

UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:

INGENIERIA COMERCIAL

**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,
PERIODO 2015-2017.**

AUTOR:

RAFAEL ALEJANDRO BRITO ROMERO

TUTOR:

SANTIAGO RAMON VALLADARES VÁSQUEZ

Quito, 20 de Septiembre del 2018

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, Rafael Alejandro Brito Romero, con cedula de identificación número de cédula 1723612048 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 intitulado: **“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, PERIODO 2015-2017”**, mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniero Comercial 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 autor 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.



.....
Nombre: Rafael Alejandro Brito Romero

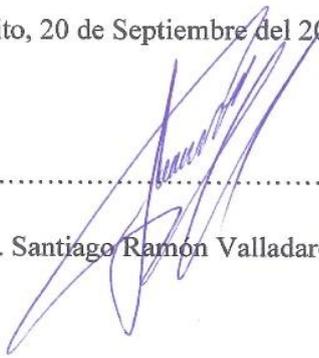
Cedula:

Fecha: 20 de Septiembre del 2018

DECLARACIÓN DE COAUTORÍA DEL DOCENTE TUTOR

Yo, Santiago Ramón Valladares Vásquez, declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado en trabajo de titulación: **“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, PERIODO 2015-2017”** realizado por Rafael Alejandro Brito Romero, con CI: 1723612048, obtenido un producto que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana, para ser considerado como trabajo final de titulación.

Quito, 20 de Septiembre del 2018


.....
Ing. Santiago Ramón Valladares Vásquez

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Yo, Rafael Alejandro Brito Romero con CI: 1723612048 autor del trabajo de titulación: **“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, PERIODO 2015-2017”** certifico que el total contenido del artículo académico es de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Quito, 20 de Septiembre del 2018



.....
Rafael Alejandro Brito Romero

1723612048

CONTENIDO

Resumen.....	7
Abstract.....	8
1. INTRODUCCION	9
2. MATERIALES Y METODOS.....	11
2.1. Fundamentos Teóricos.....	11
2.1.1. La Constitución de la República del Ecuador.....	11
2.1.2. Impacto económico.....	13
2.1.3. Impacto social.....	13
2.1.4. Pequeñas empresas.....	14
2.1.5. Manual de buenas prácticas comerciales.....	15
2.1.6. Monopolios y Oligopolios en el Ecuador.....	16
2.2. Fuentes de Información.....	17
2.3. Técnicas de recolección de información.....	23
Resultados.....	23
Conclusión.....	29
Bibliografía.....	31
Anexos.....	36

FIGURAS

Figura 1. Tendencia en relación de las MIPYMES con el PIB.....	21
Figura 2Tendencia del indicador financiero ROI.....	25
Figura 3. Tendencia del indicador financiero ROA.....	25
Figura 4. Tendencia del indicador ROE.....	26

TABLAS

Tabla 1. Clasificación de Micro y Pequeña Empresa.....	15
Tabla 2. Impacto Económico 2015-2017.....	18

Tabla 3. Estadísticas por tamaño de empresa	19
Tabla 4. Estadísticas por ubicación.....	20
Tabla 5. Datos relevantes de los estados financieros	22
Tabla 6. ROA, ROE, ROI de empresas analizadas perteneciente al periodo 2015-2017	24

RESUMEN

El presente artículo de investigación evalúa el impacto económico y social dada la aplicación del manual de buenas prácticas comerciales para supermercados y/o similares y sus proveedores para las pequeñas empresas del sector alimenticio dentro del norte de Quito en el periodo 2015-2017; analizando datos económicos expuestos por la SCPM acerca del manual en referencia, los mismos que después de estudiar los estados financieros de las empresas sujetas a investigación, no fueron corroborados, sino más bien se observa escenarios a la baja evidenciando que si bien es cierto se ha realizado esfuerzos inclusivos para el sector de las MIPYMES, estos no han sido lo suficientemente eficientes y eficaces para lograr una cultura libre de monopolios y oligopolios. Por otro lado se ha investigado el impacto social del manual en mención teniendo como resultado poca trascendencia en cuanto a variables sociales como es el nivel de empleo y la calidad de vida de los representantes de en conjunto con las organizaciones involucradas. Para la presente investigación se utilizaron métodos de carácter exploratorios y descriptivos basándose en fuentes primarias las cuales respaldan cada uno de los hallazgos y resultados los mismos que han sido analizados por sus aspectos cualitativos y cuantitativos.

Palabras Clave

supermercado, proveedores, prácticas comerciales, impacto económico, impacto social.

ABSTRACT

This research article assesses the economic and social impact given the application of the good commercial practices manual for supermarkets and / or similar and their suppliers for small businesses in the food sector within the north of Quito in the period 2015-2017; Analyzing economic data exposed by the Superintendencia de Control de Poder de Mercado about the manual in reference, the same ones that after studying the financial statements of the companies subject to research, were not corroborated, but rather we observe scenarios to the downside showing that although it is true made inclusive efforts for the micro, small and medium businesses sector, these have not been sufficiently efficient and effective to achieve a culture free of monopolies and oligopolies. On the other hand, the social impact of the manual in question has been investigated, resulting in little importance in terms of social variables such as the level of employment and the quality of life of the representatives in conjunction with the organizations involved. For the current research methods of exploratory and descriptive characters are used that are based on the primary sources, which have been analyzed through their qualitative and quantitative aspects.

Keywords

supermarket, suppliers, commercial practices, economic impact, social impact.

1. INTRODUCCION

A lo largo de la historia en el Ecuador se ha podido evidenciar claramente prácticas de concentración del poder de mercados o acaparación del mismo, teniendo como principales actores a las grandes empresas y su perfecto posicionamiento en el mercado, no es un tema desconocido la discriminación que ha sufrido el segmento empresarial de las MIPYMES¹ frente a las grandes empresas, generándose así una competencia desleal.

En el año 2011 el gobierno del presidente Rafael Correa Delgado crea un órgano de control para combatir dicha problemática, la Superintendencia de Control de Poder de Mercado perteneciente a la Función de Transparencia y Control Social, (Art.204 Constitución de la República) con el fin de lograr un equilibrio en las prácticas comerciales, acabar con abusos y arbitrariedades por parte de las grandes cadenas comerciales, así como también las acciones restrictivas, en pro de una armonía en los ejercicios comerciales y beneficio de los sectores más vulnerables en cuanto a posicionamiento de mercado como son las MIPYMES, que

paradójicamente ocupan más del 95% del tejido empresarial y de los ingresos del país. (El Telégrafo, 2017)

Este órgano de control “ha promovido la participación de los ciudadanos a través de la creación de 6.000 comités de usuarios, 95 observatorios ciudadanos, de estos, 32 conforman la red nacional de observatorios de la salud, otros de soberanía agroalimentaria, asambleas productivas, etcétera”. (Andes, 2016)

La SCPM² como todo ente de control es regulada por una Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado – LORCPM, también llamada “Ley Antimonopolio” misma que fuese promulgada por la legislatura en el año 2011 para su aplicación.

El marco legal de la SCPM norma las actividades económicas del mercado, acatando lo dispuesto de los Art. 37 y 44 numeral 6 dentro de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, emitiera el 29 de agosto del 2014 mediante boletín de prensa el “Manual de buenas prácticas comerciales para el sector de los supermercados y/o similares y sus proveedores”, el cual tiene como

¹ Micro, Pequeñas y Medianas Empresas

² Superintendencia de Control del Poder de Mercado

objetivo principal velar por la eliminación de conductas arbitrarias, explotativas o predatorias por parte de las grandes cadenas de supermercados para con sus proveedores que en la mayoría de los casos pertenecen al sector empresarial de las MIPYMES las cuales en el transcurso de los años han sido objeto de prácticas desleales por tal motivo decenas de las estas empresas han quebrado a lo largo de los años. (teleSUR tv, 2011)

Dentro de los problemas que han aquejado al sector de MIPYMES están temas relacionados con plazos de entrega, plazos de pago, promoción y exhibición de sus productos en perchas, baja arbitraria de precios, entre otros; todos estos impuestos por las grandes cadenas de supermercados que al estar posicionados completamente en el mercado imponían las reglas a su conveniencia, por lo cual dentro del manual de buenas prácticas comerciales para el sector de los supermercados y/o similares y sus proveedores se ha hecho énfasis en cada uno de los problemas y puntos mencionados para lograr una correcta armonía y equilibrio entre las partes, disponiendo plazos de pago según sus montos, exhibiciones y promociones justas e integrativas, además de fijar un 11% del total de sus compras

obligatoriamente al sector de economía popular y solidaria, micro, pequeñas y medianas empresas; esto ha sido visto con buenos ojos por parte de los productores artesanales pues en teoría están siendo tomados en cuenta junto a sus productos de manufactura nacional, además existen normas para las dos partes en relación a contratos, vigencia de los mismos, entre otros. Todas y cada una de las disposiciones apegadas al marco legal. (Superintendencia de Control del Poder de Mercado, 2014)

El objetivo de este trabajo de investigación es determinar la eficiencia y eficacia de la aplicación del manual en mención, así como evaluar y determinar el impacto económico y social, mediante una perspectiva analítica y descriptiva, al recolectar y consolidar datos de los años 2015-2017 perteneciente a pequeñas empresas del sector alimenticio del norte de Quito; cabe recalcar que para el presente artículo de investigación se consideró únicamente las empresas reguladas por la Superintendencia de Compañías. El trabajo se divide en un resumen de la temática, introducción, así como una descripción de los materiales y métodos, donde se detalla fundamentos teóricos que dan soporte al tema, fuentes de información y técnicas de recolección de información de información de

fuentes y trabajo de campo, para luego determinar los resultados y la conclusión.

