PN-ABI-131

# ECUADOR DIAGNOSTICO DEL SECTOR MICRO-EMPRESARIAL:

## Características Clave del Sector Micro-Empresarial

*GEMINI Informe Técnico No. 12*


GEMINI

**GROWTH and EQUITY through MICROENTERPRISE INVESTMENTS and INSTITUTIONS**
**7250 Woodmont Avenue, Suite 200, Bethesda, Maryland 20814**

**DEVELOPMENT ALTERNATIVES, INC. • Michigan State University • ACCION International • Management Systems International, Inc. • Opportunity International • Technoserve • World Education**

PN-ABI-131

# ECUADOR DIAGNOSTICO DEL SECTOR DE LA MICRO-EMPRESA:

## Características Clave del Sector Microempresarial

por

John H. Magill
Robert G. Blayney
Rae L. Blumberg
Joseph Burke
Peter D. Livingston
Jennifer L. Santer

Marzo 1991

Este trabajo recibió el apoyo de la Misión de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internaciona en el Ecuador a través de un contrato con el Proyecto Growth and Equity through Microenterprise Investments and Institutions (GEMINI), contrato número DHR-5448-Q-05-9081-00.

# PREFACIO

Este estudio relativo a las Características Clave del Sector Micro-empresarial es uno de cuatro estudios de antecedentes que auspiciara USAID/Ecuador como parte de una evaluación del Sector de la Micro y Pequeña Empresa (SME) en el Ecuador. El propósito global de dicho diagnóstico es el de presentar una amplia descripción de la índole y características del SME, que sirva de base para planificar y diseñar futuras intervenciones programáticas. Es dentro de este contexto que el perfil micro-empresarial tiene la intención de desarrollar una sinópsis etadística y analítica detallada para el sector mismo y para las varias instituciones que en el Ecuador apoyan su desarrollo mediante la identificación de importantes características, tendencias, problemas y oportunidades de posperidad y crecimiento. En base al perfil, el estudio debe analizar las posibilidades de generación de puestos de empleo y de mayores ingresos que podrían lograr estrategias alternas.

Específicamente, el estudio sobre Características Clave debía:

- Elaborar una estratificación del SME según la escala, tipo de operación, sector económico, género de sus propietarios, ubicación geográfica y demás criterios aplicables, identificando las limitaciones y problemas clave que se le plantea a cada estrato, y cuál es la demanda de crédito y otros servicios que genera cada uno de esos estratos;

- Identificar aquellos subsectores que conllevan el mayor potencial para la generación de empleos e ingresos;

- Evaluar el impacto que tiene el apoyo a varios tipos de empresas sobre el número, tipo y calidad de los nuevos empleos creados;

- Determinar cuál es el potencial que existe para intervenciones especializadas con respecto a empresas con fines de exportación o aquellas que ofrecen la posibilidad de una integración vertical u horizontal; y

- Valorar los beneficios relativos planteados por las intervenciones en cuestión de reforma de políticas, crédito o capacitación, así como la asistencia técnica sobre las fuentes de empleo y la generación de ingresos.

El equipo de estudio estuvo conformado de la siguiente manera:

| | |
|---|---|
| Jefe de Equipo: | John H. Magill, Ph.D.<br>Senior Associate<br>Development Alternatives, Inc. |
| La Mujer en el Desarrollo: | Rae L. Blumberg, Ph.D.<br>Departamento de Sociología<br>University of California, San Diego |
| Mercados Internos: | Robert G. Blayney<br>Consultor Independiente<br>National Cooperative Business Association |

| | |
|---|---|
| Comercio Internacional: | Joseph F. Burke<br>Consultor Independiente<br>Development Alternatives, Inc. |
| Análisis de Datos: | Peter D. Livingston, M.A.<br>Presidente<br>Stark/Livingston, Inc. |
| Análisis de Datos: | Jennifer L. Santer, M.A.<br>Especialista de Proyectos<br>Development Alternatives, Inc. |

La investigación de campo realizada para el estudio fue llevada a cabo entre el 12 de Agosto y el 8 de Septiembre de 1990.

# RECONOCIMIENTO

Este estudio relativo a Características Clave del Sector Micro-Empresarial no hubiera sido posible sin contar con la ayuda y colaboración de un nutrido número de personas e instituciones del Ecuador.

El equipo desea expresar su agradecimiento al personal y funcionarios de USAID/Ecuador por sus profundos y útiles comentarios, críticas y sugerencias ofrecidos en el curso de numerosas sesiones para revisar las versiones preliminares del Informe. Tenemos especial deuda de gratitud para con Charles Costello, Director de la Misión; Robert Kramer, Subdirector de la Misión; Derek Singer, Jefe de la Oficina Multisectorial; Mike Deal, Jefe de Proyectos; Maruska de Burbano, Especialista en Desarrollo Empresarial; y Carmen López, Asistente de Proyectos.

También deseamos agradecer a los funcionarios y personal del Instituto de Investigaciones Socio-Económicas y Tecnológicas (INSOTEC), una organización no-gubernamental Ecuatoriana y firma consultora que proporcionó su apoyo logístico al estudio mediante contrato celebrado con USAID/Ecuador. Gracias especiales van para Paulina Garzón, Cecilia Vásquez, Solanda Grijalva y Augusto Espinoza, quienes prestaron su valiosa colaboración en el diseño de la investigación, la conducción de entrevistas y el análisis de resultados. También tenemos motivos de agradecimiento para con los entrevistadores de la encuesta: Andrés Jervis, Iván Larrea, Erwin Andrade, Jaime Castellanos, Gonzalo Larrea, Teresa Ordóñez, Juan Carlos Rodríguez, Milton González, Eduardo Játiva, y Teresa Arévalo.

También reconocemos el tiempo y paciencia de quienes se encuentran involucrados en el desarrollo del SME en el Ecuador y colaboraron en el estudio. Deseamos agradecer a todos y cada uno de quienes participaron en entrevistas abiertas y francas y que aportaron con sugerencias útiles y valiosos conocimientos que nos adentraron en el fascinante mundo de la micro y pequeña escala en el Ecuador. Más importantemente, deseamos agradecer a los empresarios quienes compartieron con nosotros su tiempo y experiencia.

Como sucede en todo estudio de esta naturaleza, las opiniones, conclusiones y recomendaciones que se presentan a continuación son de única y exclusiva responsabilidad de los autores y no deben interpretarse como una representación de las opiniones o posturas oficiales de ninguna de las instituciones o personas que tan gentilmente nos han ayudado en este empeño.

# CONTENIDO


| | Página |
|---|---|
| **RESUMEN EJECUTIVO** | xiii |
| **CAPITULO UNO** | |
| **PERFIL DESCRIPTIVO DEL SECTOR DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA** | 1 |
| INTRODUCCION | 1 |
| Antecedentes y Tendencias Demográficas | 1 |
| La Micro y Pequeña Empresa: Una Definición Preliminar | 2 |
| Panorama General del Sector de la Pequeña Empresa | 4 |
| RECIENTES ESTUDIOS SOBRE EL SECTOR DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA EN EL ECUADOR | 8 |
| UN PERFIL ESTADISTICO DE UNA MUESTRA DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS EN EL ECUADOR | 10 |
| Datos Demográficos de la Muestra de la Encuesta | 10 |
| Características Básicas de las Empresas | 17 |
| DINAMICA DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA EN EL ECUADOR | 25 |
| Indices Específicos de Exito | 26 |
| Relación de Costo-Beneficio Social | 31 |
| CARACTERISTICAS DEL EMPLEO Y GENERACION DE PUESTOS DE TRABAJO | 35 |
| Características Generales | 35 |
| Ampliación de Empleo | 39 |
| Costo Implicado en la Creación de Puestos de Trabajo | 43 |
| Réditos Laborales | 44 |
| OPTIMISMO/PESIMISMO: EL FUTURO | 47 |
| Grado de Satisfacción | 48 |
| Interés por un Negocio Próspero | 48 |
| Percepción del Futuro | 49 |
| Resumen | 49 |
| PROBLEMAS Y NECESIDADES | 50 |
| Principales Problemas | 50 |
| Principales Necesidades | 51 |
| Necesidades de Crédito | 52 |
| OTRAS IMPORTANTES REVELACIONES | 53 |
| Aceso a Recursos | 53 |
| Factores Relacionados con el Exito Empresarial | 53 |
| RESUMEN Y CONCLUSIONES | 54 |
| Beneficiarios versus No-beneficiarios | 60 |

ANEXO A: METODOLOGIA 63

## CAPITULO DOS

**EL GENERO DE SUS PROPIETARIOS Y LA MICRO-EMPRESA EN EL ECUADOR 65**

INTRODUCCION 65
Visión General 65
Proporción de Mujeres y Hombres 66
EL TRATO CON MUJERES Y HOMBRES MICRO-EMPRESARIOS 68
Empleo, Ingresos y Productividad 68
Características Empresariales de Hombres y Mujeres 71
Cumplimiento de Préstamos por Género 74
LO QUE FUNCIONA BIEN PARA LAS FUNDACIONES FUNCIONA MEJOR PARA LA MUJER 74
LIMITACIONES ESPECIALES DE LA MUJER EMPRESARIA 78
La Mujer y la Necesidad de contar con la Firma del Cónyuge 78
La Mujer Empresaria como Proveedora de Cuidados para la Salud 79
Acceso de la Mujer a la Capacitación frente al Nivel de Machismo que Exista en la Localidad 80
REVELACIONES ADICIONALES SURGIDAS DE LA ENCUESTA 82
IMPLICACIONES PARA CON LA ASISTENCIA DONATARIA FUTURA 86

ANEXO B: METODOLOGIA 91

ANEXO C: LISTA DE TEMAS PARA LA EVALUACION DEL SECTOR INFORMAL 95

## CAPITULO TRES

**LIMITACIONES Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO LOCAL PARA LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA EN EL ECUADOR 99**

INTRODUCCION 99
POLITICAS DEL GDE Y SU IMPACTO SOBRE LOS MERCADOS INTERNOS 101
FACTORES SOCIO-ECONOMICOS CLAVE Y LOS MERCADOS INTERNOS DEL SME 102
TRANSACCIONES EMPRESARIALES Y VINCULOS DE MERCADO 104
CARACTERISTICAS DE MERCADO CLAVE 105
Mercados de Insumos 105
Organización Interna de la Comercialización 106
Clientes 107
Potencial de Mercado 108
Otros Factores 109

Valur Añadido como Indice de Potencial de Mercados 110
FACTORES LOCALES Y LA PARTICIPACION DEL SME EN EL MERCADO 112
UNA CLASIFICACION DE MERCADO PARA LAS EMPRESAS DEL SME 114
SERVICIOS DE APOYO COMERCIAL PARA LAS MES 117
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 117
Generales 117
Políticas Gubernamentales 118
Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa 119

ANEXO D: DESEMPEÑO DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA (PI) EN EL MERCADO ECUATORIANO 122

**CAPITULO CUATRO**

**LIMITACIONES Y OPORTUNIDADES DE EXPORTACION PARA LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA ECUATORIANA** 125

