como Ecuador, donde la microempresa es una fuente esencial de empleo y supervivencia para millones de familias.

Existen antecedentes de esquemas asociativos impulsados en diversos países latinoamericanos que muestran que las principales causas por las cuales éstos no se consolidan exitosamente son: las personas que los integran, tienen capacidades heterogéneas y sus intereses no se alinean, por lo que hay carencia de cooperación, y no se logra cohesión en los esfuerzos para lograr los objetivos propuestos; no se ha definido un modelo de gestión acorde a los requerimientos; y no se han establecido y difundido adecuadamente las reglas que rigen la

operatividad de la organización

Capital Social

Un factor que apoya y posibilita la concreción de emprendimientos comunitarios y de organizaciones asociativas es el capital social, Putman lo define como el conjunto de normas de reciprocidad, redes interpersonales y confianza, existentes en las estructuras sociales, que favorece el desarrollo de acciones conjuntas coordinadas, intercambios económicos, cooperar, alcanzar acuerdos equilibrados y sostenidos en el tiempo para solventar necesidades colectivas.

Según el Banco Mundial, el capital social se crea mediante la acción colectiva y aporta al éxito de micro emprendimientos pues disminuye el costo de los servicios, amplía su alcance y facilita el acceso al crédito.

Lo expuesto evidencia que este factor apalanca y facilita la concreción

de intercambios económicos efectivos, el desarrollo de relaciones basadas en confianza y reciprocidad mutua, y la conformación de redes sociales y organizaciones con capacidad para atender eficientemente problemas y necesidades colectivas, como la asociatividad.

Metodología

Ámbito

La investigación se focalizó en las microempresas comerciales de alimentos cárnicos; el ámbito geográfico fue la Zona Eloy Alfaro del Sur del Distrito Metropolitano de Quito, que incluye a las parroquias: La Argelia, Chimbacalle, La Magdalena, Chilibulo, San Bartolo, La Mena, La Ferroviaria, Solanda y Lloa; y el temporal el mes de diciembre del año 2016.

Tipo

Fue de tipo no experimental pues se observaron en su contexto las variables

relacionadas a las microempresas comerciales de alimentos cárnicos de la Zona Eloy Alfaro sin manipularlas; también fue transversal por cuanto la investigación tuvo una línea temporal específica que fue el mes de diciembre del año 2016.

Instrumento

El instrumento utilizado fue el cuestionario, se diseñó con veinte y tres preguntas, seis cerradas, quince de opción múltiple y dos abiertas; el primer bloque del instrumento permitió recopilar información relativa a la microempresa, su capacidad comercial y de gestión, esto pues las estrategias para potenciamiento son diferenciales conforme la capacidad de gestión y competitividad de cada microempresa; con el segundo bloque se acopió información respecto al sector, y con el tercero información relacionada a la EPS, para conocer cómo deben orientarse las estrategias para

maximizar su impacto apoyándose en la LOEPS.

Método

La encuesta se aplicó mediante muestreo por conveniencia, se utilizó este método no aleatorio por ser la única alternativa para viabilizar la investigación ya que se requirió amplia colaboración de parte de los elementos investigados, y como se señala con anterioridad en este documento, en la población de estudio existió limitada colaboración, por lo que se obtuvo la información únicamente de aquellas microempresas que la proporcionaron.

La investigación Incluyó los métodos inductivo y deductivo para reflejar: cómo desarrollan la gestión estas microempresas; los agentes que intervienen en su cadena de valor; las estrategias para mejorar su competitividad y optimizar el beneficio económico, la forma de implementarlas con la menor resistencia, y el efecto que

producirían en las condiciones socio económicas de la comunidad receptora.

Técnica

La técnica utilizada para la aplicación del cuestionario fue la encuesta dirigida, la investigadora leyó el contenido del cuestionario y acopió los resultados en hojas diseñadas para el efecto.

Población y muestra

La Superintendencia de Compañías Seguros y Valores caracteriza la microempresa como aquella que ocupa entre 1 y 9 personas, tiene ventas de hasta 100.000 dólares anuales y activos por hasta 100.000 dólares (2010); bajo este criterio, a fines del 2015 en la Zona Eloy Alfaro existían 1.550 microempresas que comercializan alimentos cárnicos.

Para establecer el tamaño adecuado de la muestra, se utilizó la fórmula de proporción para poblaciones finitas.

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{\beta^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Los valores para el cálculo fueron: N = 1.550 elementos a estudiar; por cuanto en una visita preliminar efectuada en las parroquias Chimbacalle, La Magdalena y Solanda, se detectó que en la población de estudio había limitada intensidad de colaboración, se definió un nivel de error muestral de 8% ($\beta = 0,08$) y un nivel de confianza de 95% ($\alpha = 5\% = 0,05$), se tiene: $\alpha/2 = 0,025$ por tanto $1 - \alpha/2 = 0,975$ y $Z_{1-\alpha/2} = 1,96$; el valor de $Z_{\alpha/2}$, se obtuvo de la tabla para la distribución normal Z.

Para que el tamaño de muestra fuese el adecuado, las proporciones utilizadas fueron $q = 1/2 = 0,50$ (probabilidad de fracaso), y $p = (1 - q) = 0,50$ (probabilidad de éxito).