2. MATERIALES Y METODOS

El presente artículo es desarrollado mediante metodología de carácter exploratorio y descriptivo. Se utilizaron fuentes fidedignas para la recolección de datos relevantes como son artículos académicos referentes al tema, revistas, entrevistas, los mismos que brindaran el adecuado respaldo a cada uno de los resultados obtenidos de acuerdo a la aplicación del manual buenas prácticas comerciales para el sector de los supermercados y/o similares y sus proveedores. El impacto económico y social está enfocado al segmento alimenticio perteneciente a las pequeñas empresas ubicadas al norte de la ciudad de Quito, en el periodo 2015-2017.

2.1.Fundamentos Teóricos

2.1.1. La Constitución de la República del Ecuador

Dentro del marco de la Constitución de la República y para anteceder la necesidad de crear el manual se citan varios artículos en defensa de los

pequeños productores y en beneficio de emprendedores.

Siendo así la Constitución de la República afirma;

Que el artículo 335 de la Constitución de la República destaca que: "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... [...]";

Que el artículo 336 de la Constitución de la República decide que: "El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley";

En los artículos 335 y 336 se defiende la idea de igualdad en todo contexto al motivar al emprendedor, y así lograr un equilibrio entre las empresas de

Economía Popular y Solidaria frente a las grandes empresas.

2.1.2. Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado

“La Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado protege a los consumidores, a los empresarios, pero sobre todo a los pequeños y medianos productores, de los abusos derivados de la alta concentración económica y las prácticas monopólicas.” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017)

El país se ha mantenido en una línea de concentración económica, lo cual se convierte en una desventaja competitiva para los pequeños productores, pues no se les permitía vender sus productos fabricados artesanalmente a grandes empresas para ser exhibidos para el consumidor final.

Ecuador se ha enfocado en una economía social y solidaria, en la cual el ser humano es el centro de la economía, ya que es quien produce bienes y/o servicios para la satisfacción de necesidades mediante la relación armónica de sociedad, ambiente, mercado y estado.

“En el caso del Ecuador el Censo Económico del 2010 generó la evidencia necesaria para poder aseverar que en el Ecuador, el libre mercado es un mito.” (Mideros, 2011). Ante lo cual la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado tiene como objetivo el regular el abuso de poder del mercado, los acuerdos colusorios, la concentración económica y las prácticas desleales. Termina con las prácticas de monopolio, oligopolio y de otro tipo de prácticas que vayan en contra de una competencia justa para los comerciantes.

El objetivo principal de la LORCPM es:

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, buscando la eficiencia en los mercados, el comercio justo y el bienestar general y de los consumidores y usuarios, para el establecimiento de un sistema económico social, solidario y sostenible. (Ley Organica de Regulacion y Cotrol del Poder de Mercado, 2011)

Por otro lado para la creación de la ley referenciada hay varios respaldos en la Constitución de la República, Carta Fundamental, Registro Oficial, entre

otros. Por ejemplo el artículo 304 numeral 6 de la Carta Fundamental 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;

2.1.3. Impacto económico

Al hablar sobre un estudio de impacto económico se refiere a las consecuencias socioeconómicas, como por ejemplo el retorno de las inversiones así como los beneficios para la sociedad, la economía y el empleo; dichos resultados pueden ser positivos o negativos si se llegase a realizar un proyecto determinado en un país o región. Para realizar este estudio de impacto económico también hay que tomar en cuenta los posibles cambios que puedan ocurrir en el ámbito legislativo.

“En un contexto de crisis y recursos económicos limitados, resulta cada vez más importante para las Administraciones Públicas considerar los retornos de sus inversiones y centrarse en aquellos proyectos o actividades que generan un mayor beneficio para la sociedad.” (Sector Público de PwC, 2012)

Dado que es de vital importancia discernir entre los proyectos que son

viables de los que no lo son, se utiliza el estudio del impacto económico, ya que ayuda a:

- Proporcionar una amplia gama de información tanto cuantitativa como cualitativa sobre los impactos en el empleo, la producción, medioambientales, en recaudación de impuestos, entre otros.
- Proveer una justificación sobre las decisiones que toma la administración pública para llevar a cabo dicho proyecto, además de poder explicar a las partes interesadas sobre el mismo.

2.1.4. Impacto social

Al momento de evaluar el impacto de una investigación y basándose en los métodos tradicionales podríamos decir que se toma en cuenta únicamente la medición de impactos financieros-económicos, mas hoy en día es un hecho que una investigación no solamente arroja datos de esta índole sino también la afectación ya sea positiva o negativa hacia la sociedad.

La medición de este tipo de impacto pasa desde un enfoque clásico como lo es el de analizar a los casos de mayor éxito

dentro de un determinado universo, además de medirlo también según el progreso y la mejora de las condiciones de vida de los individuos y, es precisamente donde el gobierno actual del presidente Lenin Moreno hace énfasis mediante su denominado “Plan Toda una Vida” donde se medirá el impacto social mediante verificación del cumplimiento de los objetivos, que se citarán a continuación:

Objetivos Nacionales de Desarrollo

Eje 1: Derechos para Todos Durante Toda la Vida

- Objetivo 1: Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas

Eje 2: Economía al Servicio de la Sociedad

- Objetivo 4: Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización
- Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria
- Objetivo 6: Desarrollar las capacidades productivas y del entorno

para lograr la soberanía alimentaria y el Buen Vivir rural. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017)

Es necesario medir dicho impacto en manera cuantitativa; por ello el método SROI³, (Retorno Social de las Inversiones por sus siglas en inglés), dota de una herramienta para poder cuantificar el impacto social de un proyecto como menciona Social Nest; fundación encargada de crear un impacto social a partir de proyectos empresariales.

El Social Return on Investment es un proceso a través del cual se describe cómo se han modificado las condiciones de vida de los grupos de interés (grupos que interactúan con la empresa) como consecuencia de nuestra actuación o proyecto. Aunque se traduce en un ratio (SROI: Suma de Beneficios Sociales/ Total Inversión), el SROI es una cuestión de diálogo con los grupos de interés para poder saber realmente qué beneficios (o perjuicios) han obtenido con el proyecto y su consiguiente interpretación (Social Nest, 2016)

2.1.5. Pequeñas empresas

Dentro de un universo de empresas existentes en el Ecuador podremos encontrar a las pequeñas empresas y

³ Social Return on Investment

cuando hablamos de las mismas analizaremos que se encuentran clasificadas de acuerdo a monto de activos, valor bruto en ventas anuales, y

personal ocupado; variables que se rigen para el mercado Ecuatoriano de la siguiente manera:

Tabla 1. Clasificación de Micro y Pequeña Empresa

Variables	Micro Empresa	Pequeña Empresa
Personal Ocupado	De 1-9	De 10-49
Valor bruto de ventas anuales	≤ 100.000	100.001 - 1.000.000
Monto de activos	Hasta US\$ 100.000	De US\$ 100.001 hasta US\$ 750.000

Nota: Consideración de variables para clasificación de micro y pequeñas empresas; **Fuente:** (Servicio de Rentas Internas, 2008). **Elaborado por.** El autor

Las MIPYMES cumplen en el país un papel fundamental para los ingresos y fuentes de empleo ya que según la CAN⁴, este segmento empresarial representa un 60% de empleo para los países que forman parte de este organismo. Se estima que las MIPYMES son trascendentales en cuanto al PIB⁵ ya que representan en promedio un 40% del mismo. (El Telégrafo, 2013)

2.1.6. Manual de buenas prácticas comerciales

Dentro del marco de la Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder del Mercado y, a través de la Superintendencia de Control del Poder

de Mercado se ha desarrollado el manual de buenas prácticas comerciales, el mismo que busca generar un ambiente de competencia leal entre las grandes cadenas de supermercados y sus proveedores, en concreto los proveedores de las micro, pequeñas y medianas empresas, de esta manera el manual presenta una serie de lineamientos amparados en la ley para que sean cumplidos. Como menciona mediante el boletín de prensa No. 84, los objetivos principales de este manual son:

⁴ Comunidad Andina de Naciones

⁵ Producto Interno Bruto

- Contribuir a que la calidad y el justo precio de los productos beneficien al consumidor.
- Establecer los mecanismos operativos para mantener a este mercado sectorial en forma armónica y equilibrada.
- Mantener en forma preventiva el control de las relaciones contractuales a fin de evitar prácticas abusivas en este mercado.
- Vigilar en coordinación con las entidades correspondientes el cumplimiento de los estándares técnicos de calidad establecidos por el INEN tales como el etiquetado, semaforización, peso y medida en base al sistema métrico decimal, de tal suerte que el consumidor esté en condiciones de tomar su mejor decisión.
- Colaborar con el control para que los productos que están en exhibición no contengan publicidad engañosa.
- Hasta 50 mil dólares, se pagará dentro del plazo de 15 días.
- Desde 50 mil dólares un centavo hasta 250 mil dólares, dentro del plazo de 30 días.
- Desde 250 mil dólares un centavo hasta 3 millones de dólares, dentro de los 45 días.
- Desde 3 millones un centavo en adelante, dentro de los 60 días. (Superintendencia de Control del Poder de Mercado, 2014)

De esta manera el manual velará por el cumplimiento eficaz de todos y cada uno de sus artículos en pro de una armonía entre supermercados y proveedores.