RESUMEN EJECUTIVO 125
Circunstancias Generales 125
Limitaciones Externas a las Exportaciones 125
Limitaciones Internas a las Exportaciones del SME 126
Oportunidades de Exportación para el SME 126
Estructuras de Exportación para el SME 126
INTRODUCCION 127
Objectivo del Informe 127
Clasificación de Exportaciones 127
Exportación de Manufacturas, por Producto 128
Destino de la Exportación 129
OPORTUNIDADES DE EXPORTACION PARA EL SME 131
Participación Actual 131
Rubros para los que Existen Oportunidades de Exportación 132
PRINCIPALES LIMITACIONES AL INCREMENTO DE EXPORTACIONES POR PARTE DEL SME 133
Limitaciones Externas 133
Limitaciones Internas 135
ESTRUCTURAS DE LA EXPORTACION PARA MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS 140
Enfoque de la Exportación por parte de la Micro-empresa 141
Enfoque de la Exportación por parte de la Pequeña empresa 142
RECOMENDACIONES 144
Políticas de Intercambio Comercial 144
Administración 144
Comercialización 144
Técnicas/Producción 145
Crédito 146
Capacitación 146
Margen de Referencia para Proyectos 147

ANEXO E: LISTA SELECCIONADA DE ASESORES DE MERCADO EN LOS ESTADOS UNIDOS 150

**APENDICE A: LISTA DE ENTREVISTAS** A-1

**APENDICE B: LISTA DE SIGLAS** B-1

**APENDICE C: ENCUESTA DE MICROEMPRESARIOS EN ECUADOR** C-1

**APENDICE D: BIBLIOGRAFIA** D-1

# LISTA DE TABLAS


| Tabla | | Página |
|---|---|---|
| 1 | Distribución de Beneficiarios y No-Beneficiarios según su Género | 11 |
| 2 | Edad de Encuestados, según Situación del Beneficiario y su Géner3 | 13 |
| 3 | Nivel de Educación según Situación del Beneficiario y su Género | 14 |
| 4 | Distribución Geográfica de Entrevistados | 15 |
| 5 | Estado Civil de los Encuestados, según Situación del Beneficiario y su Género | 15 |
| 6 | Jefes de Familia según Situación del Beneficiario y su Género | 16 |
| 7 | Tiempo del Negocio según Situación del Beneficiario y su Género | 18 |
| 8 | Estructura de Posesión, por Género de Propietarios | 19 |
| 9 | Razón para Iniciar el Negocio, según Situación del Beneficiario y su Género | 20 |
| 10 | Ubicación del Negocio, por Género de su Propietario | 21 |
| 11 | Tamaño del Negocio, según Situación del Beneficiario y su Género | 23 |
| 12 | Impacto del Tiempo del Negocio sobre el Monto de Activos | 24 |
| 13 | Comparación del Monto de Activos, por Sector | 24 |
| 14 | Cambios Registrados en Ventas, 1989 a 1990 | 26 |
| 15 | Expansión en el Volumen de Ventas, 1989 a 1990, según Situación del Beneficiario y su Género | 27 |
| 16 | Distribución de Empresas en Términos de Rentabilidad Relativa, según Monto de Activos | 29 |
| 17 | Tasas de Costo/Beneficios Sociales según Tamaño de la Empresa | 33 |
| 18 | Tasas de Costo/Beneficios Sociales según el Monto de Préstamo Relativo | 35 |
| 19 | Número de Empleados, Según Género del Empresario | 36 |
| 20 | Empleo de de Mano de Obra Ajena a la Familia | 39 |
| 21 | Patrones en la Generación de Puestos de Trabajo, por Género | 40 |

| Table | | Page |
|---|---|---|
| 22 | Patrones en la Generación de Puestos de Trabajo, Según Situación del Beneficiario | 40 |
| 23 | Impacto de los Años del Negocio sobre la Tasa de Generación de Empleos | 41 |
| 24 | Percepción de los Encuestados con Respecto a sus Principales Problemas | 50 |
| 25 | Porcentaje de Encuestados que Opinaba que un Rubro Dado constituía un Problema o un Problema Serio | 51 |
| 26 | Principales Necesidades para Ampliar el Negocio | 51 |
| 27 | Cálculo del Monto de Crédito Necesario | 52 |
| 28 | Características Básicas de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa | 57 |
| 29 | Caracaterísticas del Beneficiario según Escala Empresarial | 61 |
| 30 | Exportaciones Según Principales Categorías | 128 |
| 31 | Exportaciones Manufacturadas | 128 |
| 32 | Detalle de Exportaciones Manufacturadas | 129 |
| 33 | Destino de Exportaciones | 130 |

# LISTA DE ILUSTRACIONES


| Ilustración | | Página |
|---|---|---|
| 1 | Composición del SME por Género | 12 |
| 2 | Distribución de Encuestados según Categoría Ocupacional y Género | 17 |
| 3 | Promedio Total de Activos por Empresa | 21 |
| 4 | Gama de Tamaños, según Sector | 22 |
| 5 | Expansión Real en Ventas, según Subsector | 27 |
| 6 | Ventas Anuales Promedio con Relación a Activos | 28 |
| 7 | Ventas Promedio por Empleado | 28 |
| 8 | Promedio de Réditos sobre Activos (RSA) | 30 |
| 9 | Promedio de Ganancias sobre Ventas | 30 |
| 10 | Promedio de Ganancias por Empleado | 31 |
| 11 | Tasas de Costos/Beneficios Sociales, según Tamaño de la Empresa | 33 |
| 12 | Tasas de Costos/Beneficios Sociales, según Subsector | 34 |
| 13 | Tamaño Promedio de Empresa, Número de Empleados | 37 |
| 14 | Promedio Total en la expansión del Número de Empleados por Empresa | 41 |
| 15 | Tasa Anual de Expansión en el Número de Empleados | 42 |
| 16 | Generación Anual de Empleos según Grupo de Activos | 43 |
| 17 | Generación Anual de Empleos, según Grupo de Ganancias | 43 |
| 18 | Costo de la Generación de Empleos | 44 |
| 19 | Sueldos Promedio por Empleado | 47 |

# RESUMEN EJECUTIVO

## PANORAMA GENERAL

El sector de la micro y pequeña empresa en el Ecuador es grande, heterogéneo y dinámico. Existen entre 250.000 y 350.000 empresas de esta índole que operan en zonas urbanas, dando empleo a entre 750.000 y 1'000.000 de personas. Si bien la mayoría de ellas representan actividades económicas no registradas que llevan a cabo participantes del sector informal, un buen número de éllas ha sido registrado y varias se encuentran en diversas etapas de constitución formal.

Lejos de ser un sector insignificante y marginal de la economía, las micro y pequeñas empresas desempeñan una serie de funciones que son clave para el sistema político y económico de la nación. En primer lugar y más importantemente, dan empleo a un número significativo de habitantes urbanos y semi-urbanos -- personas que no pueden ser absorbidas por el sector formal más pequeño. En segundo lugar generan y mantienen dichos puestos de trabajo sin que prácticamente se ocasione un gasto social o económico a la nación - son creados, llevados a la práctica y cancelados sin subsidios, ni costosos programas o servicios especiales. Contrariamente a lo que sucede en muchos sectores de la economía que constituyen causa de permanente egreso para los exigüos recursos nacionales, el SME plantea relativamente pocas demandas sobre el sistema. Tercero, constituye una fuerza estabilizante en el sentido de que los micro y pequeños empresarios tienden a ser más bien conservadores y no persiguen posturas políticas extremistas. Cuarto, sirven de conducto para bienes y servicios menos costosos que se canalizan hacia los menores sectores de ingreso de la economía nacional, compensando el impacto que conlleva la inflación.[1] Finalmente, estas empresas tienen fuertes vinculaciones con los demás elementos de la economía nacional, creando una demanda por bienes y servicios tanto del sector rural como del sector más moderno.

Existe una fuerte tendencia en creer que la pequeña empresa es marginal y que implica ocupaciones que conducen a una vía sin salida. La pequeña empresa se caracteriza por contar con gente que no puede -- debido a su bajo nivel educativo y de destrezas así como a la falta de oportunidades -- encontrar empleo en el sector "moderno". El ingreso se lo percibe en el mejor de los casos como marginal, con un amplio y disfrazado nivel de subempleo y desempleo.

Pero los micro-empresarios parecen tener una perspectiva bastante diferente. La mayoría reportó haber iniciado sus negocios porque los conceptuaron como una manera de mejorar ingresos y ganar independencia; muy pocos reportaron haber iniciado sus negocios porque no podían encontrar trabajo en ninguna otra parte. Lo que es más, la mayoría está satisfecha con sus empresas, no tienen intención de abandonarlas, y ven el futuro con optimismo. La mayoría de los entrevistados considera que están mejor de lo que estarían si trabajasen en un empleo estable a sueldo.

Del mismo modo, la limitada evidencia empírica sugiere que la mayoría no puede mantener el mismo ritmo que la inflación. Las tasas de relación de costos-beneficios sociales que se calculan para

---

[1] Paul Guenette, et.al., *Jamaica Microenterprise Development Project: Technical, Administrative, Economic and Financial Analysis*, (Proyecto de Desarrollo Micro-empresarial en Jamaica: Análisis Técnico, Administrativo, Económico y Financiero) Informe Técnico No. 2 de GEMINI, pp. 46-47.

las empresas son por lo general negativas, o en mejor de los casos neutrales. La mayoría de las empresas tenían índices de disminución en su volumen de ventas real, y la mayoría se daba cuenta de que sus ingresos disminuían concordantemente.

Aunque el crédito y acceso al crédito constituyen los elementos más importantes para el pequeño empresario, los entrevistados en la encuesta consideraban que era importante contar con capacitación y asistencia técnica, y guardaban un concepto muy alto de este apoyo. Sin embargo, no existe evidencia fehaciente en los datos cuantitativos que respalde la conclusión en el sentido de que la capacitación y asistencia técnica mejoran su desempeño. La expansión de ventas, rentabilidad, generación de mayores puestos de trabajo y la relación de costo-beneficio social que se calcula para las empresas no guardaban relación ni con su participación en programas micro-empresariales ni con los niveles de asistencia recibidos. Por otra parte, existe una fuerte evidencia en el sentido de que estar asociado con un programa que va en apoyo del desarrollo micro-empresarial repercute positivamente sobre el optimismo del micro-empresario. Los beneficiarios se mostraron claramente más optimistas respecto al futuro de sus empresas y más comprometidos con la expansión de sus negocios que aquellos quienes no eran beneficiarios de estos servicios.

Las pronunciadas diferencias sectoriales entre micro y pequeña empresa sugieren que existen ciertas compensaciones, ventajas y desventajas entre las varias estrategias y los resultados esperados. Como mínimo, las diferencias entre los tres sectores tradicionales (producción, comercio y servicios) sugieren que el dedicarse a uno u otro tiene sólidas implicaciones para la capacidad que un programa pueda tener para alcanzar a la mujer y a los estratos más pobres de la pirámide micro-empresarial, o para generar ingresos y crear fuentes de trabajo. Las estrategias que se centran sobre empresas orientadas hacia la producción pondrán de relieve los logros en cuanto a puestos de trabajo e ingresos, pero tienden a dejar a la mujer y a otros grupos desaventajados al margen de la gestión. Por una parte, las estrategias que se centran en torno al sector comercial beneficiarán a más mujeres y grupos marginales, pero tendrán menor impacto sobre la generación de empleos e ingresos.