Aplicando los valores a la fórmula anterior, se tuvo:

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (1.550) \cdot (0,50) \cdot (0,50)}{(0,08)^2 \cdot (1.549) + (1,96)^2 \cdot (0,50) \cdot (0,50)} = 136,90$$

Tabla 2. Composición de la muestra

Parroquia	No. de locales	% de locales	Muestra
La Argelia	82	5,29%	8
Chimbacalle	258	16,65%	25
La Magdalena	275	17,74%	27
Chilibulo	119	7,68%	12
San Bartolo	221	14,26%	21
La Mena	194	12,52%	19
La Ferroviaria	103	6,65%	10
Solanda	267	17,23%	25
Lloa	31	2,00%	3
TOTAL	1.550	100,00%	150

Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2016)

Para mitigar un posible sesgo en la información, se fijó el tamaño de la muestra en 150; su composición, número de encuestas aplicadas en cada parroquia, se estableció en base al porcentaje de microempresas existente en cada una de ellas conforme el SRI.

Resultados de la Investigación

El estudio se realizó conforme el tamaño y composición de la muestra establecidos, en las microempresas comerciales de alimentos cárnicos de las diversas parroquias que conforman la zona Eloy Alfaro de la ciudad de

Quito, por lo que los resultados se consideran significativos con un error muestral β de 8% y una confianza de 95%.

Aspectos del negocio

Pregunta No. 1

¿Cuántos años tiene de experiencia en el mercado de productos cárnicos?

Tabla 3.

	Muy alta (más de 10 años)	Alta (entre 5 y 10 años)	Media (entre 5 y 2 años)	Baja (menos de 2 años)	
Concepto					
fi	18,00	53,00	56,00	23,00	150,00
%	12,00%	35,33%	37,33%	15,33%	100%
Pondera	0,48	1,06	0,75	0,15	2,44

Fuente: Estudio de campo realizado

En relación a la experiencia que poseen las microempresas del sector estudiado, 12% tiene una experiencia caracterizada como muy alta; 33,53% alta; 37,33% media y 15,33% baja.

Para tener una caracterización general, la autora ha establecido una escala descendente de 4 muy alta hasta 1 baja, al ponderar por la participación porcentual de cada opción, se concluye que la experiencia promedio de las microempresas es entre media y alta.

Pregunta No. 2

¿Cuántas personas trabajan en el negocio?

Tabla 4.

	1 a 2	3 a 4	
fi	133,00	17,00	150,00
%	88,67%	11,33%	100%
M. Cl	1,50	3,50	
Pondera	1,33	0,40	1,73

Fuente: Estudio de campo realizado

En 88,67% de las microempresas estudiadas trabajan 1 o 2 personas y en 11,33% 3 o 4.

Al ponderar la marca de clase (punto medio del intervalo) por la participación porcentual de cada uno, se establece que en promedio cada microempresa crea 2 puestos de trabajo; puesto que como se ha señalado anteriormente la mayoría son familiares además de trabajo para la persona propietaria, se genera un puesto para trabajadores externos.

En conclusión, las microempresas que comercializan alimentos cárnicos en la Zona Eloy Alfaro generan alrededor de 2.682 puestos de trabajo.

Pregunta No. 3

¿Qué monto promedio vende usted mensualmente de productos cárnicos?

Tabla 5

Nivel de venta	f _i	%	M. Cl.	Pondera
Hasta 5 mil USD.	16,00	10,67%	2.500,00	266,67
Entre 5 y 10 mil USD.	74,00	49,33%	7.500,00	3.700,00
Entre 10 y 15 mil USD.	60,00	40,00%	12.500,00	5.000,00
Suman	150,00	100,00%		8.966,67

Fuente: Estudio de campo realizado

Respecto a las ventas, 10,67% de las microempresas estudiadas vende hasta cinco mil dólares mensuales de productos, 49,33% entre cinco y diez mil dólares, y 40% entre diez y quince mil.

Al ponderar la marca de clase, punto medio del intervalo, por la participación porcentual de cada uno, se establece que el monto promedio de ventas mensuales es 8.966,67 dólares, 107.600 dólares anuales.

Pregunta No. 4

¿Porcentualmente, a qué destina los ingresos que obtiene por ventas?

Tabla 6.

Nivel de venta	%
Reinversión en producto	3,80%
Compra de algún mueble o equipo para el negocio	5,50%
Pago a proveedores	48,00%
Gastos del negocio	14,80%
Gastos personales	14,50%
Pago de créditos	11,00%
Compra de un bien o propiedad	2,40%
Total	100,00%

Fuente: Estudio de campo realizado

Los ingresos por ventas, se destinan para pago a proveedores 48,00%; reinversión en producto 3,80%; gastos del negocio 14,80%; gastos personales 14,50%; pago de créditos 11,00%; compra de algún mueble o equipo para el negocio 5,50% y compra de un bien o propiedad 2,40%.

Como anteriormente se señaló, las microempresas estudiadas carecen de información financiera por lo que no es posible establecer con certeza su utilidad y rentabilidad. Se ha estimado que el nivel de rentabilidad sobre ventas aproximado es 16,90%

correspondiente 14,50% a gastos personales y 2,40% a la compra de un bien o propiedad.