2.1.7. Monopolios y Oligopolios en el Ecuador

El Ecuador es un país donde las prácticas monopólicas y oligopólicas han tomado fuerza con el transcurso del tiempo, por ejemplo podemos citar los casos de la elaboración de productos lácteos donde el 61% corresponde únicamente a 5 empresas mientras que el 39% restante corresponde a 436 empresas las mismas que están dentro del sector de las MIPYMES, la molinería con un 71% de producción concentrado en 5 empresas y el 29% restante

El manual hace mención con respecto a los plazos de pago a proveedores, según el monto de la facturación del año inmediato anterior, el mismo que en el artículo 9 del manual dice:

pertenece a 335 empresas, y el caso más conocido y escandaloso viene a ser el del agua mineral y bebidas donde el 81% esta manejado por una sola empresa mientras que el 19% por 155 empresas. (teleSUR tv, 2011)

Al analizar un estudio realizado por la SCPM se puede afirmar que de un universo de 400 sectores económicos que operan en el país; se determina que un 44% de los mismos están altamente acaparados por los monopolios y oligopolios, un 15% medianamente concentrado y el restante, como siempre pertenece al sector más vulnerable de todo el tejido empresarial; la economía popular y solidaria en conjunto con las MIPYMES. (Superintendencia de Control del poder de Mercado, 2015)

“Los monopolios no están afuera, o no surgen, ni se desarrollan a parte del Estado, por el contrario, están total y absolutamente confundidos al interior del mismo. El Estado presta todas las facilidades en términos legales, políticos y económicos para su propio desarrollo y crecimiento”. (Superintendencia de Control del poder de Mercado, 2015)

2.2. Fuentes de Información

El presente trabajo de investigación ha indagado varias fuentes primarias en las cuales se ha analizado datos

históricos y estadísticos sobre las funciones de la SCPM en cuanto al cumplimiento del manual y de sus objetivos, la regulación que realizan cada una de sus intendencias alrededor del país, así como también en conjunto con las medidas sancionadoras tomadas por el ente de control mencionado.

Además de lo mencionado se pudo obtener mediante la rendición de cuentas anuales desde el 2015 al 2017 datos exactos en cuanto a generación de ingresos para los productores artesanales; de tal forma que se evaluó a 5 cadenas grandes de supermercados y a sus compras totales obteniendo resultados interesantes y alentadores en cuanto a cifras, datos que se los analiza a nivel nacional.

En el desarrollo de este artículo se ha recopilado información que va de lo general a lo específico por lo cual una vez analizado las tareas cumplidas por la SCPM, y las cifras que arroja el resultado del manual de buenas prácticas comerciales para proveedores y/o similares, se ha investigado a las MIPYMES del sector alimenticio de la ciudad de Quito. Posteriormente se recopila los estados financieros de las empresas que son instrumento de estudio (Pequeñas empresas alimenticias del norte de Quito), estos fueron encontrados

en la página web de la Superintendencia de Compañías con el fin de realizar un diagnóstico financiero-económico con sus principales indicadores de

rentabilidad (ROI, ROA, ROE) para así determinar el impacto que ha tenido el manual en mención en el periodo 2015-2017 del referenciado sector.

Tabla 2. Impacto Económico 2015-2017

Segmentos (facturación anual) USD	Total 2015			Total 2016			Total 2017			Acumulados (2015 a 2017)	
	Total USD	Compras No. Prov		Total USD	Compras No. Prov		Total USD	Compras No. Prov		Total USD	Compras
Segmento 1 0 a 50.000 USD	\$ 37,650,142.00	1.50%	2060	\$ 45,345,899.91	1.90%	2031	\$ 49,095,772.58	1.90%	1863	\$ 132,091,813.48	1.80%
Segmento 2 50.001 a 250.000	\$ 149,774,926.38	6.10%	1215	\$ 153,411,587.63	6.40%	1156	\$ 159,875,730.27	6.30%	3068	\$ 4,630,624,428.00	6.30%
Segmento 3 250.001 a 1'000.000	\$ 302,438,254.46	12.30%	603	\$ 31,315,540.60	13.10%	538	\$ 297,085,095.79	11.70%	544	\$ 912,678,890.85	12.40%
Subtotal 3 Segmentos	\$ 489,863,322.84	19.90%	3878	\$ 511,913,028.14	21.50%	3725	\$ 506,056,597.63	20.00%	3495	\$ 1,507,832,948.61	20.40%
Segmento 4 1'000.000 a 3'000.000	\$ 437,131,209.57	17.80%	257	\$ 439,695,167.96	18.50%	232	\$ 422,779,195.30	16.70%	24	\$ 1,299,605,572.84	17.60%
Segmento 5 más de 3'000.000	\$ 1,534,668,050.24	62.30%	162	\$ 1,430,214,574.69	60.00%	165	\$ 1,601,002,961.70	63.30%	181	\$ 4,565,885,586.63	61.90%
Total	\$ 2,461,662,582.65	100.00%	4297	\$ 2,381,822,770.78	100.00%	4122	\$ 2,529,838,754.63	100.00%	3925	\$ 7,373,324,108.00	100.00%

Nota: División por segmentos de acuerdo a compras de supermercados a MIPYMES ; **Fuente:** (Superintendencia de Control del Poder de Mercado, 2017). **Elaborado por.** El autor

La tabla numero 2 analiza los resultados en cuanto a compras por parte de 5 grandes cadenas de supermercados para con las MIPYMES, reflejando así dentro del periodo sujeto a análisis (2015-2017) ingresos positivos para los productores artesanales que son reflejados en un 20,40% de las compras

totales y \$1,507,832,948.61 en cifras monetarias; lo cual supone un crecimiento considerable para estos pequeños productores. Dentro de los primeros 3 segmentos se encuentran los pequeños productores y proveedores.

Tabla 3. Estadísticas por tamaño de empresa

Datos por Tamaño de la empresa								
No. De Empleados			Participación de ingresos por ventas			Participación de la Utilidad		
Año	Tamaño	Número	Años	Tamaño	Ingresos	Años	Tamaño	Utilidad
2013	Grande	64551	2013	Grande	7738.52	2013	Grande	263.68
	Mediana	5166		Mediana	326.74		Mediana	1.6
	Pequeña	2036		Pequeña	74.81		Pequeña	-0.52
	Micro	494		Micro	4.62		Micro	-1.64
2014	Grande	68716	2014	Grande	7009.06	2014	Grande	250.23
	Mediana	5457		Mediana	356.43		Mediana	5.44
	Pequeña	2212		Pequeña	78.33		Pequeña	-0.24
	Micro	611		Micro	2.49		Micro	-1.43
2015	Grande	69198	2015	Grande	8263.99	2015	Grande	254.19
	Mediana	5022		Mediana	352.71		Mediana	7.15
	Pequeña	2258		Pequeña	85.52		Pequeña	1.5
	Micro	696		Micro	29.19		Micro	-2.58

Nota: Consideración de variables por tamaño de empresa; **Fuente:** (Superintendencia de Compañías, valores y seguros del Ecuador, 2017) **Elaborado por.** El autor

La tabla 3 refleja información en cuanto a tamaño de empresa por lo tanto se ha analizado los datos pertenecientes a las pequeñas empresas. Se considerado 3 variables:

- Número de empleados, se observa un aumento de este rubro; el mismo que no es significativo en el transcurso de los años.
- Participación de ingresos por ventas los mismos que son expresados en millones de dólares donde se puede

apreciar un ligero aumento de 74.81 para el año 2013, 78.33 2014 y 85.52 para el 2015, pero es un espejismo al analizar la tercera variable.

- Participación de la utilidad donde los saldos en los dos primeros años son negativos (-0.52,-0.24) para el sector empresarial en estudio, más en el 2015 presenta una recuperación teniendo una utilidad de 1.5 millones, esto es en base al sector manufacturero alimenticio.

Tabla 4. Estadísticas por ubicación

Datos por Ciudad								
No. De Empleados			Participación de ingresos por ventas			Participación de la Utilidad		
Año	Ciudad	Número	Años	Ciudad	Porentaje	Años	Ciudad	Porentaje
2013	Quito	25459	2013	Quito	33.22%	2013	Quito	49.61%
	Guayaquil	15979		Guayaquil	19.14%		Guayaquil	26.36%
	Montecristi	7151		Montecristi	12.14%		Montecristi	8.09%
	Manta	5374		Eloy Alfaro	7.50%		Manta	5.98%
				Manta	5.82%		Jaramijó	4.17%
2014	Quito	22083	2014	Quito	30.41%	2014	Quito	51.01%
	Guayaquil	18493		Guayaquil	22.32%		Guayaquil	22.49%
	Montecristi	6545		Montecristo	12.18%		Montecristi	9.57%
	Manta	5722		Eloy Alfaro	6.50%		Cañar	2.81%
				Manta	0.04%		Manta	2.60%
2015	Quito	27605	2015	Quito	39.04%	2015	Quito	48.88%
	Guayaquil	15761		Guayaquil	20.11%		Guayaquil	21.91%
	Montecristi	6086		Montecristo	9.75%		Eloy Alfaro	9.40%
	Manta	5094		Eloy Alfaro	6.32%		Montecristi	5.06%
				Manta	4.16%		Manta	2.33%

Nota: Consideración de variables por ubicación; **Fuente:** (Superintendencia de Compañías, valores y seguros del Ecuador, 2017) **Elaborado por.** El autor

En la tabla 4 se observa datos relacionados con la participación de la ciudad elegida como instrumento de análisis (Quito), tomando en cuenta las mismas variables que se consideraron para análisis por tamaño de empresa, se puede ver claramente una ventaja que difiere la zona de estudio en todas las variables frente a otras ciudades que se ha tomado en cuenta, de tal manera se

supondría que la misma tendría que presentar un crecimiento considerable. Se puede observar que la participación de la utilidad en la ciudad de Quito existe un decrecimiento en el año 2015 lo cual supone que las empresas han caído y lo que como se menciona en párrafos anteriores generara la quiebra de las más vulnerables.