Los sectores de servicios tales como peluquerías y salones de belleza, reparaciones y trabajo artesanal así como comercios (tiendas y *bazares*), puestos de mercado y ambulantes ofrecen las mejores oportunidades de trabajo con los estratos más pobres. Estos son los subsectores que poporcionaron oportunidades de una baja inversión con la que se puede iniciar un pequeño negocio. Si el objetivo es el de ampliar en lo posible las condiciones de empleo y la generación de puestos de trabajo, los programas deberán concretarse a las empresas manufactureras. En esta muestra, las empresas metalmecánicas, de fabricación de productos básicos y madereras no solamente que contrataron a la mayor parte de empleados por empresa, sino que tendían a tener los mayores niveles de expansión en cuanto a empleos así como las tasas anuales más altas en cuanto a creación de puestos de trabajo. Pese a que el promedio en el número de empleados por empresa es más bien baja en las unidades de los subsectores textiles (sastres y costureras) y de productos alimenticios y de servicios, también tienden a experimentar un alto nivel anual en la generación de empleos. Esto se ve contrarrestado por los mayores costos implicados en el establecimiento de empresas exitosas y el correspondiente mayor nivel de inversión por puesto de trabajo generado por estos subsectores.

Los niveles de ventas y rentabilidad tienen patrones variables, y las empresas que tienen los volúmenes de venta más altos no son necesariamente aquellas que tienen los más altos niveles de rentabilidad. Las estrategias de desarrollo que quieren concentrar su gestión en la generación de ingresos también deberán concentrarse en subsectores que hayan generado los más altos réditos sobre activos, ganancias por empleado, o relaciones de beneficio-costo social. Existe una extraordinaria consistencia entre los subsectores con respecto a los siguientes índices:

| | |
|---|---|
| Más Altas Ganancias por Empleado | Almacenes grandes y pequeños, subsectores de productos básicos y alimenticios |
| Relación Positiva de CBS | Subsectores de alimentos, productos básicos y reparaciones |
| Más Alto Rédito sobre Activos | Subsectores de alimentos, productos básicos, reparaciones, peluquerías y salones de belleza |
| Mayor Promedio de Sueldos | Subsectores de productos básicos, alimentos, y artículos de cuero |

## GENERO

Las mujeres conforman más del 50 porciento del sector informal de la pequeña empresa en el país. Se encuentran concentradas en relativamente pocos subsectores de la economía, principalmente textiles y confección de ropa, productos alimenticios, actividades comerciales de pequeña escala (mercados y tiendas), artesanías y salones de belleza. Aunque sus negocios tienden a ser relativamente menos visibles que aquellos pertenecientes a hombres, y a menudo escapan al conteo de censos, la mujer constituye un importante segmento de la población económicamente activa.

Los negocios pertenecientes a mujeres tienden a ser más nuevos y más pequeños que aquellos de sus contrapartes masculinas. Además, tienden a contar con menos trabajadores. A pesar de éllo, las tasas de expansión en cuanto a empleo son comparables a aquellas logradas en empresas pertenecientes a hombres. Las empresas pertenecientes a mujeres también cuentan con volúmenes de ganancia que son, si se toma en cuenta la diferencia de escala de operación, comparables con los logrados por sus contrapartes masculinas. Quizás más importantemente, los negocios pertenecientes a mujeres proporcionan oportunidades de empleo para otras mujeres. Es mucho más probable que una mujer dé empleo a otra mujer que en el caso de un hombre.

La mujer se ve abocada a una serie de limitaciones especiales --muchas tienen que ver con el hecho de deben seguir cuidando de sus quehaceres domésticos así como de sus hijos además de desempeñar sus funciones comerciales. Muchos negocios pertenecientes a mujeres se encuentran ubicados en sus casas, un reflejo directo de la necesidad de combinar quehaceres domésticos con actividades económicas, lo que repercute sobre el tamaño del negocio.

La mujer corre el riesgo de ser marginada del proceso de desarrollo. Ninguno de los programas institucionales incluídos en el estudio atendía al sector comercial de poca monta, que es dominado por negocios pertenecientes a mujeres y que da oportunidades de empleo que son importantes para otras mujeres. La mujer tiene menos acceso a los recursos que el hombre. Los montos promedio de préstamo eran considerablemente menores para mujeres, en relación con el tamaño de sus negocio, si se los compara con los concedidos a hombres. La mujer había recibido menos capacitación y asistencia técnica que los hombres.

Los programas que van en mayor beneficio de la mujer son aquellos que cobran tasas de interés positivas reales sobre préstamos, se concentran en pequeños préstamos, proporcionan préstamos a

agrupaciones, se concentran en actividades comerciales y productivas que verdaderamente son de pequeña escala, y cuentan con programas de alcance que son capaces de identificar y atender las necesidades de negocios albergados en las casas donde residen sus propietarios.

## MERCADOS LOCALES

Los micro y pequeños empresarios del Ecuador tienden a producir y proporcionar bienes y servicios de baja calidad y bajo costo para consumo por parte de los segmentos más bajos y de nivel medio de la población. Las más importantes excepciones a este punto son las empresas artesanales y los servicios de reparación.

Los consumidores independientes son la principal fuente de clientes para los bienes y servicios generados por el SME, con las ventas a mayoristas y comerciantes al detal constituyendo un mercado secundario y limitado. Muy pocas de las empresas encuestadas hacía negocios con entidades gubernamentales, instituciones o tenía contratos de producción con grandes fabricantes.

El contínuo deterioro de la economía Ecuatoriana tiene un efecto depresivo sobre este mercado. A medida que disminuyen los ingresos reales, el ingreso disponible surte menos efecto, especialmente entre la clase inferior y media. Es este ingreso deteriorado el que genera la demanda para la mayor parte de los bienes y servicios producidos por el SME. Existe evidencia substancial de que en el mercado hay una disminución de la demanda. La mayoría de los encuestados había experimentado un crecimiento real negativo en ventas durante el período comprendido entre 1989 y 1990, menores tasas de relación de ganancias, especialmente para empresas más grandes que conllevan el significado de constreñimiento de mercados.

Por lo general los micro y pequeños empresarios del Ecuador albergan optimismo con respecto a la capacidad del mercado interno para absorber su producción. Casi todos los encuestados opinaba que la capacidad de producción y no en realidad los mercados limitaban sus ventas, expresando que no tenían problemas para vender todo lo que producían y que podrían vender más si pudieran producir más. Del mismo modo, la mayoría de los encuestados percibieron un alto nivel de competencia -- principalmente por parte de otras firmas pequeñas -- y evidencia empírica con que se cuenta apunta hacia la saturación de mercados para una serie de industrias clave.

Los mercados internos parecen tener capacidad limitada para absorber más actividades generada por la pequeña empresa -- ya sea a través de la creación de nuevos negocios o la ampliación de los ya existentes. Hay necesidad de introducir mejoras generales a la economía a fin de incrementar el poder adquisitivo del mercado primario para bienes y servicios producidos por el SME. Las estrategias de desarrollo que incentivan la creación de nuevos negocios probablemente están mal guiadas. Otras opciones - tales como ayudar a que los empresarios mejoren la calidad de sus productos alcancen beneficios de diferenciación productiva y segmentación de mercados - parecerían ofrecer las mejores oportunidades para mejorar el nivel de ingresos y rentabilidad entre estas pequeñas empresas.

## MERCADOS DE EXPORTACION

La estimulación de oportunidades de exportación para micro y pequeños empresarios es una manera de ampliar la demanda de mercado para sus productos. Del mismo modo, actividades de exportación que encuentren éxito incrementarían el ingreso de divisas al país y contribuirían a la recuperación general de la economía.

Muy pocos son los micro y pequeños empresarios que se dedican a actividades de comercialización para la exportación. Unicamente el 3.8 de los encuestados tenía líneas de producción destinadas a la exportación, ya sea directamente o a través de firmas expotadoras. Dichas firmas tienden a concentrarse en relativamente pocos subsectores, y se encuentran ubicadas en las ciudades principales.

Las oportunidades para exportar que les asisten a las micro y pequeñas empresas se limitan a las firmas que están ubicadas en el llamado sector "productivo"; es poco probable que las empresas comerciales y de servicios estén en capacidad de participar en actividades de exportación. Aunque existen tantas como 60 ó 84 mil pequeñas empresas en este sector "productivo", el número de aquellas que estén en capacidad de generar un producto de exportación es mucho más limitado.

Los productos que estarían en posibilidad de favorecer más a la participación de la pequeña empresa son los de metalmecánica, sombreros de paja toquilla, productos alimenticios, madera y madera procesada, confección de canastos, productos textiles, artículos de cuero, artesanías, y bienes industriales para artesanía (tales como cuero, artículos textiles y tallas de madera). La alta demanda que existe para madera y productos de madera en el Japón, los Estados Unidos y Europa también indica un posible mercado para un sector que se caracteriza por operaciones a baja escala.

La micro y pequeña empresa confronta importantes limitaciones tanto internas como externas parapoder participar en los mercados de exportación. Las principales limitaciones de carácter externo surgen a causa de políticas tradicionales del GDE con respecto a la substitución de importaciones, que incluyen:

- Bajos aranceles sobre la importación de materia prima y bienes de capital para las industrias potegidas y altos aranceles de importación así como otros cargos para productos acabados que compiten con los de la industria protegida;

- Controles de importación que van desde depósitos por adelantado hasta prohibiciones sobre importaciones;

- Tipos de cambio desfavorables para los exportadores (En Agosto de 1990 los exportadores recibían alrededor de un 12 porciento menos con respecto al tipo de cambio oficial de lo que hubieran obtenido en el mercado libre), y tipos de cambio favorables para los importadores. La industria protegida constituye el principal importador autorizado y por lo tanto el principal beneficiario en términos de adquirir dólares "baratos" generados por las exportaciones que han sido propiciadas por otros sectores de la economía; y

- Trámites de importación y exportación que son confusos, requieren tiempo y resultan costosos. Las grandes industrias (protegidas) tienen el material y los recursos humanos para poder sufragar todo esto, pero la micro y pequeña empresa no los tienen.

Como resultado de estas políticas, los micro y pequeños productores se ven abocados a una serie de problemas que incluyen: baja calidad, alto costo y escaséz de insumos; réditos inadecuados debido a distorsiones en el tipo de cambio; calidad inadecuada; dificultades para la entrega; inestabilidad en la fijación de precios y sobrevaloración de sus bienes en los mercados internacionales.

Otras limitantes a la participación del pequeño productor en los mercados de exportación tienen que ver con una falta generalizada de financiamiento y crédito, tecnologías de producción inadecuadas (que traen como resultado bajos volúmenes de producción y baja calidad de los productos), limitada capacidad gerencial, y falta de acceso a contactos e información de mercados (lo cual dificulta que los pequeños productores generen productos que encuentren aceptación en los mercados de exportación y luego desarrollar los contactos y contratos para comerciar el producto).

Hay necesidad de tomar varias medidas tendientes a mejorar el potencial de exportación para bienes producidos por el SME. Primero, los controles de exportación (con sus procedimientos complicados y altamente costosos), constreñimientos relativos a costo y calidad de la materia prima e intermedia, y prejuicios en contra de la exportación (tipos de cambio, aranceles) que deben reducirse a niveles para los que la oportunidad de costos constituya una motivación más no un desincentivo para micro y pequeños empresarios que se dediquen a la exportación. Segundo, hay necesidad de que los esfuerzos de asistencia se centren sobre el desarrollo de contactos comerciales y en el mejoramiento de los diseños de productos de manera que se apeguen más a los gustos y demanda de los mercados existentes. Tercero, los productores pequeños requieren de ayuda en las técnicas de producción, tanto para mejorar la calidad como para incrementar la producción. Cuarto, fuentes regulares y confiables de financiamiento deben desarrollarse. Finalmente, deben explorarse y promoverse canales comerciales alternos.