En consecuencia se deduce que en promedio estas microempresas tienen una utilidad neta aproximada anual de 15.602,00 dólares.

Pregunta No. 5

¿Qué monto promedio adquiere mensualmente de productos cárnicos?

Tabla 7.

Nivel de venta	f _i	%	Clase	Pondera
Hasta 5 mil USD.	44,00	29,33%	2.500,00	733,33
Entre 5 y 10 mil USD.	83,00	55,33%	7.500,00	4.150,00
Entre 10 y 15 mil USD.	23,00	15,33%	12.500,00	1.916,67
Suman	150,00	100,00%		6.800,00

Fuente: Estudio de campo realizado

En cuanto a la adquisición de productos, 29,33% de microempresas se provee de hasta cinco mil dólares mensuales de productos, 55,33% entre cinco y diez mil dólares, y 15,33% entre diez y quince mil.

Al ponderar la marca de clase de cada intervalo por su porcentaje, se establece que el monto promedio de

compras mensuales es 6.800 dólares, 81.600 dólares anuales.

Pregunta No. 6

¿Qué canal utiliza para proveerse de los productos que comercializa?

Tabla 8.

Canal de provisión	f _i	%
Directo de fábrica	36,00	24,00%
Mayorista	106,00	70,67%
Minorista	8,00	5,33%
Suman	150,00	100,00%

Fuente: Estudio de campo realizado

Las microempresas adquieren los productos destinados para la venta 24% directamente de fábrica, a mayoristas 70,67% y 5,33% a minoristas.

Al relacionar el monto de compras y ventas, se concluye que aparentemente las microempresas estudiadas tienen una utilidad bruta promedio de 31,86%.

Si varias de ellas consolidasen una asociatividad, por el nivel de aprovisionamiento podrían beneficiarse por descuento en monto de compra, ahorro por economías de escala; conforme el MIPRO, los precios de productos finales adquiridos al por mayor directamente en fábrica,

son en promedio 11,25% menores a los del canal de distribución mayorista o de fábrica, lo que implica que cada microempresa tendría un ahorro anual en provisión por = 81.600 dólares * 11,25% = 9.180 dólares, con lo que la utilidad bruta ascendería a 48,58%.

Pregunta No. 7

¿Qué elementos ha implementado para apoyar la gestión de su negocio?

Tabla 9.

Concepto	Dispone	No dispone	Parcialmente
Estructura organizacional	2,00%	92,00%	6,00%
Gestión financiera formal	12,67%	76,00%	11,33%
Sistema de facturación	12,67%	55,33%	32,00%
Gestión administrativa formal	8,67%	74,00%	17,33%
Gestión comercial formal	14,67%	74,00%	11,33%
Cultura organizacional	2,00%	92,00%	6,00%
Objetivos	7,33%	76,67%	16,00%
Políticas	2,00%	92,00%	6,00%
Estrategias	2,00%	92,00%	6,00%
Control de logro de objetivos	2,00%	92,00%	6,00%
Promedio	6,60%	81,60%	11,80%

Fuente: Estudio de campo realizado

En lo referente a la gestión, han definido una estructura organizacional formal únicamente 2,00% de las microempresas que comercializan alimentos cárnicos en la Zona Eloy Alfaro; realiza gestión financiera

formal 12,67%; posee un sistema automatizado de facturación 12,67%; gestión administrativa formal 8,67%; gestión comercial formal 14,67%; cultura organizacional 2,00%; objetivos 7,33%; políticas 2,00%; estrategias 2,00%, y control de logro de objetivos 2,00%.

En promedio 6,60% de las referidas empresas han definido elementos para apoyar su gestión y 11,80% lo ha hecho parcialmente: por lo que se concluye que desarrollan una gestión con alto nivel de informalidad.

Pregunta No. 8

¿Qué tan representativos son los siguientes procesos como generadores de costo o beneficio económico en su microempresa?

Tabla 10.

Proceso	1	2	3	4	5	Pond.
Provisión	0,00%	0,00%	0,00%	48,67%	51,33%	4,51
Almacenamiento	18,00%	76,67%	5,33%	0,00%	0,00%	1,87
Distribución	55,33%	42,00%	2,00%	0,67%	0,00%	1,48
Promoción	14,00%	28,00%	44,00%	8,00%	6,00%	2,64
Comercialización	0,00%	0,00%	24,00%	45,33%	30,67%	4,07
Financiamiento	0,00%	1,33%	7,33%	41,33%	50,00%	4,40

Escala: 1 poco importante a 5 extremadamente importante.

Fuente: Estudio de campo realizado

Para valorar la representatividad de los procesos como generadores de costo o beneficio económico, la participación porcentual se ponderó por el valor de importancia asignado. Obteniéndose para la provisión de productos una valor de 4,51; almacenamiento 1,87; distribución 1,48; promoción 2,64; comercialización 4,07 y financiamiento 4,40.

Conforme la apreciación de las personas encuestadas, la provisión y financiamiento son procesos entre muy importantes y extremadamente importantes; la comercialización muy importante, la promoción entre muy importante e importante; el almacenamiento importante, y la distribución entre moderadamente importante y poco importante.

En los procesos más importantes: provisión, comercialización y financiamiento, es posible generar

ahorro por economías de escala mediante la figura de asociatividad.

Pregunta No. 9

¿Tiene interés en que su negocio crezca?