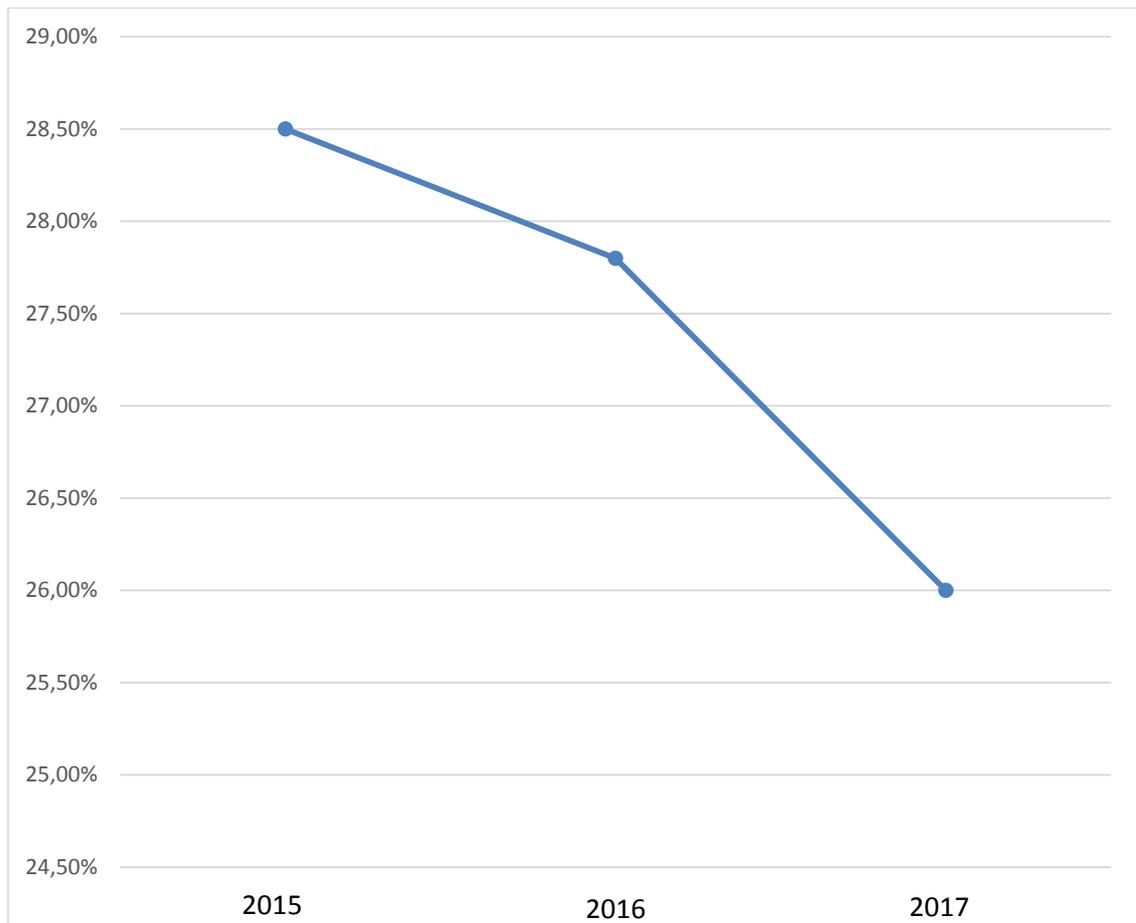


Figura 1. Tendencia en relación de las MIPYMES con el PIB

Fuente: (Ekos, 2017)

Elaborado por: El autor

En el gráfico las MIPYMES en relación al PIB tomando en cuenta los años 2015, 2016 y 2017 muestran una

tendencia a disminuir presentando 28.50%, 28.80% y 26% respectivamente, lo cual supone la disminución en cuanto a participación de este segmento empresarial.

Tabla 5. Datos relevantes de los estados financieros

Empresa	Cuenta	2015	2016	2017
	Total Activos	800.00	2583305.65	4011367.23
Alimentos Latitud Cero S.A.	Total Patrimonio	800.00	35761.90	496661.50
	Utilidad Operativa	0.00	54730.37	460757.86
	Utilidad Neta	0.00	65505.17	13215.95
	Total Activos	2875644.78	2792262.07	2450497.22
Hortaleg La Huerta S.A.	Total Patrimonio	481703.50	139375.13	56845.73
	Utilidad Operativa	120416.30	55012.86	-61714.25
	Utilidad Neta	46041.29	39540.00	33299.21
	Total Activos	371567.97	367355.07	400388.65
Alimentos Del Huerto Huertosa	Total Patrimonio	101729.29	112938.78	133990.04
	Utilidad Operativa	-4510202.79	121352.46	99857.46
	Utilidad Neta	23538.20	19414.80	27594.05
	Total Activos	743263.12	868259.32	1041559.58
Magic Flavors S.A.	Total Patrimonio	335433.26	404764.60	520214.92
	Utilidad Operativa	240203.82	128211.39	226124.60
	Utilidad Neta	130692.94	168186.61	195996.82
	Total Activos	78261.74	57690.71	107223.89
Crostybal Cia. Ltda.	Total Patrimonio	0.00	1184.51	0.00
	Utilidad Operativa	58838.51	7464.76	37239.69
	Utilidad Neta	4034.77	5973.52	29125.10
	Total Activos	95878.84	101996.24	119997.87
DAMPEC Distribuidora De Alimentos Cia. Ltda.	Total Patrimonio	0.00	-18420.55	-6678.72
	Utilidad Operativa	13165.08	22429.43	30932.53
	Utilidad Neta	13168.50	16108.55	22258.31
	Total Activos	63976.91	49416.91	51115.80
Productora De Alimentos Pastadonna Cia. Ltda.	Total Patrimonio	39280.55	39280.55	41720.58
	Utilidad Operativa	-2709.26	27093.14	6464.57
	Utilidad Neta	1588.18	2559.10	4933.74
	Total Activos	428844.80	352096.67	278299.06
Industria Procesadora De Alimentos Processfood S.A.	Total Patrimonio	6864.33	-25275.90	-68783.29
	Utilidad Operativa	50704.18	-18080.08	-72655.95
	Utilidad Neta	-68046.30	-29400.70	-44153.10
	Total Activos	78757.40	127550.96	157158.67
Alimentos Della Nonna Alideno S.A.	Total Patrimonio	6334.77	-31620.58	-33010.68
	Utilidad Operativa	-28762.42	-33908.91	-51051.57
	Utilidad Neta	-33777.97	-36905.97	-1390.60
	Total Activos	59372.63	50001.25	18089.04
Comercializadora De Alimentos Codeal S.A.	Total Patrimonio	0.00	19263.67	18089.04
	Utilidad Operativa	-8134.84	-9232.27	-1581.24
	Utilidad Neta	-8159.60	-10168.02	-920.63

Nota: Consideración de cuentas relevantes de los estados financieros pertenecientes a empresas sujetas a análisis. **Fuente:** (Superintendencia de Compañías, 2018) **Elaborado por.** El autor

La información de cuentas relevantes en los estados financieros de las empresas a ser analizadas son fundamentales para así poder emitir un criterio sobre su estado económico-financiero por lo cual en la tabla 5 se ha recopilado los datos de las organizaciones para de esta manera implementar el análisis y su respectivo resultado mediante indicadores de rentabilidad.

2.3. Técnicas de recolección de información

Para complementar los análisis cuantitativos en el presente trabajo de investigación se levantó también datos cualitativos, los mismos que se los recopiló mediante encuestas (Anexo 2) realizadas a las pequeñas empresas del sector alimenticio en el norte de Quito, como se explicó en un inicio las empresas analizadas fueron únicamente las que se encuentran reguladas por la Superintendencia de Compañías.

Se constató dentro de un universo de 5662 pequeñas empresas pertenecientes a la ciudad de Quito y al considerar solo las del norte de la ciudad se determinó la existencia de solo 10 empresas (empresas manufactureras del sector alimenticio) las mismas que fueron sujetas a análisis, y que brindaron su total

predisposición al momento de levantar la información. Cabe recalcar que además de los resultados obtenidos, se pudo conocer las realidades de las empresas y su opinión frente a la implementación del manual de buenas prácticas comerciales para proveedores y/o similares, ley orgánica de control y regulación del poder de mercado y los objetivos referenciados del plan del buen vivir mediante un muestreo aleatorio por conveniencia.

3. RESULTADOS

En la presente investigación se ha obtenido hallazgos previos al respectivo análisis del impacto económico y social; empezando por la información cuantitativa, las cifras ofrecen un escenario con tendencia a la alza en ventas de los proveedores, por la aplicación del manual de buenas prácticas comerciales con un valor de \$1,507,832,948.61, lo cual supondría la eficiencia y eficacia de dicho manual, sin embargo y mediante métodos financieros de medición de rentabilidad además de métodos cualitativos como son encuestas, se comprobará a continuación si las cifras referenciadas son parte de la realidad de las pequeñas empresas del sector alimenticio en el norte de Quito.