# CAPITULO UNO

# PERFIL DESCRIPTIVO DEL SECTOR DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

por

**John H. Magill**
Senior Associate
Development Alternatives, Inc.

## INTRODUCCION

El propósito de este capítulo es el de explorar las implicaciones estratégicas y programáticas de características y dinámicas clave para el sector de la micro y pequeña empresa en el Ecuador. Se administró una encuesta a 582 pequeños empresarios como parte del estudio que sirve como recurso primordial para este análisis. Información adicional -proveniente de otras encuestas y estudios tanto del Ecuador como de otros países - se utiliza para proporcionar una base conceptual para el análisis que dé substancia a las impresiones recibidas.

### Antecedentes y Tendencias Demográficas

La población del Ecuador para 1990 se calcula entre 10.7 y 10.8 millones.[1] El crecimiento poblacional anual promedió en alrededor del 2.9 porciento durante la década de 1980, disminuyendo consistentemente de una cúspide de 2.93 porciento en 1980 a un cálculo del 2.83 porciento para 1988.[2] Las mujeres conforman el 49.7 porciento de la población.

La sociedad se está tornando cada vez más urbanizada. Entre 1974 y 1983, las fechas de los dos censos más recientes, el porcentaje de la población clasificada como "urbana" aumentó del 41 al 49.2 porciento. Los cálculos corespondientes a 1988 colocan a la población urbana en un 54 porciento del total,[3] donde las ciudades intermedias y más pequeñas experimentan aceleradas tasas de crecimiento con respecto a las tres ciudades principales durante los últimos años. Esta expansión en la población urbana

---

[1] En base a *Estimaciones y Proyecciones de Población, 1980-2000*, CONADE, INEC, CELADE. See Cuadros B1 and C1.

[2] Banco Central, *Boletín Anuario*, No. 11, p. 198.

[3] *Ibid.*, pp. 198-201.

ha sido el resultado principalemente de la emigración interna desde las zonas rurales hacia las zonas urbanas.

Para 1987, existían 6.5 millones de personas en edad económicamente activa[4] en el país, de las cuales alrededor de 3.34 millones (o el 51 porciento) se calculaba debían estar económicamente activas. Se contaba con 95.000 nuevas incorporaciones a la población económicamente activa (PEA) cada año.[5] Aproximadamente la mitad de la población económicamente activa (1.67 millones, o 49.9 porciento) estaba ubicada en zonas urbanas, mientras que el 82 porciento de nuevos ingresos a la PEA global entre 1982 y 1987 pasaban a engrosar las zonas urbanas. Las mujeres comprendían el 30.1 porciento de la población económicamente activa.

**Micro y Pequeñas Empresas: Una Definición Preliminar**

Abundan definiciones de lo que constituye una "micro" o "pequeña" empresa, la mayoría de las cuales han sido desarrolladas por instituciones que se encuentran laborando con micro-empresarios a fin de fijar criterios de elegibilidad. Un seminario realizado por las Naciones Unidas/ECLA en 1988 definió a la microempresa como compañías que contaban con menos de 10 empleados, la descripción de pequeña empresa corresponde a aquellas que cuentan entre 10 y 49 empleados, y medianas entre 50 y 100.[6] Sin embargo, bajo esta definición caben la mayor parte de las empresas del Ecuador.

Entre las definiciones utilizadas por las varias instituciones del Ecuador se encuentran:[7]

- CONAUPE (Ministerio de Bienestar Social) - no más de 8 empleados, con activos que correspondían a no más de 50 salarios mínimos vitales por trabajador; es decir entre $1.860 y $14.883.

- UNEPROM (Ministerio de Trabajo) - no más de 10 trabajadores con una tasa de ganancia baja (no especificada y bienes fijos que no correspondan a más de 100 salarios mínimos ($3.720).

---

[4] Que se define en 12 años o más.

[5] ILDIS, *Estadísticas del Ecuador*, Cuadros VII-7 and VII-8. Véase también, Banco Central del Ecuador, *Boletín Anuario del Banco Central*, No. 11, 1988, pp. 216-220.

[6] Salvador Cazar C., "Políticas para el Desarrollo de la Microempresa en el Sector Artesanal y Microempresarial," *Programas de Micro y Pequeña Empresa en el Ecuador*, p. 21.

[7] Al momento de realizase este estudio, el salario mínimo en el Ecuador correspondía a S/.32.000 mensuales. El tipo de cambio variaba cotidianamente, bajando de un pico de S/.908 to por dólar a principios del estudio hasta $/.840 por dólar casi para mediados del mismo antes de volver a subir a S/.865 por dólar para cuando el estudio concluyó. Para efectos de este capítulo hemos utilizado una tipo de cambio de S/.860 por dólar de los Estados Unidos, lo que significa un salario mínimo mensual de alrededor de $37.20.

- FOPINAR — bienes fijos de no más de $11.626.
- Fundación Banco Popular — ventas mensuales por montos comprendidos entre $346 y $5.812, con bienes fijos menores a los $11.626; el negocio debe tener por lo menos 8 meses de establecido.
- Fundación Eugenio Espejo (FEE) — bienes fijos de menos de $1.162.
- CEPESIU — tasa de relación trabajo/capital de máximo 50 salarios mínimos, o $1.860 por trabajador.
- El Ministerio de la Pequeña Industria y Artesanías - empresas que empleen a una o dos personas, y que posean activos inferiores a los $3.720.[8]

Aunque las definiciones específicas varían, existe un acuerdo general en el sentido de que las micro-empreas son pequeñas entidades que cuentan con relativamente pocos empleados, bajos niveles de inversión de capital y bajos volúmenes de ventas mensuales. Aún cuando la cuestión de informalidad no surgió para ninguna de las anteriores definiciones, para muchos autores e instituciones del Ecuador, el sector micro-empresarial es considerado como sinónimo del sector informal urbano. Por lo tanto, el Instituto de Investigaciones Socio-Económicas y Tecnológicas (INSOTEC) se refiere a la micro-empresa en términos del sector informal urbano (SIU), Cazar se refiere a la ausencia de relaciones con el estado para esquivar al sistema tributario,[9] y la mayor parte de otros autores presume que las micro-empresas no están legalmente constituídas y registradas.

Aunque estas definiciones pudieran también servir para clasificar a los aspirantes a servicios programáticos, revelan muy poco respecto a la dinámica empresarial en sí. Varios autores y programas han tratado de incluir el comportamiento característico de las empresas como elementos adicionales de la definición. Por lo tanto, la pequeña empresa también ha sido caracterizada así:[10]

- Pertenecientes a un solo dueño o con pequeñas participaciones;
- Productora de bienes y servicios;
- Hace uso de mano de obra intensiva (en lugar de capital) como el factor primordial de producción;
- Utiliza tecnologías tradicionales;
- Tiene limitada escala de producción;

---

[8] Cazar, *op.cit.*, p. 21.

[9] Cazar, *op.cit.*, p. 20.

[10] Cazar, *op.cit.*, pp 21-22.

y además:

- Tiene poca división de trabajo;
- Limitadas posibilidades de expansión;
- Acceso mínimo o ninguno al crédito formal;
- Poco capital y respaldo financiero;
- Baja retención de ganancias; y
- Bajos sueldos y reparto de utilidades.

El problema con las definiciones formales es el de que ninguna de éllas dimensiona un absoluto y aunque las correlaciones internas entre sí puedan ser altas, las diversas medidas rendirán frecuentemente diferentes estratificaciones. Lo que es más, tienden a pasar por alto características clave de comportamiento que conllevan importantes implicaciones políticas y programáticas. El propósito primordial de este capítulo es el de explorar y presentar un perfil para la pequeña empresa que resulte más útil en la planificación y ejecución de gestiones de apoyo.

## Panorama General del Sector de la Pequeña Empresa

### Magnitud del Sector

Recientemente en 1988 la agencia gubernamental responsable del registro y supervisión de empresas, la Superintendencia de Compañías, reportó que existían un total de 14.747 compañías registradas en el país.[11] Estas firmas registradas son más bien pequeñas, promediando en únicamente alrededor de 15.4 trabajadores por compañía, dando empleo a un total de 227.000 personas.

Aunque no se cuenta con un censo exacto de las empresas pequeñas e informales, los cálculos en cuanto a su número, incluyendo a personas auto-empleadas y pequeñas firmas, varía de 250.000 a 350.000 compañías independientes. El SME representa parte importante de la actividad económica del país.

Dadas las múltiples definiciones que existen para la pequeña empresa, no es de sorprender que se encuentre cálculos que varían considerablemente en cuanto al tamaño de los sectores micro-empresariales. Los datos basados en estudios realizados por CELADE, CONADE e INEC calculan que la magnitud del sector informal corresponde al 42 porciento de la población urbana económicamente activa, o alrededor

---

[11] Superintendencia de Compañías, *Estadísticas: 1988*, Cuadro No. 17. Estas estadísticas abarcan a empresas privadas y mixtas debidamente constituídas y sucursales de oficinas extranjeras, pero no incluye a dependencias gubernamentales ni a importantes instituciones de servicio tales como bancos y compañías de seguros.

de 674.000 personas.[12] El Ministerio de Bienestar Social considera que el sector incluye a alrededor de 715.000 personas, incluyendo a quienes se han auto-empleado, propietarios de empresas pequeñas, trabajadores familiares (remunerados o no) trabajadores remunerados, y aprendices.[13] El Ministerio de Trabajo calcula que alrededor de 860.000 personas que representan el 39 porciento de la población urbana económicamente activa se dedica al sector urbano informal.[14] Otros cálculos sobre el número de personas involucradas en micro-empresas varía desde 650.000 hasta 1'000.000.

Los cálculos formales relativos a actividades de la pequeña empresa tradicionalmente subestiman la magnitud, alcance y dinámica del sector. Por ejemplo, las empresas pertenecientes a mujeres que tienen su base en el hogar son sistemáticamente subestimadas tanto en censos de vivienda como en encuestas empresariales. Como otro ejemplo, en Bolivia, una encuesta intensiva de puerta a puerta para la micro-empresa en una zona atendida por un proyecto micro-empresarial tenía un vacío de solo el 10 porciento con respecto a participantes conocidos por el proyecto.[15] Existe importante evidencia respecto a un subconteo similar que tiene lugar en el Ecuador.

Sin que importe la exactitud de los cálculos independientes, el número de personas involucradas en el sector de la micro y pequeña empresa es muy grande, y representa un importante segmento de la población. Parece ser que existen entre 250.000 y 350.000 micro y pequeñas empresas que operan en el país. Estas se encuentran proporcionando oportunidades de empleo a entre 750.000 y 1'000.000 de personas, o un promedio de 2.5 a 4.0 empleados por establecimiento.

**Ubicación**

Las pequeñas empresas son fenómenos principalmente urbanos. Más del 65 porciento de la PEA en zonas rurales se dedica a la agricultura, forestación, caza y pesca. Otro 12 porciento se dedica a prestar servicios comunales, sociales o personales. Aunque no se dispone de estadísticas de acuerdo al tamaño de las empresas, menos de 220.000 personas (13 porciento del total) se dedican a actividades que podrían clasificar como pequeñas empresas.[16] Por contraste, entre 750.000 y 1'000.000 de personas (que representan entre el 39 y 53 porciento de la población urbana económicamente activa) participa en la pequeña empresa de las zonas urbanas.