Tabla 11.

Concepto	f _i	%
Sí	150,00	100,00%
No	-	0,00%

Fuente: Estudio de campo realizado

Todas las personas propietarias de las microempresarias que comercializan alimentos cárnicos en la Zona Eloy Alfaro tienen interés que su negocio crezca y prospere.

El sector de alimentos tiene alta representatividad en la economía nacional (17.4%), entre 2013 y 2016 creció 11,85%; al no existir barreras para el ingreso de nuevos competidores las empresas deben mejorar para mantenerse en el mercado.

Pregunta No. 10

¿Ha recibido capacitación por parte de alguna empresa, organismo o institución del sector público?

Tabla 12.

Concepto	f _i	%
Sí	61,00	40,67%
No	89,00	59,33%

Organismo o institución que ha proporcionado capacitación

Tabla 13.

CONCEPTO	f _i	%
CONQUITO	35	57,38%
ICAM	4	6,56%
Cámara de MPME	17	27,87%
MIPRO	5	8,20%
Total	61	100,00%

Fuente: Estudio de campo realizado

Ha recibido capacitación por parte de alguna empresa, organismo o institución del sector público 40,67% de estas microempresas y 59,33% no.

La Agencia Municipal de Desarrollo CONQUITO proporcionó capacitación al 57,38%; ICAM a 6,56%; la Cámara de MPME 27,87% y el MIPRO 8,20%.

Al ser la capacitación un factor de desarrollo de competitividad, el Estado

debe incentivar que las microempresas desarrollen nuevas capacidades para mejorar su gestión y competitividad.

Aspectos del sector

Pregunta No. 11

¿Cómo califica cada una de las fuentes de competencia para su negocio?

Tabla 14.

Tiendas y micros	Locales similares	Súper mercados	Mercados	Ferias
2,67%	0,67%	0,00%	25,33%	31,33%
7,33%	4,00%	0,67%	34,00%	34,67%
22,67%	18,00%	16,67%	29,33%	28,00%
52,67%	54,67%	52,67%	10,67%	5,33%
14,67%	22,67%	30,00%	0,67%	0,67%
3,69	3,95	4,12	2,27	2,09

Escala: 1 baja a 5 extremadamente alta

Fuente: Estudio de campo realizado

Para valorar la representatividad de las fuentes de competencia, su participación porcentual se ponderó por el valor de importancia con que se calificó cada una; bajo este criterio: los supermercados, los locales similares, las tiendas y micro mercados son una fuente de competencia muy alta; y, lo mercados y ferias moderadamente importantes.

Se concluye que el mercado en el que operan estas microempresas es

muy competitivo y amplio; seguramente consecuencia de que el número de empresas que comercializa alimentos ha crecido 10% anual a nivel nacional durante los últimos años , y por ende la competencia se ha incrementado en igual porcentaje. Ya que cada negocio busca posicionarse mediante estrategias diversas, este factor genera una amenaza alta.

Pregunta No. 12

¿Qué tan importantes son las siguientes formas mediante las cuales compite en el mercado?

Tabla 15.

Precio	Variedad	Calidad	Calidez en la atención	Limpieza y presentación
0,67%	0,67%	0,00%	0,00%	0,67%
2,67%	10,67%	0,00%	0,00%	2,00%
9,33%	18,00%	8,67%	8,67%	5,33%
52,67%	52,67%	22,00%	22,00%	48,00%
34,67%	18,00%	69,33%	69,33%	44,00%
4,18	3,77	4,61	4,61	4,33

Escala: 1 poco importante a 5 extremadamente importante.

Fuente: Estudio de campo realizado

Al valorar las diversas acciones mediante las cuales las microempresas estudiadas compiten en el mercado, se ha determinado que el precio alcanza

4,18; la variedad de productos 3,77; 4,61 la calidad del producto; 4,61 la calidez de la atención, y 4,33 la limpieza y presentación del local.

Conforme la escala establecida, la calidad de los productos y la calidez de atención son acciones entre muy importantes y extremadamente importantes para competir en el mercado; la limpieza y presentación, y el precio muy importante, la variedad de productos entre muy importante e importante.

Aspectos de la EPS y su aplicación

Pregunta No. 13

¿Conoce qué la EPS es un mecanismo para favorecer la inclusión socioeconómica de los sectores más vulnerables del país y estructurar un nuevo modelo económico más justo y equitativo?

Tabla 16.

Concepto	f _i	%
Sí	39,00	26,00%
No	111,00	74,00%
Total	150,00	100,00%

Fuente: Estudio de campo realizado

Únicamente 26% de las personas microempresarias que comercializan

alimentos cárnicos en la Zona Eloy Alfaro conoce que la Economía Popular y Solidaria EPS es un mecanismo para favorecer la inclusión socioeconómica de los sectores más vulnerables del país y estructurar un nuevo modelo económico más justo y equitativo, y 74% no.

En conclusión, existe un déficit en la comunicación y socialización de la EPS y la LOEPS; al ser mecanismos de apoyo para la microempresa, su alcance, principios y contenido deben darse a conocer a los potenciales beneficiarios.

Pregunta No. 14

¿Requiere usted normal y constantemente recursos financieros para su microempresa?

Tabla 17.