Tabla 6. ROA, ROE, ROI de empresas analizadas perteneciente al periodo 2015-2017

Empresa	Indicador	2015	2016	2017
Alimentos Latitud Cero S.A.	ROA	0.00	0.03	0.00
	ROE	0.00	1.83	0.03
	ROI	0.00	0.02	0.11
Hortaleg La Huerta S.A.	ROA	0.02	0.01	0.01
	ROE	0.10	0.28	0.59
	ROI	0.04	0.02	-0.03
Alimentos Del Huerto Huertosa	ROA	0.06	0.05	0.07
	ROE	0.23	0.17	0.21
	ROI	-12.14	0.33	0.25
Magic Flavors S.A.	ROA	0.18	0.19	0.19
	ROE	0.39	0.42	0.38
	ROI	0.32	0.15	0.22
Crostybal Cia. Ltda.	ROA	0.05	0.10	0.27
	ROE	-	5.04	-
	ROI	0.75	0.13	0.35
DAMPEC Distribuidora De Alimentos Cia. Ltda.	ROA	0.14	0.16	0.19
	ROE	-	-0.87	-3.33
	ROI	0.14	0.22	0.26
Productora De Alimentos Pastadonna Cia. Ltda.	ROA	0.02	0.05	0.10
	ROE	0.04	0.07	0.12
	ROI	-0.04	0.55	0.13
Industria Procesadora De Alimentos Processfood S.A.	ROA	-0.16	-0.08	-0.16
	ROE	-9.91	1.16	0.64
	ROI	0.12	-0.05	-0.26
Alimentos Della Nonna Alideno S.A.	ROA	-0.43	-0.29	-0.01
	ROE	-5.33	1.17	0.04
	ROI	-0.37	-0.27	-0.32
Comercializadora De Alimentos Codeal S.A.	ROA	-0.14	-0.20	-0.05
	ROE	-	-0.53	-0.05
	ROI	-0.14	-0.18	-0.09

Nota: Indicadores financieros de rentabilidad de empresas sujetas a análisis. **Fuente:** La investigación. **Elaborado por.** El autor

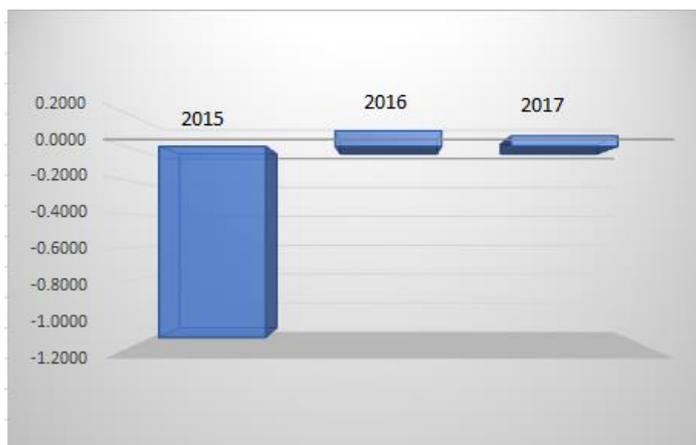


Figura 2. Tendencia del indicador financiero ROI

Fuente: La investigación

Elaborado por: El autor

El resultado del análisis sobre la utilidad operativa con respecto a los activos y esto traducido a el retorno de la inversión (ROI) mismo que se encarga de analizar si sus inversiones están generando rentabilidad, muestra un -113,1% para el año 2015, un 9.15% para el año 2016 y un 6.14% para el año 2017 respectivamente; cabe mencionar que en el año 2014 se presenta un escenario no favorable dado que la empresa

ALIMENTOS LATITUD CERO S.A. presenta sus utilidades operativas con cifras en cero, además de otras empresas que presentan pérdidas en el retorno de su inversión. En general se observa que la tendencia se encuentra a la baja luego de la recuperación del valor negativo de ROI en el año 2014, por cual se considera que las inversiones de las empresas analizadas no están generando una rentabilidad adecuada.

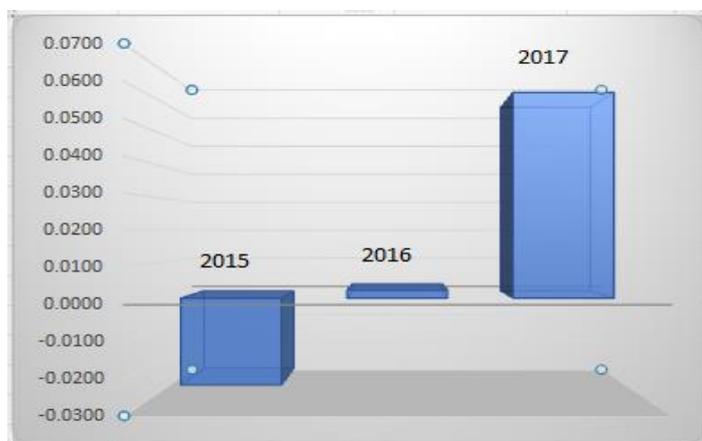


Figura 3. Tendencia del indicador financiero ROA

Fuente: La investigación

Elaborado por: El autor

El comportamiento del indicador financiero que analizará la relación existente entre la utilidad y las inversiones en Activos ROA⁶, tiene como resultado en el año 2015 un -2.17%, en el año 2016 un 0.231% y en el

año 2017 un 6.059%, presentando así una tendencia a la alza con una significativa recuperación en el año 2017, sin embargo no lo suficientemente requerido para tener una rentabilidad sobre las inversiones en activos óptima.



Figura 4. Tendencia del indicador ROE

Fuente: La investigación

Elaborado por: El autor

Para el análisis del ratio comprendido por utilidad del ejercicio en relación a fondos propios o patrimonio llamado ROE⁷ se podrá comprobar el rendimiento que generarán las organizaciones por su actividad económica al momento que los dueños de la empresa invierten en la misma aportando con el capital o patrimonio. Para lo cual los hallazgos por el índice financiero referenciado son: en el año

2015 con un -144.88%, en el año 2016 un 87.39%, y para el año 2017 un -13.86%, datos que se podría decir son inciertos dado que muchas empresas sujetas a análisis presentan datos de patrimonio neto con valor 0, por lo cual se encuentran porcentajes alarmantes de ROE y en virtud de eso supone un perjuicio para los dueños de las organizaciones.

⁶ Se utiliza para medir la eficiencia de los activos totales de la misma independientemente de las fuentes de financiación utilizadas y de la carga fiscal del país en el que la empresa desarrolla su

actividad principal.” (Pymes y Autónomos, 2013),

⁷ por su significado en inglés (Return on Equity)

Para finalizar el análisis del impacto económico y en resumen de cada uno de los índices utilizados, se determinó que las pequeñas empresas del sector alimenticio en el norte de Quito no atraviesan por un buen momento financiero; la información obtenida y analizada propone que año a año en este segmento empresarial se da la quiebra de muchas organizaciones, lo cual es relativamente cierto, según la información financiera que las mismas presentan a la Superintendencia de Compañías mediante el formulario 101 otorgado por el SRI⁸ a las organizaciones

El análisis de las preguntas más relevantes se lo presenta a continuación;

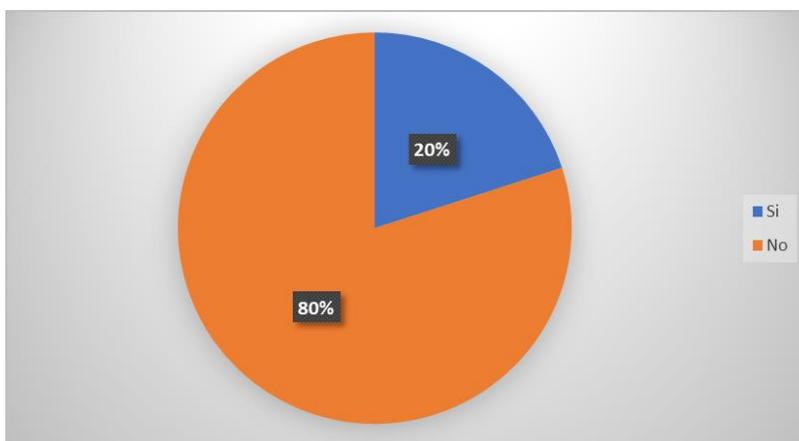


Gráfico 1. Análisis de abuso por parte de cadenas de supermercados a las pequeñas empresas

Fuente: La investigación

Elaborado por: El autor

En la pregunta ¿Ha experimentado abuso por parte de las grandes cadenas de supermercados? se puede apreciar que

para detallar sus ejercicios económicos anuales.

Para determinar el impacto social que ha generado la aplicación del manual de buenas prácticas comerciales para el sector de los supermercados y/o similares y sus proveedores se ha realizado una encuesta al tejido empresarial comprendido por pequeñas empresas, la misma que otorga un análisis más exacto sobre la realidad social que viven estas empresas en el transcurso de los años.

las pequeñas empresas no sienten en si un abuso por parte de las grandes cadenas de supermercados, esto gracias a que han optado por otras alternativas de

⁸ Servicio de Rentas Internas

distribución de sus productos; una de las empresas encuestadas indica que ha optado por distribuir nuestros productos en hoteles y minimarkets ya que las

grandes cadenas de supermercados presentan demasiadas barreras para poder ingresar a sus perchas.

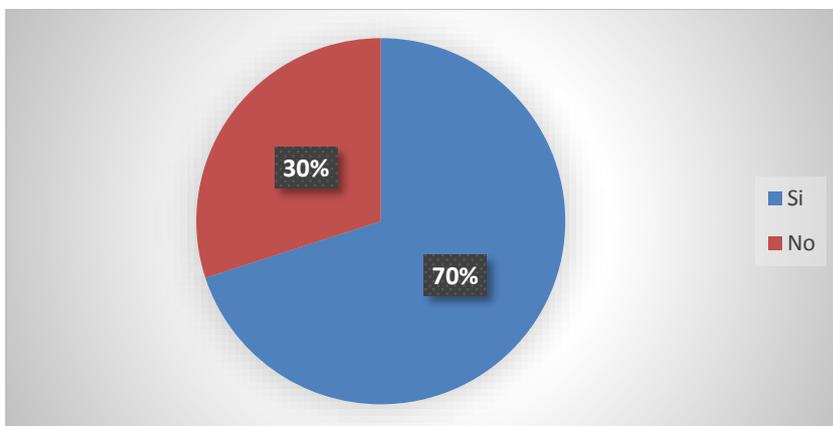


Gráfico 2. Análisis de discriminación a las pequeñas empresas

Fuente: La investigación

Elaborado por: El autor

En cuanto a la interrogante ¿Usted como pequeña empresa ha sentido discriminación por parte de supermercados y/o similares en relación a las grandes empresas? el segmento empresarial percibe discriminación por parte de los supermercados al momento de elegir a sus proveedores, ya que si

bien es cierto en cifras y en teoría los supermercados han implementado practicas inclusivas para con las MIPYMES, no es suficiente cambiar la percepción que tienen los representantes de las mismas; afirmando que se mantiene la preferencia abismal entre una grande empresa y una MIPYME.