---

[12] Luis E. Orellana, *La Empresa Popular Ecuatoriana*, p. 208.

[13] Raúl Baca Carbo, *"Plan Nacional y Masivo de Apoyo a las Unidades Populares Económicas," Programas de Micro y Pequeña Empresa en el Ecuador*, p. 13.

[14] René Calderón, "Rol de la micro y pequeña empresa en la generación de empleo," en *Programas de Micro y Pequeña Empresa en el Ecuador*, pp. 38-39.

[15] Tales revelaciones son comunes e ilustran la tendencia a subestimar la magnitud general del sector micro-empresarial.

[16] Banco Central del Ecuador, *Boletín Anuario del Banco Central*, No. 11, p. 216.

De las empresas comprendidas en el sector informal urbano, casi la mitad (47.9 porciento) del número calculado se encuentran aglutinadas en las dos ciudades principales - Quito y Guayaquil - y el 4.3 porciento en Cuenca, la tercera ciudad más grande del país. Otro 18.7 porciento se encuentra ubicado en ciudades secundarias, y el 29.1 porciento en poblaciones más pequeñas.[17]

El SME constituye un importante proveedor de empleo para las zonas urbanas, especialmente en ciudades secundarias. Tanto como el 44 porciento de las personas económicamente activas se encuentran empleadas en micro-empresas que funcionan en ciudades secundarias y poblaciones más pequeñas, en comparación con 35.5 porciento acumulado en las tres ciudades más grandes.[18]

**Composición de la Mano de Obra**

Una de las carcterísticas más salientes de la pequeña empresa es la de que sus propietarios constituyen una parte importante de la fuerza laboral. De acuerdo a proyecciones que se basan en la Encuesta Nacional de la Vivienda para 1988, más de la mitad (53 porciento) del sector está conformado por personas que se auto-emplean, mientras que otro 13 porciento son propietarios de empresas que dan trabajo a otros. Los miembros de familia remunerados o no remunerados comprenden el 8.9 porciento del total, mientras que el 25 porciento consiste de trabajadores ajenos a la familia y que perciben un sueldo.[19]

**Sectores de la Economía**

Se acostumbra clasificar a la pequeña empresa en tres categorías: comercio, producción y servicios. La contrucción y el transporte se incluyen a veces como categorías separadas. De acuerdo al Ministerio de Bienestar Social, las personas involucradas en actividades del sector informal del Ecuador se dedican especialmente al comercio (49.1 porciento). Otro 23.6 porciento se dedica a la producción, 16.8 porciento a servicios y 9.3 porciento a la construcción.[20]

Aunque en concepto esta clasificación es reconfortante, disfraza por lo menos dos características clave del SME. Primero, las categorías no son mutuamente exclusivas: la mayoría de los productores también vende sus productos, colocándolos por igual en el plano de comerciantes; muchas firmas productoras, tales como las de metalmecánica también reparan cosas, lo que sería suficiente para colocarlos también en el sector de servicios; pequeños comerciantes que mantienen tiendas también

---

[17] René Calderón, "Rol de la Micro y Pequeña Empresa en la Generación de Empleo," *Programas de Micro y Pequeña Empresa en el Ecuador*, p. 38.

[18] Calderón, *op.cit.*, p. 36.

[19] Calderón, *op.cit.*, p. 40. Como se discutirá más adelante, esta distribución difiere de la muestra realizada en el estudio, que arrojó un promedio superior a dos trabajadores (familiares o no) por cada propietario.

[20] Baca Carbo, *op.cit.*, p. 13.

diseñan y fabrican parte de los artículos que venden (especialmente artesanías); y algunas firmas que fabrican y venden sus propios productos también pueden estar vendiendo los artículos producidos por otros. Segundo, empresarios que verdaderamente operan a pequeña escala se involucran en una serie de actividades diversas - algunas veces abarcan manufactura, trabajo con otros, venta de mercadería en los mercados o puestos ambulantes - especialmente si es que el negocio es temporal y le deja tiempo libre. Los grupos de ingresos marginales se dedican frecuentemente a varias actividades que les genera ingresos.

Aunque las categorías no so puras, existe una diferencia fundamental entre quienes se dedican principalmente a la manufactura de bienes, aquellos que principalmente se dedican a la venta de productos producidos por otros, y quienes proporcionan mano de obra como servicio. El clasificar a los encuestados según categorías que mejor describirían su actividad primordial puede resultar útil para comprender diferencias clave, incluyendo diferencias en cuanto a sus necesidades, siempre y cuando las instituciones de apoyo al SME no pierdan de vista el hecho de que las personas independientemente podrían no caber perfectamente dentro de ninguna de las categorías.

**Características Salientes de la Micro y Pequeña Escala**

Por lo general, la micro-empresa en el Ecuador es considerada como una operación marginal y precaria que proporciona un poco más de lo básico para que su propietario y trabajadores subsistan. Externamente no están registradas legalmente y evaden impuestos. Internamente, tienen un estilo primitivo de organización, trabajo confuso y no jerarquizado, bajos requisitos de destrezas y conocimientos, un mínimo de inversión de capital, un objetivo primario y la utilización de ingresos con una estrategia dirigida hacia la supervivencia.[21]

De acuerdo con el Ministerio de Bienestar Social y Trabajo, el SME se caracteriza por un bajo ingreso, insuficiente acumulación de capital, escasa capacidad de ahorro e inversión, tecnología inadecuada, baja productividad y un rédito laboral también bajo.[22] Reportadamente, los salarios del sector informal promedian en un 33 porciento por debajo de los pagados en el sector "moderno": si bien el 43 porciento de los trabajadores del sector moderno perciben sueldos que corresponden a dos veces más los salarios mínimos, únicamente el 19 porciento de los empleados del sector informal percibe salarios similares.[23] Para el Ministerio de Industrias, las MEs se caracterizan por condiciones extremadamente precarias, una base financiera y económica débil, desorganización, ineficiencia, baja productividad e ingresos que están por debajo de los mínimos tolerables.[24]

---

[21]Cazar, *op.cit.*, p. 20.

[22]Baca Carbo, *op.cit.*, p.14.

[23]Calderón, *op.cit.*, p. 37.

[24]Cazar, *op.cit.*, p. 20.

La investigación llevada a cabo por INSOTEC[25] ha llegado a la conclusión general que el SME adolece de:

- Bajos ingresos, bajos niveles salariales, y bajos niveles de vida;
- Dificultades para ingresar a los mercados;
- Poca capacitación y capacidad gerencial;
- Mano de obra poco calificada;
- Expansión inconexa;
- Recursos de capital limitados y poco acceso al crédito;
- Bajo rendimiento del capital;
- Poco capital en equipos;
- Bajo nivel de eficiencia;
- Baja productividad;
- Baja calidad de producción;
- Mercados limitados;
- Falta de competitividad para con productos generados por la empresa mediana y grande; y
- Cada vez menores ingresos netos.

## RECIENTES ESTUDIOS SOBRE EL SECTOR DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA EN EL ECUADOR

Numerosos estudios del SME han sido llevados a cabo en el Ecuador durante los últimos años.

A fines de 1989 y principios de 1990, USAID/Ecuador auspició una evaluación del impacto causado por una parte del proyecto micro-empresarial que estaba siendo administrado por CARE. Este estudio examinó los programas de cinco fundaciones auspiciadas por la Fundación Carvajal y dos que se encontraban recibiendo ayuda de parte de Acción Internacional/AITEC. El evaluador condujo un estudio

---

[25]Fidel Durán, p. 68.

de 447 pequeñas empresas que fueron beneficiarias de los varios programas, y de 15 no-beneficiarios que constituían una muestra de control.[26] Para efectos de este informe, a dicho estudio se le denomina el Estudio Valinmer.

Además en 1990 USAID/Ecuador contrató un estudio de otros elementos importantes de su proyecto micro-empresarial - una serie de fundaciones que estaban utilizando fondos de préstamo otorgados por UNEPROM, un programa de la pequeña empresa auspiciada por el Ministerio de Trabajo. Este estudio examinó nueve fundaciones y organizaciones no-gubernamentales que se encontraban trabajando con UNEPROM. El evaluador diseñó y administró una encuesta que comprendía a 807 pequeños empresarios, conformada por 673 beneficiarios y 134 no-beneficiarios.[27] Para efectos de este informe, dicho estudio se denomina la encuesta CEDATOS.

INSOTEC ha conducido un gran número de estudios generales y por subsector sobre el SME durante el transcurso de los últimos cinco años. Entre los más importantes se encuentra un estudio reciente del medio económico, social y político.[28] una serie de estudios sobre los sectores de la metalmecánica, alimentos, madera, plásticos, químicos y textiles; y estudios regionales sobre las provincias de Chimborazo y Tungurahua y de varias ciudades secundarias de la costa.

Tonia Papke condujo un estudio de instituciones intermediarias involucradas en la ejecución del Proyecto de Desarrollo de la Pequeña Empresa, llevado adelante por USAID/Ecuador. Este estudio no individualizó a ninguna pequeña empresa, pero sí identificó numerosos problemas que confrontaban las instituciones intermediarias al tratar de manejar a sus clientes.

Finalmente, USAID/Ecuador auspició dos seminarios sobre micro-empresas en 1989 que conjugaron la participación de agencias del Gobierno del Ecuador y de organizaciones no-gubernamentales. Los documento presentados para estos seminarios fueron publicados por INSOTEC más adelante en ese año.[29]

---

[26]Patricio Valdéz, *Proyecto de Evaluación del Impacto del Programa de Desarrollo de la Pequeña Empresa*, 1990.

[27]Arelis Gómez Alfonso, *Informe de Evaluación de Impacto Programa USAID/MTRW.*

[28]Fernando Fernández, *Condiciones de Entorno de las Pequeñas Empresas en el Ecuador.* Quito: INSOTEC, 1990.

[29]Instituto de Investigaciones Socio-Económicas y Tecnológicas (INSOTEC). *Programas de Micro y Pequeña Empresa en el Ecuador.* Quito: INSOTEC, 1989.

## PERFIL ESTADISTICO DE UNA MUESTRA DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS EN EL ECUADOR

### Datos Demográficos de la Muestra Incluída en la Encuesta

Como parte de este estudio se administró un cuestionario a 582[30] micro y pequeños empresarios del Ecuador durante los meses de Julio y Agosto de 1990. Esta muestra representa un sector específico del SME - empresarios quienes han elegido participar en programas de apoyo formal y gente que era relativamente similar a éllos. No es una representación del SME como tal; importantes subsectores (en particular los vendedores en puestos de mercado y ambulantes, así como empresas rurales artesanales) están escasamente representados o ausentes totalmente. En general la parte micro-empresarial de la muestra se inclinó un poco hacia el extremo más grande del espectro de micro-empresas que existen en el país.

Una descripción detallada de la metodología de la encuesta consta en el Anexo A, y una copia del cuestionario en el Anexo B.