Concepto	f _i	%
Sí	150,00	100,00%
No	-	0,00%
Total	150,00	100,00%

Fuente: Estudio de campo realizado

Todas las microempresas requieren recursos, lo que evidencia la

importancia del acceso al financiamiento.

Por lo que el Estado como eje estratégico debe establecer el facilitamiento del micro crédito, en cooperación con el sistema financiero bancario y cooperativo.

Pregunta No. 15

¿Generalmente, para qué requiere recursos financieros?

Tabla 18.

CONCEPTO	%
Capital de trabajo (Inventario)	63,33%
Realizar gastos corrientes	4,67%
Adquirir activos fijos	3,33%
Disponer de una mayor liquidez	3,33%
Para gastos personales	25,33%
Total	100,00%

Fuente: Estudio de campo realizado

63,33% de las microempresas requieren recursos para capital de trabajo, 25,33% para gastos personales, 4,67% para gastos corrientes del negocio y, 3,33% para adquirir activos fijos, y para disponer de mayor liquidez.

Los diversos usos para los recursos muestran que es imposible que estas

microempresas operen adecuadamente sin ellos, y que la principal aplicación es el capital de trabajo.

Para valorar la importancia de las diversas fuentes de recursos financieros, la participación porcentual de cada una se ponderó por la calificación de caracterización de su importancia.

Pregunta No. 16

¿Qué tan importantes son las siguientes fuentes para obtener los recursos financieros que requiere?

Tabla 19.

FUENTE	1	2	3	4	5	Pondera
Recursos propios	0,00%	3,33%	22,67%	30,00%	44,00%	4,15
Tarjetas de crédito	24,67%	70,00%	4,00%	1,33%	0,00%	1,82
Prestamistas privados	7,33%	15,33%	24,67%	48,67%	4,00%	3,27
Venta de un bien o propiedad	22,00%	36,00%	37,33%	1,33%	3,33%	2,28
Créditos en bancos	0,00%	0,00%	18,00%	45,33%	36,67%	4,19
Créditos en cooperativas	0,00%	0,00%	18,67%	36,00%	45,33%	4,27
Otras	68,67%	31,33%	0,00%	0,00%	0,00%	1,31

Escala: 1 poco importante a 5 extremadamente importante.

Fuente: Estudio de campo realizado

Conforme la escala establecida, los créditos de cooperativas, créditos bancarios y recursos propios se

consideran fuentes de recursos financieros muy importantes; los prestamistas privados importantes; la venta de un bien o propiedad y las tarjetas de crédito moderadamente importantes, y otras fuentes como las prendas poco importantes.

Se concluye que las cooperativas son actores muy importantes para el desarrollo de las microempresas, y que los prestamistas privados pese a los altos intereses que cobran son una alternativa ante la dificultad de acceso.

Respecto a la apreciación de la dificultad que presenta el acceder a recursos financieros para las microempresas, el promedio ponderado establece que la misma está entre muy alta y extremadamente alta.

Pregunta No. 17

¿Cómo calificaría la dificultad que presenta el acceder a los recursos financieros para su microempresa?

Tabla 20.

1	2	3	4	5	Total
-	-	9,00	68,00	73,00	150,00
0,00%	0,00%	6,00%	45,33%	48,67%	100,00%
-	-	0,18	1,81	2,43	4,43

Escala: 1 baja a 5 extremadamente alta

Fuente: Estudio de campo realizado

Estos resultados corroboran que las microempresas tienen acceso limitado a créditos por su limitada capacidad para garantizarlos, lo que explica por qué el sistema financiero únicamente concedió 14% de los requerimientos de microcréditos el año 2016.

Pregunta No. 18

¿Cómo caracterizaría los siguientes factores obstáculos, el momento de acceder a créditos en instituciones financieras?

Tabla 21.

Obstáculos	1	2	3	4	5	Pondera
Falta de líneas de crédito	0,00%	1,33%	8,00%	31,33%	59,33%	4,49
Falta de garantías de respaldo.	0,00%	0,67%	4,67%	34,67%	60,00%	4,54
Trámites y requisitos engorrosos.	0,00%	11,33%	18,00%	48,00%	22,67%	3,82
Falta de información financiera	0,00%	0,67%	10,67%	34,67%	54,00%	4,42
Alto costo del crédito.	8,67%	22,67%	40,00%	16,67%	12,00%	3,01
Plazo insuficiente	6,00%	18,67%	39,33%	20,67%	15,33%	3,21

Escala: 1 bajo a 5 extremadamente alto

Fuente: Estudio de campo realizado

Para caracterizar cada factor obstáculo de acceso a créditos en instituciones financieras, su participación porcentual se ponderó por la calificación asignada; considerando la escala de valoración establecida se concluye que la falta de garantías para respaldar el crédito (4,54) es un obstáculo entre muy y extremadamente importante para las microempresas el momento de solicitar créditos, al igual que la falta de líneas de crédito (4,49) y falta de información financiera solicitada (4,42); la demora en los

trámites y excesivos requisitos (3,82) es un obstáculo muy importante; y son obstáculos importantes el plazo insuficiente para pagar (3,21) y el elevado costo del crédito (3,01).

Para favorecer la adopción de la EPS, el Estado debe trabajar conjuntamente con el sector financiero para facilitar y simplificar el acceso a micro créditos.