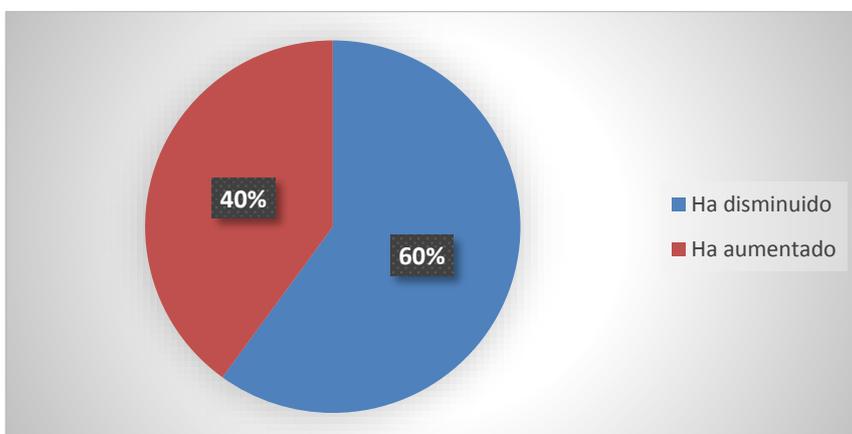


Grafico 3. Percepción sobre el factor nivel de empleo por aplicación de manual de buenas prácticas comerciales

Fuente: La investigación

Elaborado por: El autor

El nivel de empleo es un factor fundamental para un impacto social por lo cual consultar a las pequeñas empresas ¿A partir de la implementación del manual de buenas prácticas comerciales considera usted que el nivel de empleo en su empresa ha disminuido o ha aumentado? las empresas pertenecientes al sector alimenticio respondieron que en realidad no ha existido un impacto por la aplicación del manual sino que más bien la economía en si del país ha forzado a las organizaciones a recortar su personal o rotarlo permanentemente.

4. CONCLUSIÓN

El presente estudio ha reflejado que la aplicación del manual de buenas prácticas comerciales si ha promovido una conciencia de inclusión dentro de las grandes cadenas de supermercados pero para el sector de las MIPYMES no se ha evidenciado resultados positivos dado que aún existe prácticas monopólicas y oligopólicas en donde se concentra el poder de mercado en las grandes empresas y es así como lo aprecian los involucrados en este análisis. Aún a partir de la aplicación del manual según el órgano de control el sector generó una utilidad de

\$1,507,832,948.61, esto no se pudo corroborar para las MIPYMES del sector alimenticio ya que sus datos financieros indican una tendencia negativa en el ámbito financiero y económico. Por otro lado se observa que el manual en mención no ha influido positivamente en el aspecto social para las empresas del sector alimenticio tomando en cuenta variables como nivel de empleo; evidenciando que el mismo ha disminuido por las fluctuaciones económicas del país en los últimos años, esto independientemente de la aplicación del manual. Se puede observar que el nivel y calidad de vida tampoco ha mejorado ya que los representantes de las organizaciones continúan sintiendo discriminación por parte de las cadenas de supermercados frente a el sector de las grandes empresas, aunque el hallazgo más revelador es que en su mayoría existe indiferencia y desconocimiento tanto de la ley, manual y derechos por parte de los representantes de dichas empresas, por lo cual no se observa relevancia para su impacto social.

Por lo tanto una vez finalizado el análisis tanto económico como social se concluye que las pequeñas empresas

registradas en la Superintendencia de Compañías y pertenecientes al sector alimenticio del norte de Quito no poseen el conocimiento adecuado acerca de la ley, del manual, ni mucho menos de sus derechos como parte fundamental del dinamismo económico en el país, las entidades de control deben realizar socializaciones más a menudo acerca de sus manuales y sus beneficios para con el sector empresarial referenciado.

Es únicamente el 20% de las MIPYMES del sector alimenticio es proveedor de las grandes cadenas de supermercados, datos que suponen un evidente problema y deficiencia por parte del control para el cumplimiento del manual, es importante mencionar que en el periodo estudiado se han dado fluctuaciones en la economía del país,

por lo cual varias empresas han tenido que cerrar o liquidarse por falta de oportunidades o por indiferencia de parte del sector de las grandes empresas. En el país aún queda mucho por hacer en relación a beneficiar y hacer cumplir los derechos del pequeño empresario que aporta para los ingresos del Ecuador.

Es pues deber del Estado Ecuatoriano velar por los derechos de los pequeños empresarios al crear más leyes en pro de su crecimiento y fomentando el cumplimiento de las leyes existentes para que así sus manuales de buenas prácticas comerciales puedan tener resultados mejores a los reflejados en sus investigaciones y que así se impulse la matriz productiva de un país lleno de emprendedores.

BIBLIOGRAFÍA

- Albornoz Guarderas, V. (11 de Septiembre de 2011). Un monopolio es... *Diario El Comercio*.
- Andes. (15 de Septiembre de 2016). *Andes*. Obtenido de <https://www.andes.info.ec/es/noticias/economia/1/es-hace-superintendencia-control-poder-mercado-ecuador>
- Andes. (15 de Septiembre de 2016). Economía. *Manual de Buenas Prácticas para Supermercados ha generado USD 772 millones desde su vigencia en Ecuador* . Obtenido de Sitio web de Andes: <https://www.andes.info.ec/es/noticias/economia/1/manual-buenas-practicas-supermercados-generado-usd-772-millones-vigencia-ecuador>
- Art.204 Constitución de la República. (s.f.). Constitución de la República.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación* (Tercera ed.). Colombia: Pearson. Obtenido de file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Metodologia%20de%20la%20Investigacion%203edici%C3%B3n%20Bernal.pdf
- Casasnovas, G. (15 de Noviembre de 2016). ESocial HUB blog. *La medición del impacto social*. Obtenido de <http://www.esade.edu/esocialhub/blog/la-medición-del-impacto-social>
- Casasnovas, G. (15 de Noviembre de 2016). *La medición del impacto social: ESocial HUB blog*. Obtenido de ESocial HUB blog sitio web : <http://www.esade.edu/esocialhub/blog/la-medición-del-impacto-social>
- Compromiso Empresarial. (6 de Agosto de 2010). Iniciativas para medir el impacto social y económico.
- Cordero Cuesta, A. B. (20 de Enero de 2016). La validez del Manual de

- Buenas Prácticas Comerciales para el Sector de los Supermercados y/o Similares y sus Proveedores de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado . Quito.
- Córdova, M. (8 de Agosto de 2010). *Teoría del Conocimiento: Fisiologo*. Obtenido de Fisiologo Sitio Web: <http://fisiologoi.com/paginas/historia/inductivodeductivo.htm>
- Dután, F. (Mayo de 2015). Monopolios y poder en la historia del Ecuador . Quito.
- Ekos. (2017). Pymes en el Ecuador: No paran de evolucionar. *Ekos*.
- El Telégrafo. (1 de Marzo de 2013). Economía. *Pequeñas empresas representan el 60% del empleo en la CAN*.
- El Telégrafo. (1 de Marzo de 2013). Pequeñas empresas representan el 60% del empleo en la CAN. *El Telégrafo*.
- El Telégrafo. (28 de Junio de 2017). *El 95% de las empresas en el país son mipymes*. Obtenido de El Telégrafo : [https://www.eltelgrafo.com.ec/noticias/economia/8/el-95-de-](https://www.eltelgrafo.com.ec/noticias/economia/8/el-95-de-las-empresas-en-el-pais-son-mipymes)
- [las-empresas-en-el-pais-son-mipymes](https://www.eltelgrafo.com.ec/noticias/economia/8/el-95-de-las-empresas-en-el-pais-son-mipymes)
- Enriquez, C. (12 de Septiembre de 2014). Supermaxi destaca objetivo del manual emitido por la Superintendencia. *Diario El Comercio*.
- Gestor. (2015). *¿Qué es el ROI? Descubre la importancia de calcularlo para conocer la rentabilidad de tus proyectos: Gestor*. Obtenido de Gestor.org Sitio Web: <https://www.gestion.org/que-es-el-roi-o-retorno-de-inversion/>
- Guerra, L. F. (3 de Junio de 2013). *DerechoEcuador.com*. Obtenido de Sitio Web de DerechoEcuador.com: <https://www.derechoecuador.com/regulacion-del-poder-de-mercado>
- Hernández, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación* (Cuarta ed.). México: Mc Graw Hill. Obtenido de <http://sistemas.unicesar.edu.co/documentossistemas/sampieri.pdf>
- Infórmate y Punto. (27 de Febrero de 2018). El Manual de Buenas

- Prácticas Comerciales con resultados positivos . Obtenido de <https://www.informateypunto.com/index.php/actualidad/120-scpm-presenta-su-informe-de-rendicion-de-cuentas-2017>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2014). *Directorio de Empresas y Establecimientos 2014*. Quito.
- Ley Organica de Regulacion y Cotrol del Poder de Mercado. (Noviembre de 2011). Ley Organica de Regulacion y Cotrol del Poder de Mercado. Quito, Ecuador.
- López, T. (13 de Septiembre de 2013). *Ventajas de un estudio de impacto económico: No solo economía*. Obtenido de No solo economía sitio web: <https://nosoloeconomia.com/ventajas-de-un-estudio-de-impacto-economico/>
- Magill, J., & Meyer, R. (Marzo de 2005). *Microempresas y Microfinanzas en Ecuador*. Ecuador. Obtenido de <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/MICROEMPRESAS%20Y%20MICROFINANZAS%20EN%20EL%20ECUADOR.pdf>
- Mideros, A. (18 de Septiembre de 2011). *Ley de Control del Poder de Mercado*. Quito.
- Moeller Gómez, H. (25 de Enero de 2015). *Regulación y Control del Poder de Mercado*. *El Universo*.
- Páez, P. (8 de Agosto de 2012). "La economía ecuatoriana está dominada por los oligopolios", dice Páez. (P. Maldonado, Entrevistador)
- Pymes y Autónomos. (30 de Diciembre de 2013). *Pymes y Autónomos*. Obtenido de Sitio web de Pymes y Autónomos: <https://www.pymesyautonomos.com/administracion-finanzas/que-es-el-roa-de-una-empresa>
- Radio Huancavilca 830AM. (4 de Diciembre de 2014). *Manual de Buenas Prácticas Comerciales con nuevos cambios*. Guayaquil. Obtenido de <https://radiohuancavilca.com.ec/noticias/2014/12/04/manual-de-buenas-practicas-comerciales-con-nuevos-cambios/>

- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). *Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder de Mercado: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo*. Obtenido de Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo: <http://www.planificacion.gob.ec/ley-organica-de-regulacion-y-control-del-poder-de-mercado/>
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (22 de Septiembre de 2017). Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Plan Toda una Vida. Quito, Ecuador.
- Sector Público de PwC. (2012). Estudios de Impactos Económicos. España.
- Servicio de Rentas Internas. (2008).
- Social Nest. (24 de Noviembre de 2016). *La medición del impacto social el lado humano de las finanzas: Social Nest*. Obtenido de Sitio web de Social Nest: <http://socialnest.org/la-medicion-del-impacto-social-el-lado-humano-de-las-finanzas/>
- Soto, E., Valenzuela, P., & Vergara, H. (2003). *Evaluación de Impacto de la Capacitación en la Productividad*. Anhdros Impresores.
- Superintendencia de Compañías. (2018).
- Superintendencia de Compañías, valores y seguros del Ecuador. (2017). *Estudios Sectoriales: Manufacturas*.
- Superintendencia de compañías, valores y seguros del Ecuador. (s.f.). *Estudios Sectoriales: MIPYMES y Grandes Empresas*.
- Superintendencia de Control del Poder de Mercado. (1 de Noviembre de 2014). Manual de Buenas Prácticas Comerciales para sector de Supermercados y sus proveedores. Quito, Ecuador.
- Superintendencia de Control del Poder de Mercado. (2015). *Informe de Gestión Año 2015*. Quito.
- Superintendencia de Control del poder de Mercado. (2015). *Monopolios y Poder en la Historia del Ecuador*. Quito.
- Superintendencia de Control del Poder de Mercado. (2016). *Informe de Rendición de Cuentas Año 2016*. Quito.
- Superintendencia de Control del Poder de Mercado. (2017). *Informe de*

- Rendición de Cuentas 2017*. Quito.
- Superintendencia de Control del Poder de Mercado. (31 de Mayo de 2018). *Gestión en Cifras de la SCPM*.
- Superintendencia de Control del Poder de Mercado. (Enero de 2018). Poder de Mercado. *La SCPM fomenta la sana competencia para transparentar los mercados*.
- teleSUR tv. (9 de Noviembre de 2011). Decenas de pequeñas y medianas empresas han quebrado.
- Tobar & Bustamate. (2015). XVI. Información Importante Manual de buenas prácticas comerciales para el sector de los supermercados y/o similares y sus proveedores. *INDICIUM*.
- Universia Costa Rica. (4 de Septiembre de 2017). *Tipos de Investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa: Universia Costa Rica*. Obtenido de Universia Costa Rica Sitio Web: <http://noticias.universia.cr/educacion/noticia/2017/09/04/1155475/tipos-investigacion-descriptiva-exploratoria-explicativa.html>
- Vanclay, F. (2003). International Principles for Social Impact Assessment. *Impact Assessment & Project Appraisal*, 5-11.
- Vanclay, F. (Abril de 2015). Evaluación de Impacto Social. *Lineamientos para la evaluación y gestión de impactos sociales de proyectos*.
- Zambrano Pontón, P. (29 de Mayo de 2015). Monopolios y competencia. *Diario El Comercio*.
- Zambrano, L. (10 de Marzo de 2017). Los encontrones de la ley y control de mercado. *Los encontrones de la ley y control de mercado*. Guayaquil, Ecuador. Obtenido de sitio web de [expreso.ec](http://www.expreso.ec): <http://www.expreso.ec/economia/los-encontrones-de-la-ley-y-control-de-mercado-EK1149754>

ANEXOS

Anexo 1.

Segmentos (facturación anual) USD	Total 2015			Total 2016			Total 2017			Acumulados (2015 a 2017)	
	Total USD	Compras No. Prov		Total USD	Compras No. Prov		Total USD	Compras No. Prov		Total USD	Compras
Segmento 1 0 a 50.000 USD	\$ 37,650,142.00	1.50%	2060	\$ 45,345,899.91	1.90%	2031	\$ 49,095,772.58	1.90%	1863	\$ 132,091,813.48	1.80%
Segmento 2 50.001 a 250.000	\$ 149,774,926.38	6.10%	1215	\$ 153,411,587.63	6.40%	1156	\$ 159,875,730.27	6.30%	3068	\$ 4,630,624,428.00	6.30%
Segmento 3 250.001 a 1'000.000	\$ 302,438,254.46	12.30%	603	\$ 31,315,540.60	13.10%	538	\$ 297,085,095.79	11.70%	544	\$ 912,678,890.85	12.40%
Subtotal 3 Segmentos	\$ 489,863,322.84	19.90%	3878	\$ 511,913,028.14	21.50%	3725	\$ 506,056,597.63	20.00%	3495	\$ 1,507,832,948.61	20.40%
Segmento 4 1'000.000 a 3'000.000	\$ 437,131,209.57	17.80%	257	\$ 439,695,167.96	18.50%	232	\$ 422,779,195.30	16.70%	24	\$ 1,299,605,572.84	17.60%
Segmento 5 más de 3'000.000	\$ 1,534,668,050.24	62.30%	162	\$ 1,430,214,574.69	60.00%	165	\$ 1,601,002,961.70	63.30%	181	\$ 4,565,885,586.63	61.90%
Total	\$ 2,461,662,582.65	100.00%	4297	\$ 2,381,822,770.78	100.00%	4122	\$ 2,529,838,754.63	100.00%	3925	\$ 7,373,324,108.00	100.00%

Anexo 2.

ENCUESTA

La presente investigación es llevada a cabo por un estudiante de la carrera de Ingeniería Comercial con mención en Finanzas de la Universidad Politécnica Salesiana, la misma que busca determinar un impacto económico y social ya sea positivo o negativo por la aplicación del Manual de Buenas Prácticas Comerciales propuesto por la Superintendencia de Control del Poder de Mercado. Agradecemos su gentil participación y sinceridad en las respuestas, tome en consideración que las respuestas son anónimas.

Instrucción:

Señale con una "X" según corresponda.

1.- ¿Conoce usted el Manual de Buenas Prácticas Comerciales?

Si

No

2.- ¿La Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado es clara y fácil de entender?

Responda en una escala del 1 al 5; donde 5 es totalmente entendible y 1 es no entendible

1 2 3 4 5

3.- ¿Es usted proveedor de Supermercados y/o Similares?

Si

No

4.- ¿Ha experimentado abuso por parte de las grandes cadenas de supermercados?

Si

No

5.- ¿Usted como Pequeña empresa ha sentido discriminación por parte de los Supermercados y/o similares en relación a las grandes empresas?

Si

No

6.- ¿Piensa usted que la participación de pequeñas empresas como proveedores de Supermercados y/o Similares han ido creciendo gracias al Manual de Buenas Prácticas Comerciales?

Si

No

7.- A partir de la implementación del Manual de Buenas Prácticas Comerciales considera usted que el nivel de empleo en su empresa:

Ha disminuido

Ha aumentado

8.- ¿Gracias al Manual de Buenas Prácticas Comerciales puede su empresa ofertar sus productos en más de 1 Supermercado y/o Similares?

Si

No

9.- ¿Considera usted que el Manual de Buenas Prácticas Comerciales se ha cumplido a cabalidad dando como resultado un impacto positivo a su empresa?

Si

No

10.- ¿Cuál es su nivel de satisfacción por la aplicación del Manual de Buenas Prácticas Comerciales?

Responda en una escala del 1 al 5; donde 5 es totalmente satisfecho y 1 es insatisfecho

1 2 3 4 5

11.- ¿Cuál considera usted que es el nivel de cumplimiento del Manual de Buenas Prácticas Comerciales?

Responda en una escala del 1 al 5; donde 5 es totalmente cumplido y 1 es que NO se ha cumplido

1 2 3 4 5

Anexo 3.

Calculo de frecuencias Relativas

CUADRO DE FRECUENCIAS Y PORCENTAJES		
No. Pregunta	Preguntas	Fr Relativa
	¿Conoce usted el Manual de Buenas Prácticas Comerciales?	
P.1	Si	0.20
	No	0.80

	¿La Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado es clara y fácil de entender?	
P.2	1	0.10
	2	0.20
	3	0.60
	4	0.10
	5	0.00
	¿Es usted proveedor de Supermercados y/o Similares?	
P.3	Si	0.20
	No	0.80
	¿Ha experimentado abuso por parte de las grandes cadenas de Supermercados?	
P.4	Si	0.20
	No	0.80
	¿Usted como Pequeña empresa ha sentido discriminación por parte de los Supermercados y/o similares en relación a las grandes empresas?	
P.5	Si	0.70
	No	0.30
	¿Piensa usted que la participación de pequeñas empresas como proveedoras de Supermercados y/o similares han ido creciendo gracias al Manual de Buenas Prácticas Comerciales?	
P.6	Si	0.90
	No	0.10
	A partir de la implementación del Manual de Buenas Prácticas Comerciales considera usted que el nivel de empleo en su empresa:	
P.7	Ha disminuido	0.20
	Ha aumentado	0.80
	¿Gracias al Manual de Buenas Prácticas Comerciales puede su empresa ofertar sus productos en mas de 1 Supermercado y/o similar?	
P.8	Si	0.30
	No	0.70
	¿Considera usted que el Manual de Buenas Prácticas Comerciales se ha cumplido a cabalidad dando como resultado un impacto positivo para su empresa?	