### Beneficiarios y Grupo de Control

La muestra de la encuesta incluyó a 430 "beneficiarios" y 152 mientros del grupo de "control". Se definió a los beneficiarios como personas quienes habían recibido apoyo - crédito, capacitación o asistencia técnica - de parte de un programa institucional formal de apoyo a la micro y pequeña empresa. Esto incluyó a programas de organizaciones no-gubernamentales (NGOs) apoyadas por USAID/Ecuador y proyectos de otros donatarios internacionales, fundaciones privadas, bancos privados y el Banco Nacional de Fomento.[31] La muestra de beneficiarios se obtuvo al azar de listas de clientes proporcionados por las varias instituciones.

La muestra de control se obtuvo de nombres sugeridos por los mismos beneficiarios. Cada beneficiario que se entrevistaba proporcionaba los nombres de otros micro-empresarios dentro de la zona inmediata que les era familiar, siempre y cuando no hayan recibido ayuda de proyectos externos. En algunos casos el grupo de "control" había recibido en realidad asistencia y pasó a formar parte de la muestra de "beneficiarios". Cierto grupo de beneficiarios (111 entrevistads) que fueron nombrados como clientes activos por una de las instituciones de apoyo no había recibido beneficio alguno - ni capacitación, ni asistencia técnica ni crédito - de ningún programa en absoluto. En la mayor parte de los análisis, este grupo fue tratado como una categoría separada.

---

[30]La muestra original contenía 625 respuestas. Al revisar las características de los 43 entrevistados quienes habían sido calsificados como "rurales" llegamos a la decisión de excluirlas de la muestra final ya que se dedicaban más bien a la cría de animales más no a pequeñas agroindustrias.

[31] Detalladas descripciones de ambos programas donatarios y de las instituciones locales que apoyan al SME constan en otros informes que forman parte de esta serie.

Como se había discutido en las secciones independientes que se presentan a continuación, las características socio-demográficas básicas - género, distribución, estado civil y nivel de eduación - de los dos grupos era muy consistente, siendo un indicio de que en realidad el grupo de control era un buen reflejo del grupo de beneficiarios.

**Distribución por Género Masculino y Femenino**

De los 582 encuestados, 380 (65.3 porciento eran hombres y 202 (34.7 porciento) mujeres. Este patrón se encontró consistentemente en los dos grupos, de beneficiarios y no beneficiarios (véase la Tabla 1), que indica que el grupo no-beneficiario de la muestra constituía un grupo adecuado de control en base a los factores de género.

La proporción de mujeres dentro de la muestra está un poco por debajo de los cálculos que se basan en la encuesta de hogares de 1989, para la que se hizo una proyección en el sentido de que 39 porciento de los empresarios del sector informal eran mujeres.[32] Esta cifra se encuentra considerablemente por debajo de los cálculos hechos por personas que estudian la función de la mujer en el desarrollo. Como se ha puntualizado en el Capítulo Dos de este informe, se ha producido un importante subconteo de las mujeres empresarias en encuestas que son típicamente empresariales, con el resultado de que de parte de fuentes que se especializan en la función de la mujer en el desarrollo Ecuatoriano estiman que la participación femenina en el sector es tan alta como el 50 porciento.

TABLA 1

DISTRIBUCION DE BENEFICIARIOS Y NO-BENEFICIARIOS SEGUN SU GENERO

| | GENERO | | |
|---|---|---|---|
| SITUACION BENEFIC. | Masculino | Femenino | TOTALES |
| Si | 279<br>64.9% | 151<br>35.1% | 430<br>100.0% |
| No | 101<br>66.4% | 51<br>33.6% | 152<br>100.0% |
| TOTALES | 380<br>65.3% | 202<br>34.7% | 582<br>100.0% |

[32]Baca Carbo, *op. cit.*, p. 14.

La proporción de la mujer en la muestra también es más baja que en muestras de estudios y cálculos recientes proporcionados por otras fuentes (véase Ilutración 1).[33] La evaluación Valinmer auspiciada por CARE contenía porcentajes ligeramente más altos para la participación femenina (37.6 porciento). La encuesta CEDATOS aplicada a 653 MEs para la evaluación de UNEPROM llevada a cabo en 1990, encontró una proporción mucho más alta de beneficiarias mujeres (54 porciento), lo que condujo a que Gómez llegue a la conclusión de que el programa había tenido un significativo éxito para incluir la participación de micro-empresarias.[34] Estas cifras estimativas más altas pueden deberse al hecho de que los programas auspiciados por AID tienden a enfatizar mucho la atención a la mujer (debido a omisión -WID) que los programas independientes y los auspiciados por otros donatarios.[35] Los datos recopilados por Fraser y Gómez para el actual diagnóstico del sector[36] revelaron que una proporción relativamente alta de mujeres (que variaba del 35 al 63) que constaba entre los beneficiarios enumerados. Si bien los programas auspiciados por USAID parecen estar dirigidos hacia sectores de la economía donde la participación de la mujer es bastante representativa, la actual muestra de la encuesta indica una distribución más afin con la población en general.

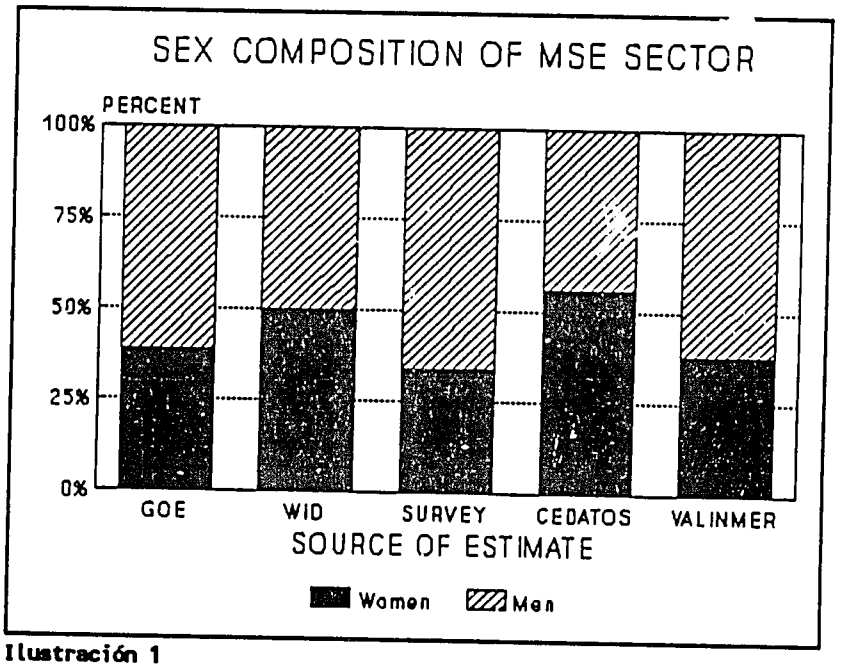

Ilustración 1

[33] Ni Orellana ni los demás participantes en dos seminarios auspiciados por USAID/Ecuador e INSOTEC en 1989 proporcionaron información segmentada de acuerdo al género de los empresarios.

[34] Gómez Alfonso, *op. cit.*, p. 9.

[35] La actual encuesta incluyó a NGOs y fundaciones que no recibieron el auspicio de USAID, mientras que las encuestas CEDATOS y Valinmer abarcaban únicamente los programas auspiciados por USAID.

[36] Véase Peter Fraser, Arelis Gomez y Miguel Rivarola, Capítulos Dos y Tres que forman parte del informe independiente sobre antecedentes, *Las Instituciones y el Sector de la Micro y Pequeña Empresa en el Ecuador.*

**Edad**

Los micro-empresarios incluídos en la encuesta para el estudio eran relativamente jóvenes (véase Tabla 2 más adelante). Cuarenta y seis porciento tenía 35 años o menos, y 71.1 porciento tenía 41 años o menos. Unicamente un 9.0 porciento sobrepasaba de los 50.

Había una ligera superioridad en el número de hombres para los grupos más jóvenes y más maduros: 49.2 porciento de los hombres tenían 35 o menos, comparado con 42.3 porciento entre las mujeres;, y 9.9 porciento de los hombres sobrepasaban de los 50 años, en comparación con 7.5 porciento entre las mujeres. La mitad de las mujeres entrevistadas fluctuaban entre 36 y 50 años edad, comparado con únicamente el 41 porciento de los hombres. Sin embargo, las diferencias no eran estadísticamente importantes. Similarmente, existía muy poca diferencia de edad entre los encuestados beneficiarios y no beneficiarios: ligeramente más no-beneficiarios correspondían al grupo "Menor de 28" y "Mayor de 50", pero las diferencias no eran estadísticamente importantes.

TABLA 2

EDAD DE ENTREVISTADOS, SEGUN SITUACION DEL BENEFIFICIARIO Y SU GENERO

| | SITUACION BENEFICIARIO | | GENERO | | |
|---|---|---|---|---|---|
| GRUPO POR EDAD | SI | NO | Masculino | Femenino | TOTALES |
| Menores a 28 | 59<br>13.8% | 28<br>18.9% | 55<br>14.7% | 32<br>15.9% | 87<br>15.1% |
| 28 a 35 | 138<br>32.3% | 44<br>29.7% | 129<br>34.5% | 53<br>26.4% | 182<br>31.7% |
| 36 a 41 | 103<br>24.1% | 37<br>25.0% | 88<br>23.5% | 52<br>25.9% | 140<br>24.3% |
| 42 a 50 | 91<br>21.3% | 23<br>15.5% | 65<br>17.4% | 49<br>24.4% | 114<br>19.8% |
| Mayores de 50 | 36<br>8.4% | 16<br>10.8% | 37<br>9.9% | 15<br>7.5% | 52<br>9.0% |
| TOTALES | 427<br>100.0% | 148<br>100.0% | 374<br>100.0% | 201<br>100.0% | 575<br>100.0% |

Esto guarda similitud con los resultados de las dos evaluaciones auspiciadas por USAID. Casi el 60 porciento de los encuestados dentro de las encuestas CEDATOS y Valinmer correspondieron a 40 años o menores de 40.[37]

No existe diferencia de edad por sector, ni tampoco ningún patrón discernible de edad según ocupación individual.

[37]Gómez, *op. ct.*, p. 10.