Pregunta No. 19

¿Actualmente, usted mantiene algún tipo de asociación con otra persona o empresa?

Tabla 22.

CONCEPTO	f _i	%
Sí	2,00	1,33%
No	148,00	98,67%
Total	150,00	100,00%

¿Estaría dispuesto a hacerlo?

Tabla 23.

CONCEPTO	f _i	%
Sí	81,00	54,73%
No	67,00	45,27%
Total	148,00	100,00%

Fuente: Estudio de campo realizado

Actualmente únicamente 1,33% de las microempresas que comercializan alimentos cárnicos en la Zona Eloy Alfaro mantiene algún tipo de asociación con otra persona o empresa.

54% de aquellas que no mantienen alguna asociación sí consideraría asociarse con otras microempresas comercializadoras de productos cárnicos de la zona o ciudad y 46% no.

Más del 50% de las microempresas investigadas tienen predisposición a la asociatividad, por lo que la Economía Popular y Solidaria puede generar un potenciamiento alto en estas microempresas, pues la EPS busca reestructurar las cadenas de comercialización, para beneficiar a la comunidad y emprendedores al ofertar sus productos a precios justos y solidarios.

Pregunta No. 20

¿Qué beneficios adicionales a los que logra trabajando individualmente, considera puede alcanzar al asociarse?

Tabla 24.

Beneficios	%
Menor costo de aprovisionamiento de los productos	50,67%
Realizar una mejor gestión y tener mayor capacidad competitiva	12,67%
Adquirir capacidad para competir con empresas de mayor tamaño	4,67%
Lograr mayor representatividad en el mercado	5,33%
Tener menor dificultad para acceder a financiamiento	14,00%
Alcanzar mayores ingresos y tener mayor rentabilidad	12,67%
Suma	100,00%

Fuente: Estudio de campo realizado

Respecto a los beneficios adicionales que las personas propietarias de las microempresas que comercializan alimentos cárnicos en la Zona Eloy Alfaro consideran pueden alcanzar al asociarse: 50,67% señala que es un menor costo de aprovisionamiento de los productos; 14% tener menor dificultad para acceder a financiamiento; 12,67% realizar una mejor gestión y tener mayor capacidad competitiva, y alcanzar mayores ingresos y tener mayor rentabilidad respectivamente;

5,33% lograr mayor representatividad en el mercado, y 4,67% adquirir capacidad para competir con empresas de mayor tamaño.

Si bien todos los segmentos micro empresariales pueden beneficiarse mediante economías de escala por asociatividad en diversos procesos, y tener menor costo de aprovisionamiento; mayor rentabilidad, representatividad y competitividad; y, mejor y más fácil acceso al crédito; el sector de alimentos y bebidas es el que mayor beneficio puede obtener por ser el más amplio, y porque la rotación del inventario y en consecuencia de las compras, sucede con mayor frecuencia.

En lo que respecta al tipo de apoyo que a los microempresarios les gustaría que preste el Estado u organismo público para fortalecer el negocio, 54% señala el financiamiento; 21,33% asesoría técnica; 17,33% capacitación y 7,33% promoción.

Pregunta No. 21

¿Qué tipo de apoyo le gustaría que le preste el Estado o un organismo público, para fortalecer su negocio?

Tabla 25.

APOYO	fi	%
Capacitación	26,00	17,33%
Asesoría técnica	32,00	21,33%
Financiamiento	81,00	54,00%
Promoción	11,00	7,33%
Suma	150,00	100,00%

Fuente: Estudio de campo realizado

Los requerimientos solicitados por los emprendedores confirman que para favorecer la adopción de la EPS, el Estado debe trabajar conjuntamente con las instituciones financieras para facilitar y simplificar el acceso al micro crédito.

Conclusiones

Cada microempresa comercializadora de alimentos cárnicos de la Zona Eloy Alfaro crea dos puestos de trabajo, como la mayoría es de tipo familiar, además de trabajo para la persona propietaria, se genera un puesto para trabajadores externos; en total generan 2.682 puestos equivalentes a 1,42% de la PEA de esta zona geográfica, lo que corrobora su importancia como generadoras de empleo. En cuanto a lo económico, generan anualmente un flujo por ventas de 166.780.000 dólares, por compras de 126.480.000 dólares, y neto de 40.300.000 dólares, lo que las confirma como factor de desarrollo económico.

La gran mayoría de microempresas motivo de investigación, no ha definido elementos para apoyar su gestión, por lo que la desarrollan sin formalidad y poca técnica, en consecuencia el proceso de toma de decisiones relacionadas al negocio es intuitivo, y

causa que sean poco competitivas, tengan una rentabilidad inadecuada, y estén expuestas a riesgos que comprometen su continuidad; especialmente porque el mercado es altamente competitivo, pues no existen barreras que limiten el ingreso de nuevos competidores, y las grandes industrias como Pronaca, y cadenas de supermercados como: Supermaxi, Mi Comisariato, Santa María y Tía, crean un sistema oligopólico que les permite afectar las condiciones y factores de comercialización.