P.9	Si	0.30
	No	0.70
	¿Cuál es su nivel de satisfacción por la aplicación del Manual de Buenas Prácticas Comerciales?	
P.10	1	0.10
	2	0.20
	3	0.70
	4	0.00
	5	0.00
	¿Cuál considera usted que es el nivel de cumplimiento del Manual de Buenas Prácticas Comerciales?	
P.11	1	0.20
	2	0.30
	3	0.50
	4	0.00
	5	0.00

Anexo 4. Sistematización de encuesta

1. ¿Conoce usted el Manual de Buenas Prácticas Comerciales?

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia Válida	Porcentaje Acumulado
Si	2	20%	20%	20%
No	8	80%	80%	100%
Total	10	100%	100%	

Fuente: Elaboración propia a partir de resultados estadísticos

2. ¿La Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado es clara y fácil de entender? Responda en una escala del 1 al 5; donde 5 es totalmente entendible y 1 es no entendible

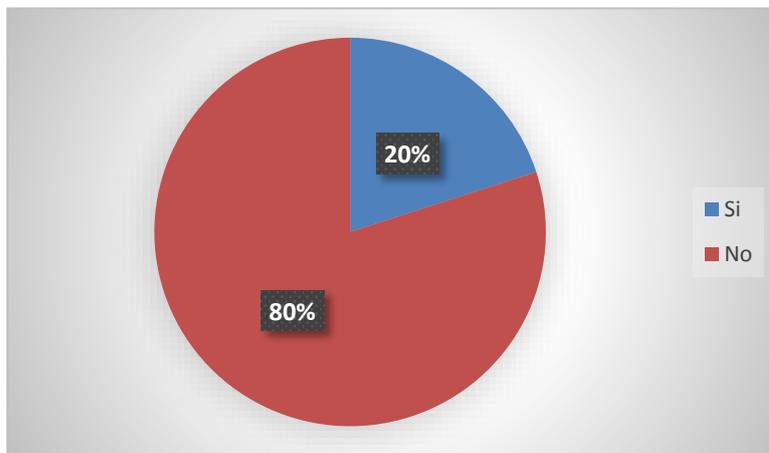
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia Válida	Porcentaje Acumulado
1	1	10%	10%	10%
2	2	20%	20%	30%
3	6	60%	60%	90%

4	1	10%	10%	100%
5	0	0%	0%	100%
Total	10	100%	1	

Fuente: Elaboración propia a partir de resultados estadísticos

3. ¿Es usted proveedor de Supermercados y/o Similares?

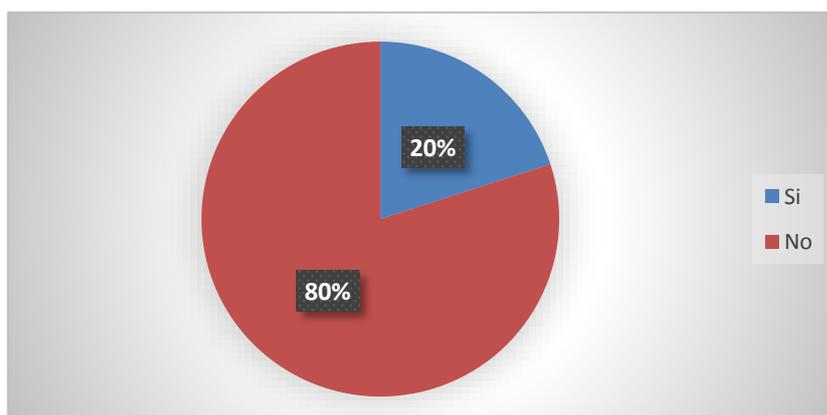
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia Válida	Porcentaje Acumulado
Si	2	20%	20%	20%
No	8	80%	80%	100%
Total	10	100%	100%	



Fuente: Elaboración propia a partir de resultados estadísticos

4. ¿Ha experimentado abuso por parte de las grandes cadenas de Supermercados?

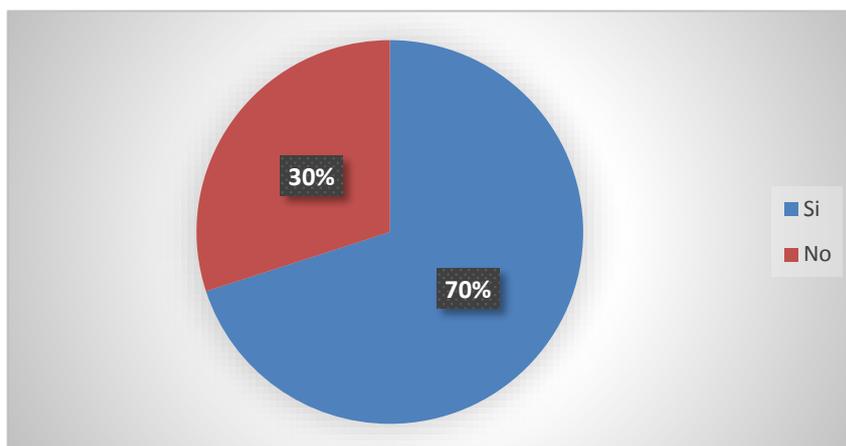
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia Válida	Porcentaje Acumulado
Si	2	20%	20%	20%
No	8	80%	80%	100%
Total	10	100%	100%	



Fuente: Elaboración propia a partir de resultados estadísticos

5. ¿Usted como Pequeña empresa ha sentido discriminación por parte de los Supermercados y/o similares en relación a las grandes empresas?

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia Válida	Porcentaje Acumulado
Si	70	70%	70%	70%
No	30	30%	30%	100%
Total	100	100%	100%	



Fuente: Elaboración propia a partir de resultados estadísticos

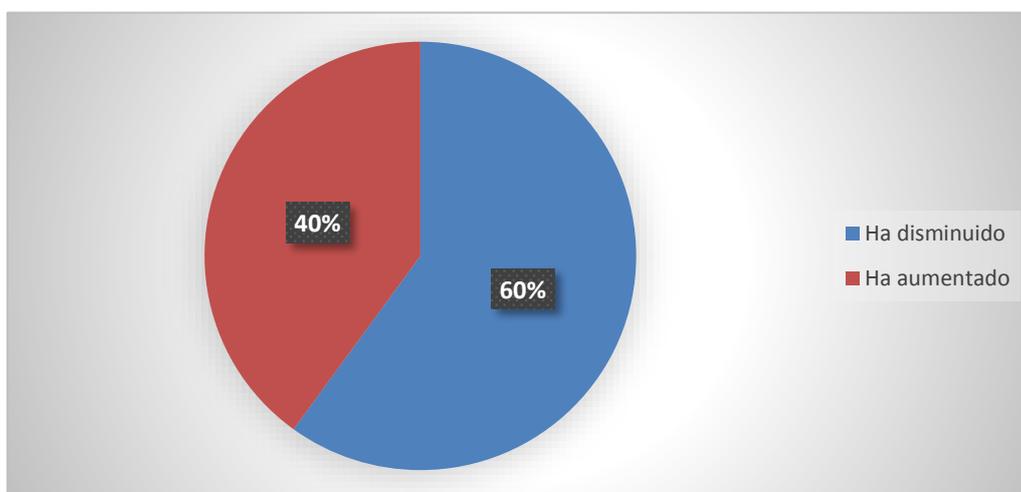
6. Piensa usted que la participación de pequeñas empresas como proveedoras de Supermercados y/o similares han ido creciendo gracias al Manual de Buenas Prácticas Comerciales?

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia Válida	Porcentaje Acumulado
Si	9	90%	90%	90%
No	1	10%	10%	100%
Total	10	100%	100%	

Fuente: Elaboración propia a partir de resultados estadísticos

7. A partir de la implementación del Manual de Buenas Prácticas comerciales considera usted que el nivel de empleo en su empresa:

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia Válida	Porcentaje Acumulado
Ha disminuido	6	60%	60%	60%
Ha aumentado	4	40%	40%	100%
Total	10	100%	100%	



Fuente: Elaboración propia a partir de resultados estadísticos

8. ¿Gracias al Manual de Buenas Prácticas Comerciales puede su empresa ofertar sus productos en más de 1 Supermercado y/o similar?

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia Válida	Porcentaje Acumulado
Si	3	30%	30%	30%
No	7	70%	70%	100%
Total	10	100%	100%	

Fuente: Elaboración propia a partir de resultados estadísticos

9. ¿Considera usted que el Manual de Buenas Prácticas Comerciales se ha cumplido a cabalidad dando como resultado un impacto positivo para su empresa?

Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia Válida	Porcentaje Acumulado

Si	3	30%	30%	30%
No	7	70%	70%	100%
Total	10	100%	100%	

Fuente: Elaboración propia a partir de resultados estadísticos

10. ¿Cuál es su nivel de satisfacción por la aplicación del Manual de Buenas Prácticas Comerciales? Responda en una escala del 1 al 5; donde 5 es totalmente entendible y 1 es no entendible

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia Válida	Porcentaje Acumulado
1	1	10%	10%	10%
2	2	20%	20%	30%
3	7	70%	70%	100%
4	0	0%	0%	100%
5	0	0%	0%	100%
Total	10	100%	100%	

Fuente: Elaboración propia a partir de resultados estadísticos

11. ¿Cuál considera usted que es el nivel de cumplimiento del Manual de Buenas Prácticas Comerciales? Responda en una escala del 1 al 5; donde 5 es totalmente entendible y 1 es no entendible

	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia Válida	Porcentaje Acumulado
1	2	20%	20%	20%
2	3	30%	30%	50%
3	5	50%	50%	100%
4	0	0%	0%	100%
5	0	0%	0%	100%
Total	10	100%	100%	

Fuente: Elaboración propia a partir de resultados estadísticos