**Educación**

Según la encuesta a hogares de 1988, únicamente el 22 porciento de los trabajadores del sector informal ha terminado su educación secundaria. Esto contrasta agudamente con los trabajadores del llamado sector "moderno", de los cuales el 54 porciento ha terminado su educación secundaria.[38]

Quienes respondieron a la entrevista estaban mejor educados de lo que reflejaba la encuesta a hogares, ya que el 36.9 porciento había terminado la educación secundaria. Sin embargo, sí parecen estar menos educados que los trabajadores del sector "moderno". Estas revelaciones estaban de acuerdo con los resultados de las encuestas tanto Valinmer como de CEDATOS. Parece ser que los beneficiarios están ligeramente mejor educados que los no-beneficiarios, pero virtualmente no existe diferencia en la educación entre los hombres y mujeres que fueron incluídos en la muestra (véase Tabla 3)

TABLA 3

NIVEL DE EDUCACION , SEGUN SITUACION DEL BENEFICIARIO Y SU GENERO

| AÑOS DE ESTUDIO TERMINADOS | SITUACION BENEFICI. | | GENERO | | TOTALES |
|---|---|---|---|---|---|
| | SI | NO | Masculino | Femenino | |
| Primaria parciales | 19<br>4.5% | 8<br>5.4% | 18<br>4.8% | 9<br>4.5% | 27<br>4.7% |
| Terminó Primaria | 119<br>28.0% | 49<br>32.9% | 114<br>30.3% | 54<br>27.3% | 168<br>29.3% |
| Colegio Técnico | 31<br>7.3% | 13<br>8.7% | 29<br>7.7% | 15<br>7.6% | 44<br>7.7% |
| Secundaria parciales | 62<br>14.6% | 21<br>14.1% | 51<br>13.6% | 32<br>16.2% | 83<br>14.5% |
| Terminó Secundaria | 127<br>29.9% | 32<br>21.5% | 97<br>25.8% | 62<br>31.3% | 159<br>27.7% |
| Superiores parciales | 39<br>9.2% | 14<br>9.4% | 39<br>10.4% | 14<br>7.1% | 53<br>9.2% |
| Grado Universitario | 28 | 12 | 28 | 12 | 40 |

**Ubicación**

Casi la mitad de la muestra (44.9 porciento) pertenecía a las dos ciudades principales de Quito y Guayaquil. Los entrevistados en ciudades secundarias de la costa y pueblos de la sierra comprendieron entre el 32.2 y 22.9 porciento de la muestra, respectivamente (véase Tabla 4). La muestra de no-beneficiarios tendió a concentrarse más en las dos ciudades principales de Quito y Guayaquil: 52.3 porciento de la muestra no-beneficiaria corresponde a estas dos ciudadas comparado con únicamente el 42.4 porciento de la muestra beneficiaria. Los pueblos secundarios de costa y sierra estaban ligeramente mal representados en la muestra no-beneficiaria. Ninguna de las diferentes era importante estadísticamente.

[38]Baca Carbo, *op.cit.*, p. 14.

Había muy poca diferencia entre el género de los participantes según su ubicación. Las mujeres estaban ligeramente sobre representadas en Guayaquil y Quito, y ligeramente subrepresentadas en las ciudades secundarias, pero las diferencias eran insignificantes.

TABLA 4

DISTRIBUCION GEOGRAFICA DE ENTREVISTADOS

| UBICACION ENTREVISTAS | SITUACION BENEFICIARIO | | GENERO | | TOTALES |
|---|---|---|---|---|---|
| | SI | NO | Masculino | Femenino | |
| Quito | 94<br>21.9% | 36<br>23.8% | 82<br>14.1% | 48<br>8.3% | 130<br>22.4% |
| Guayaquil | 88<br>20.5% | 43<br>28.5% | 78<br>13.4% | 53<br>9.1% | 131<br>22.5% |
| Costa | 144<br>33.5% | 43<br>28.5% | 125<br>21.5% | 62<br>10.7% | 187<br>32.2% |
| Sierra | 104<br>24.2% | 29<br>19.2% | 94<br>16.2% | 39<br>6.7% | 133<br>22.9% |
| TOTALES | 430<br>100.0% | 151<br>100.0% | 379<br>100.0% | 202<br>100.0% | 581<br>100.0% |

## Estado Civil

Una gran mayoría de los participantes eran casados o vivían bajo unión libre. El 73 porciento mencionó estar casado, mientras que el 6.4 porciento respondió que pertenecían a una unión libre. Unicamente el 16.2 porciento de los participantes era soltero, y solamente el 5 porciento era divorciado o viudo. Esto es bastante consistente con los resultados derivados de la encuesta Valinmer que reportó entre 65 y 73 porciento de casados.

Existen varias hipótesis a las que puede obedecer el gran porcentaje de respuestas en el sentido de estar casados o mantener uniones libres a largo plazo. Primero, los participantes mismos, especialmente los que participan de una unión libre pueden estar sobre enfatizando su estado civil. En segundo lugar, los micro-empresarios pudieran representar un sector socialmente estable que se desplaza hacia estratos superiores de la sociedad. Tercero, el proceso de selección utilizado por las fundaciones y NGOs puede desechar a las personas menos estables (ya sea inadvertidamente o con toda intención). Esta última hipótesis está respaldada en parte por el hecho de que un mayor porcentaje de no-

TABLA 5

ESTADO CIVIL DE LOS ENCUESTADOS, SEGUN SITUACION DEL BENEFICIARIO Y SU GENERO

| ESTADO CIVIL | SITUACION BENEFIC. | | GENERO | | TOTALES |
|---|---|---|---|---|---|
| | SI | NO | Masculino | Femenino | |
| Soltero | 58<br>13.6% | 32<br>21.3% | 52<br>13.7% | 38<br>19.1% | 90<br>15.6% |
| Casado o Unión Libre | 351<br>82.0% | 108<br>72.0% | 313<br>82.6% | 146<br>73.4% | 459<br>79.4% |
| Viudo o Divorciado | 19<br>4.4% | 10<br>6.7% | 14<br>3.7% | 15<br>7.5% | 29<br>5.0% |
| TOTALES | 428<br>100.0% | 150<br>100.0% | 379<br>100.0% | 199<br>100.0% | 578<br>100.0% |

beneficiarios era soltero, viudo y divorciado (véase Tabla 5).

Las micro-empresarias mujeres era menos probable que fueran casadas que los hombres. Un porcentaje más alto de mujeres respondió que eran solteras, y un mayor porcentaje que eran viudas o divorciadas.

**Jefes de Hogar**

De acuerdo a las estadísticas nacionales, alrededor del 49 porciento de los propietarios de pequeñas empresas eran jefes de familia.[39] Por contraste, más de dos tercios (67.4 porciento) respondió en esta encuesta que se clasificaban a sí mismos como jefes de su hogar.

Es mucho más probable que los beneficiarios de programas sean jefes de familias que los no-beneficiarios. Esto podría deberse a prejuicios relativos a los procedimientos formales de selección que utilizan las instituciones intermediarias, o a características de auto selección de gente que tiende a buscar el apoyo de estas instituciones.

TABLA 6

JEFES DE FAMILIA SEGUN SITUACION DEL BENEFICIARIO Y SU GENERO

| SITUACION DE JEFE DE FAMILIA | SITUACION BENEFIC. | | GENERO | | TOTALES |
|---|---|---|---|---|---|
| | SI | NO | Masculino | Femenino | |
| Si | 287<br>70.0% | 85<br>59.9% | 313<br>87.7% | 59<br>30.3% | 372<br>67.4% |
| No | 123<br>30.0% | 57<br>40.1% | 44<br>12.3% | 136<br>69.7% | 180<br>32.6% |
| TOTALES | 410<br>100.0% | 142<br>100.0% | 357<br>100.0% | 195<br>100.0% | 552<br>100.0% |

De igual manera, los hombres son mucho más proclives a ser los jefes de familia con respecto a las mujeres: 87.7 porciento de los hombres contestaron que eran jefes de familia, comparado con únicamente el 30.3 porciento de las mujeres. Si bien las mujeres pueden estar reticentes a manifestar que constituyen el jefe de familia, las respuests iimplican que muchas mujeres crean sus negocios como una segunda fuente de ingresos familiares, o a manera de una fuente de ingresos independientes para sí mismas.

[39] Baca Carbo, *op.cit.*, p. 14.

## Características Básicas de las Empresas

### Sector

El más alto porcentaje de las respuestas (42.8 porciento) se clasificó como principalmente dedicados a actividades productivas, seguidas por el 30.4 porciento para servicios y 24.6 porciento para comercio.[40] Esta distribución contrasta drásticamente con las estadísticas proporcionadas por el Ministerio de Bienestar Social que muestran que el 49.1 porciento de los micro-empresarios del país se dedican al comercio, 23.6 porciento a la producción, 16.8 porciento a servicios, y 9.3 porciento a la construcción.[41]

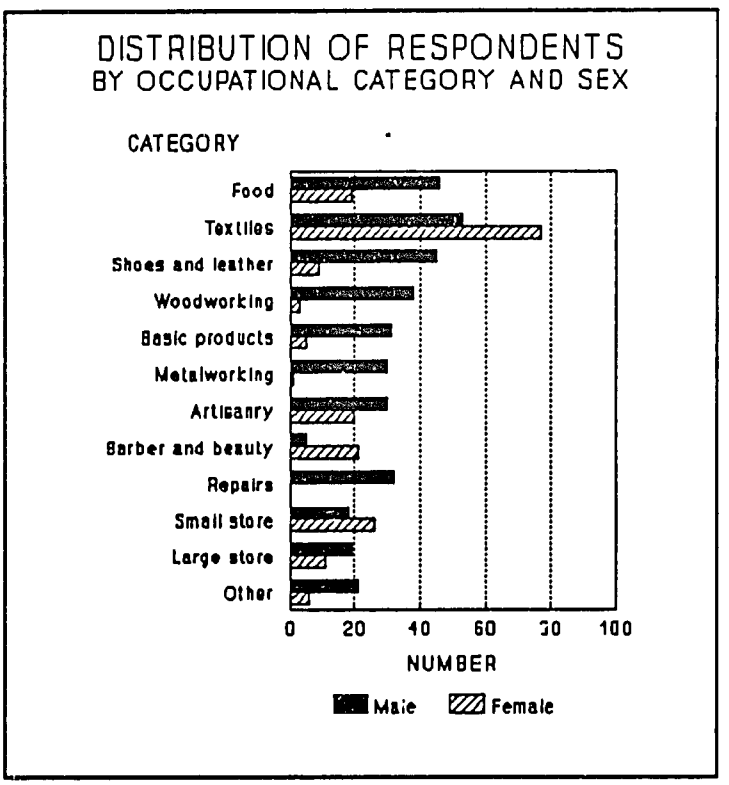


Ilustración 2

Los programas formales para el SME parecen estar enfocando selectivamente su gestión sobre los sectores productivo y de servicios, con exclusión del sector de comercio pequeño. Las empresas comerciales en la muestra correspondían casi exclusivamente a pequeñas tiendas o bazares; únicamente cinco de los encuestados eran mujeres, vendedores ambulantes u otro tipo de empresarios que no poseían ni arrendaban ningún tipo de local donde albergar su negocio.

Las mujeres encuestadas se concentraron preponderantemente en peluquerías y salones de belleza, tiendas, textiles y, en mucho menor grado, los sectores artesanales y de alimentos (véase la ilustración 2).[42]

---

[40] Trece participantes (2.2 porciento de la muestra) no fueron codificados.

[41] Baca Carbo, *op.cit.*, p. 13.

[42] Las "tiendas grandes", según se interpreta en este informe, no significa que se trata de una tienda que ocupa un gran espacio físico o que cuenta con ingentes volúmenes de ventas. Mas bien es una tienda que vende artículos más grandes y de mayor costo (tales como cocinas, refrigeradoras, materiales de construcción, y artefactos eléctricos para el hogar), en contraste con empresas que venden rubros muy pequeños y de poco costo (tales como alimentos, suministros escolares, e implementos de costura). Existe una importante diferencia en cuanto a escala, nivel de inversión y riesgo entre los dos tipos de empresa. El término "tienda grande" puede no ser un nombre idóneo y quizás conduce a alguna confusión, pero fue el único término simple que podíamos idearnos para distinguir entre uno y otro tipo de operación.

### Años en el Negocio

Las empresas de pequeña escala incluídas en la muestra de la encuesta exhiben una distribució bimodal según edad. Un importante número (41.6 porciento de la muestra) se habían creado durante lo últimos tres años. Por otra parte, un número igualmente grande ha estado en el negocio durante más d siete años, y casi un cuarto de la muestra ha estado en el negocio durante más de 10 años.