Actualmente en el país la mayoría de microempresas no operan en el marco de la Economía Popular y Solidaria EPS y la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria LOEPS, lo que evidencia falencias en la implementación de este modelo económico, principalmente por una inefectiva difusión. La causa de este problema es la inexistencia de una entidad cuya función específica sea la

de comunicar y dar a conocer este modelo, por lo que varias instituciones tratan de hacerlo independientemente y no en forma coordinada. En Quito la Agencia Metropolitana de Desarrollo Económico CONQUITO, es la entidad que proporciona asesoría y capacitación a microempresas en el marco de la EPS, pero sus esfuerzos no han sido suficientes por restricciones operativas. Lo expuesto recalca que existe la necesidad de mejorar el proceso de comunicación, para incentivar un ambiente y cultura de cooperación, en el que los involucrados unan esfuerzos para obtener beneficios mutuos.

Las microempresas investigadas requieren constantemente recursos financieros; actualmente son las cooperativas de ahorro y crédito. y los prestamistas privados quienes se los proveen, pero no en la cantidad necesaria ni en condiciones razonables. Estas unidades de negocios destinan la

mayoría de recursos a capital de trabajo, por lo que es difícil que operen adecuadamente sin financiamiento; pero tienen alta dificultad para acceder al mismo, principalmente porque no tienen suficiente capacidad para garantizar los créditos, lo que explica por qué el sistema financiero el año 2016 sólo concedió 14% de los microcréditos solicitados. En conclusión, para impulsar la adopción de la economía popular y solidaria, el Estado debe trabajar conjuntamente con las instituciones financieras para viabilizar, facilitar y simplificar el acceso al microcrédito.

Como se ha señalado con anterioridad, las microempresarias en referencia actualmente no tienen un suficiente nivel de competitividad, por lo que de continuar así será difícil que la mayoría pueda afrontar la crisis económica del país y prevalezca en el mercado; sin embargo, poseen experiencia, conocimiento del giro del

negocio y tienen predisposición a mejorar y prosperar, por lo que estos factores deben favorecer la adopción de estrategias que les permita fortalecerse y desarrollar las capacidades necesarias para competir con éxito en el mercado de productos cárnicos y afrontar la crisis económica del país.

Toda acción conjunta que busque la inclusión y mejores condiciones de vida para un conglomerado de personas, se enmarca en la economía popular y solidaria; por tanto todas las acciones que en base a cooperación, solidaridad y confianza mutua desarrollen las microempresas estudiadas, para mejorar su gestión, fortalecerse, y generar calidad de vida para quienes en ellas trabajan, sus familias y comunidad, se alinearán con la economía popular y solidaria.

Respecto a las acciones de fortalecimiento, aparentemente la que mayor beneficio puede generar es la conformación de una asociatividad,

pues los procesos operativos relevantes para las microempresas comerciales: provisión, comercialización y financiamiento, son susceptibles de optimizar mediante esta figura; adicionalmente la mayoría de personas propietarias tiene predisposición a la asociatividad, porque consideran que pueden obtener varios beneficios, apreciación que es correcta pues se generarían economías de escala. El beneficio que esta acción puede generar en la comunidad y emprendedores es alto, al reestructurar la cadena de comercialización, cada participante en la asociatividad podría lograr un ahorro por descuento en compras e incrementar su rentabilidad; el ahorro anual en provisión sería de 9.180 dólares.

Discusión

En el marco de la economía popular y solidaria, son varias las acciones tanto formales como informales, que pueden fortalecer a las microempresas que comercializan alimentos cárnicos en la Zona Eloy Alfaro; como realizar reuniones ocasionales entre las personas propietarias, para compartir experiencias y generar conocimiento que permita optimizar el manejo del ciclo de sus negocios; conformar un comité que con mayor representatividad solicite capacitación y asistencia técnica a entes públicos o empresas; adquirir en forma conjunta equipos y/o herramientas de tecnología que apoye su gestión, para tener un mayor poder de negociación por el volumen de compra, y lograr precios y condiciones de pago preferenciales; o algo más complejo como integrar una organización asociativa. Cualquiera sean estas acciones de potenciamiento, deben apalancarse en la comunicación

y motivación, para que su implementación se dé con menor dificultad, con coordinación y cooperación; y se logren acuerdos equilibrados perdurables.

En el marco de la economía popular y solidaria, la principal estrategia para fortalecer las microempresas que comercializan alimentos cárnicos en la Zona Eloy Alfaro, y puedan afrontar la crisis económica del país es la asociatividad, pues este modelo operativo ha demostrado que en este tipo de unidades de negocios genera variaciones positivas sus procesos operativos relevantes.

En el país por falta de difusión, no se ha desarrollado una cultura de cooperación, por lo que los antecedentes de proyectos asociativos son pocos; y la gente desconoce la idea es convertir a posibles competidores en socios estratégicos, para unir esfuerzos y beneficiarse mutuamente.

Existen varios posibles modelos para implementar la asociatividad entre las microempresas investigadas, por su simplicidad se recomienda seguir el propuesto por López Cerdán que ha demostrado derivar en esquemas asociativos con alta capacidad operativa y de gestión. Las etapas a seguir para implementar el modelo asociativo propuesto son:

Tabla 26. Modelo asociativo

Etapa 1	Promoción y selección	1	Mostrar la oportunidad de negocio y los factores
		2	Identificar posibles asociados
		3	Valorar y seleccionar asociados
Etapa 2	Integración del grupo	1	Desarrollar reuniones colectivas
		2	Apoyar a pequeños productores de yuca que
		3	Establecer el reglamento
Etapa 3	Definir lineamientos	1	Identificar áreas de interés común
		2	Definir el objetivo asociativo
		3	Elaborar planes operativos y de acción
Etapa 4	Operatividad	1	Inicio de operaciones
		2	Monitoreo de gestión

Fuente: (López Cerdán, 2012, pág. 60)

En la fase de promoción y selección se debe despertar el interés de las microempresas para que formen parte de la asociatividad, para lograrlo se recomienda comunicar los beneficios que ésta generará por menores costos del producto, mayor respaldo por la representatividad, y desarrollo por la capacitación y mejor gestión.

Es importante observar las capacidades que posee cada posible miembro, ya que como se ha señalado anteriormente, los esquemas asociativos fracasan cuando los participantes tienen capacidades heterogéneas, por lo que se deben seleccionar microempresas con aptitud, actitud, compromiso para formar parte e intervenir, e interés permanente en actuar.

Para integrar el grupo se recomienda nombrar un director que gestione y coordine las interrelaciones entre los participantes; debe ser una persona capaz de generar credibilidad,

cooperación y confianza; mantener una comunicación fluida es fundamental para apoyar la gestión, coordinación y propiciar la toma de decisiones.

Para establecer los parámetros de acción se deben identificar áreas de interés común, definir objetivos respecto a la calidad de los productos y atención al cliente, y procedimientos para operar el proyecto.

Es esencial definir el direccionamiento estratégico, pues éste es el marco referencial que guía a la asociatividad hacia el cumplimiento de sus objetivos.

En la etapa de gestión se inician las operaciones según el modelo definido, para asegurar que sea desarrolle en forma adecuada, se propone:

- Generar información uniforme, detallada, oportuna y de calidad, que sea el insumo para la toma de decisiones; para lograrlo se recomienda implementar en todas las microempresas que formen parte de la

asociatividad, un sistema financiero contable automatizado, que les permita operar su ciclo contable eficientemente. Por cuanto en el mercado de software de la ciudad de Quito existen varias opciones, estas deben evaluarse con criterio técnico y de costo - beneficio para seleccionar la más adecuada.

- Establecer indicadores para monitorear constantemente la mejora, crecimiento y logro de objetivos, y así detectar falencias puntuales e implementar correctivos oportunos.
- Ya que el recurso humano carece del conocimiento suficiente, es adecuado capacitar a los asociados, con el fin de infundirles confianza en el éxito.

Bibliografía

- Angulo, S. (04 de 10 de 2016). *El Comercio*. Obtenido de FMI ratifica contracción de la economía ecuatoriana:
<http://www.elcomercio.com/actualidad/fmi-ecuador-ecuador-desaceleracion-negocios.html>
- Arango, L. (2003). *Evolución de la Economía Social*. Santiago: UCCH.
- Asamblea Nacional. (2012). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario*. Quito: Asamblea Nacional.
- Banco Mundial. (13 de 08 de 2016). *Ecuador: panorama general*. Obtenido de
<http://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview>
- Coraggio, J. L. (2012). Crítica de la política neoliberal, las nuevas tendencias. *Congresos de Ciencias Sociales de América Latina y el Caribe*. Quito: FLACSO.
- INEC. (2015). *Proyecciones del Censo Nacional Económico CENEC 2010*. Quito: INEC Instituto Nacional de Estadística y Censos .
- INEC. (28 de 08 de 2016). *Ecuador en cifras*. Obtenido de
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/indice-de-precios-al-consumidor>
- Instituto de la Ciudad . (2016). *Diagnóstico del sector microempresarial en el Ecuador*. Quito: Agencia Metropolitana de Promoción Económica CONQUITO.
- Instituto de la Ciudad. (2016). *Ecuador en cifras a marzo 2016*. Quito: CONQUITO.
- López Cerdán, C. (2012). *Acción conjunta y cooperación entre microempresas*. Madrid: Ateneo.
- Marsh, D., & Stocker, G. (2012). *Teoría y Métodos de la Ciencia Política 4a. Ed.* Madrid: Alianza.
- Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO. (2014). *Censo Industrial y Comercial*. Quito: MIPRO.
- MIPRO, M. d. (2015). *Censo Industrial y Comercial*. Quito: MIPRO.
- Narváez, M., Fernández, G., & Senior, A. (2012). *El desarrollo local sobre la base de la asociatividad empresarial una propuesta estratégica. Segunda edición*. Zulia: Universidad del Zulia.
- Putnam, R. (2011). *Para hacer que la democracia funcione 3a. Ed.* Caracas: Galac.
- Razeto M., L. (2010). *Los caminos de la economía de la solidaridad, 3ra. Edición*. Santiago de Chile: Ediciones Vivarium.
- SENPLADES. (2016). *La microempresa, estructura fundamental en el Buen Vivir*. Quito: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo SENPLADES.
- Servicio de Rentas Internas. (2016). *Detalle de negocios por actividad*. Quito: SRI.
- Superintendencia de Compañías Seguros y Valores. (2010). *Resolución SC-INPA-UA-G-10-005 Registro Oficial 335*. Quito: Superintendencia de Compañías Seguros y Valores.