Las empresas pertenecientes a mujeres tienden a tener menor tiempo de establecidas que las qu pertenecen a hombres. Más del 20 porciento de las mujeres incluídas en la muestra habían establecid sus negocios en el año pasado, comparado con únicamente el 10.6 porciento de los hombres. Lo que e más, únicamente el 34.5 de las mujeres ha mantenido sus negocios durante siete años o más, comparad con 45.5 porciento de los hombres. Esto podría reflejar un incremento reciente en las actividade económicas de las mujeres.[43]

Las empresas pertenecientes a no-beneficiarios son bastante más jóvenes que aquellas que pertenecen a beneficiarios. Más de la mitad de los no-beneficiarios han iniciado sus negocios durante los últimos tres años, comparado con únicamente 37 porciento de los beneficiarios.

TABLA 7

TIEMPO DEL NEGOCIO SEGUN
SITUACION DEL BENEFICIARIO Y SU GENERO

| | SITUACION BENEFIC. | | GENERO | | |
|---|---|---|---|---|---|
| AÑOS EN EL NEGOCIO | SI | NO | Masculino | Femenino | TOTALES |
| Uno o menos | 43<br>10.4% | 35<br>23.8% | 39<br>10.6% | 39<br>20.1% | 78<br>13.9% |
| Dos o tres | 111<br>26.7% | 39<br>26.5% | 98<br>26.6% | 52<br>26.8% | 150<br>26.7% |
| Cuatro a seis | 82<br>19.8% | 18<br>12.2% | 64<br>17.4% | 36<br>18.6% | 100<br>17.8% |
| Siete a diez | 78<br>18.8% | 21<br>14.3% | 72<br>19.6% | 27<br>13.9% | 99<br>17.6% |
| Once o más | 101<br>24.3% | 34<br>23.1% | 95<br>25.8% | 40<br>20.6% | 135<br>24.0% |
| TOTALES | 415<br>100.0% | 147<br>100.0% | 368<br>100.0% | 194<br>100.0% | 562<br>100.0% |

### Situación Legal

Casi dos tercios de las respuestas mencionaban que los negocios constituían empresas legalmente registradas. Esto parece haberse exagerado. Quizás los encuestados no entendieron la pregunta; quizás tuvieron recelo de admitir que poseen un negocio no registrado; quizás no entendieron cuál es el proceso completo implicado en el registro y legalización de un negocio. Por otra parte, puede ser que los procesos de selección utilizados

[43] Véase Rae Blumberg, Capítulo Dos de este informe. Otra posible interpretación podría ser la de que las empresas pertenecientes a mujeres tienen una tasa de fracaso más alta, lo que disminuye el número de empresas pertenecientes a mujeres que mantienen trayectorias más largas en el sector. Habría necesidad de realizar mayor trabajo de investigación para determinar esta posibilidad.

por las NGOs y fundaciones están prejuiciados con respecto a empresas más grandes y mejor establecidas. Cualquiera que fuere la razón, el sector de la micro y pequeña escala es virtualmente un sinónimo de operaciones no registradas del sector informal, y el número de respuestas citando que sus negocios estaban legalmente constituídos es inconsistente con los patrones de registro que se conocen.[44]

No existía diferencia entre beneficiarios y no beneficiarios. Los hombres tendían a responder con mayor frecuencia que las mujeres en el sentido de que sus negocios estaban debidamente registrados.

De las 228 personas que respondieron que sus negocios no estaban registrados, la gran mayoría (156) expresó que no veían beneficio alguno en registrar el negocio y que ni se les había ocurrido. Unicamente 20 no habían registrado sus negocios debido a los altos impuestos implicados en el trámite; 10 citaron dificultad y procedimientos engorrosos como impedimento para el registro; 5 dijeron que los costos de registro eran demasiado altos; y únicamente el 1 porciento citó una carga onerosa implicada en el cumplimiento de lo estipulado en el código laboral como motivo para no registrar sus negocios.

### Tipo de Posesión

La mayor parte de los encuestados (97.9 porciento) eran los propietarios únicos del negocio o mantenían una sociedad con su cónyuge u otro miembro de la familia (véase Tabla 8). Unicamente 12 de los 576 encuestados para quienes se disponía de datos, y todos quienes eran hombres, tenían ya sea una sociedad con personas ajenas a la familia o sociedad incorporada. Las mujeres respondieron con mayor frecuencia que los hombres que tenían a su cónyuge como socio del negocio. No había diferencia en la estructura de la propiedad entre empresas de beneficiarios y no beneficiarios.

TABLA 8

ESTRUCTURA DE LA PROPIEDAD, POR GENERO

| TIPO DE POSESION | GENERO: Masculino | GENERO: Femenino | TOTALES |
|---|---|---|---|
| Propietario Unico | 314<br>83.5% | 150<br>75.0% | 464<br>80.6% |
| Socios Familiares | 50<br>13.3% | 50<br>25.0% | 100<br>17.4% |
| Socios No Familiares | 10<br>2.7% | 0<br>.0% | 10<br>1.7% |
| Incorporada | 2<br>.5% | 0<br>.0% | 2<br>.3% |
| TOTALES | 376<br>100.0% | 200<br>100.0% | 576<br>100.0% |

### Motivos para Iniciar el Negocio

En lugar de representar un último y desesperado recurso, el iniciar una pequeña empresa es visto por la mayoría de los empresarios como una alternativa positiva con respecto a otras líneas de trabajo. Unicamente seis porciento de los encuestados mencionó haber iniciado sus negocios porque no podían encontrar trabajo. La gran mayoría inició su negocio ya sea por independizarse (34.0 porciento) o porque representaba una oportunidad para generar mayores niveles de ingreso de lo que le permitían otras alternativas (49.1 porciento).

[44] Habrá necesidad de llevar a cabo investigaciones ulteriores para aclarar este punto.

Entre los no-beneficiarios se inclinaron más por haber comenzado sus negocios por necesidad ("Ninguna Otra Oportunidad") con respecto a los beneficiarios. Estos últimos tendían a ver a sus empresas como la representación de una mejor oportunidad para incrementar sus ingresos.

Las mujeres veían con menos frecuencia que los hombres a sus negocios como una oportunidad para independizarse, sino más bien como la posibilidad de generar mejores ingresos. Esta probabilidad refleja una apreciación pragmática de las escasas posibilidades de empleo, sin mencionar la abierta discriminación que en cuanto al sueldo de la mujer se da en el sector formal.

Es más probable que las nuevas empresas hayan comenzado como una oportunidad para ganar más, mientras que negocios antiguos habían sido comenzados para independizarse.

TABLA 9

RAZON PARA INICIAR EL NEGOCIO, SEGUN SITUACION DEL BENEFICIARIO Y SU GENERO

| | SITUACION BENEFICIARIO | | GENERO | | |
|---|---|---|---|---|---|
| RAZON PRINCIPAL | SI | NO | Masculino | Femenino | TOTALES |
| Ninguna Otra Oportunidad | 21<br>4.9% | 16<br>10.7% | 20<br>5.3% | 17<br>8.5% | 37<br>6.4% |
| Continuar con el Negocio Familiar | 39<br>9.2% | 16<br>10.7% | 35<br>9.3% | 20<br>10.0% | 55<br>9.5% |
| Para Independizarse | 144<br>33.8% | 52<br>34.7% | 143<br>38.1% | 53<br>26.4% | 196<br>34.0% |
| Mejores Oportunidades | 218<br>51.2% | 65<br>43.3% | 173<br>46.1% | 110<br>54.7% | 283<br>49.1% |
| Otra | 4<br>.9% | 1<br>.7% | 4<br>1.1% | 1<br>.5% | 5<br>.9% |
| TOTALES | 426<br>100.0% | 150<br>100.0% | 375<br>100.0% | 201<br>100.0% | 576<br>100.0% |

## Ubicación de la Empresa

Ligeramente sobre más de la mitad de los encuestados (53 porciento) manejaba su propio negocio desde tiendas independientes, almacenes u otros locales, mientras que el 42 porciento operaba su negocio desde la casa misma o en un anexo a su domicilio. Unicamente el 4.6 porciento de los encuestados eran vendedores ambulantes, lo que deja al descubierto el fuerte prejuicio que existe por parte de programas donatarios para trabajar con estos segmentos de la población del SME.

Las mujeres optaban más que los hombres por responder que tenían sus negocios ubicados en sus casas. Mientras 54.2 porciento de las mujeres respondieron que tenían negocios ubicados en sus casas o anexos a éllas, únicamente el 32.1 porciento de los hombres respondió igual. En parte, esto refleja el hecho de que menos mujeres son jefes de familia: sus negocios representan un segundo ingreso yuxtapuesto con las actividades tradicionales inherentes al mantenimiento de su hogar. Sin embargo, aún las mujeres que son jefes de familia tienen una ligera inclinación por tener sus negocios albergados en intalaciones separadas de lo que sucede con aquellas mujeres que no son jefes de familia.

Aquellas empresas que emplean mano de obra ajena a la familia tienen mayor probabilidad de estar ubicados en instalaciones separadas. Más del 51 porciento de las empresas que se utilizaban únicamente

para el trabajo familiar se encontraban ubicados en casa, pero únicamente el 34 porciento de quienes habían contratado a empleados que no pertenecían a la familia lo hacían.

De igual manera, mientras más empleados tenía una empresa más probabilidades tenía de estar ubicada lejos del hogar. Aunque 48.6 porciento de las empresas que tenían de 1 a 2 empleados estaban ubicadas fuera del hogar, por ejemplo, este porcentaje crece rápidamente hasta que el 83.3 porciento de las empresas que poseen más de 10 empleados se ubican en instalaciones separadas.

TABLA 10

UBICACION DEL NEGOCIO, POR GENERO

| UBICACION | GENERO: Masculino | GENERO: Femenino | TOTALES |
|---|---|---|---|
| En la Casa o Junto a Ella | 120<br>32.1% | 109<br>54.2% | 229<br>39.8% |
| Local Independiente | 237<br>63.4% | 82<br>40.8% | 319<br>55.5% |
| Puesto de Mercado/ Sitio en la Calle | 12<br>3.2% | 6<br>3.0% | 18<br>3.1% |
| Ningún Lugar Permanente | 5<br>1.3% | 4<br>2.0% | 9<br>1.6% |
| TOTALES | 374<br>100.0% | 201<br>100.0% | 575<br>100.0% |

## Activos

Las empresas incluidas en la muestra variaban de minúsculas empresas con bienes limitados (una de éllas en realidad manifestó no poseer bien alguno) hasta empresas relativamente grandes con alrededor de $170.000 en activos. En su mayoría las empresas son bastante pequeñas, cayendo claramente dentro de la gama micro-empresarial aceptada. Un cuarto de las empresas poseía menos de S/.900.000 ($1,046) en activos; 50 porciento poseía menos de S/.2 millones ($2.326) en activos; y 75 porciento contaba con activos totales inferiores a los S/.4.3 millones ($5.000). Unicamente 26 empresas (menos del 5 porciento de la muestra) contaba con activos totales que excedían de los S/.15 millones ($17.442). Por lo tanto, por lo menos el 50 porciento de la muestra consiste claramente de empresas que debían clasificar como micro-empresas bajo los criterios establecidos por la mayoría de los intermediarios locales, y otro 45 porciento debería clasificar como pequeña empresa. El restante 5 porciento puede considerarse como empresas medianas.

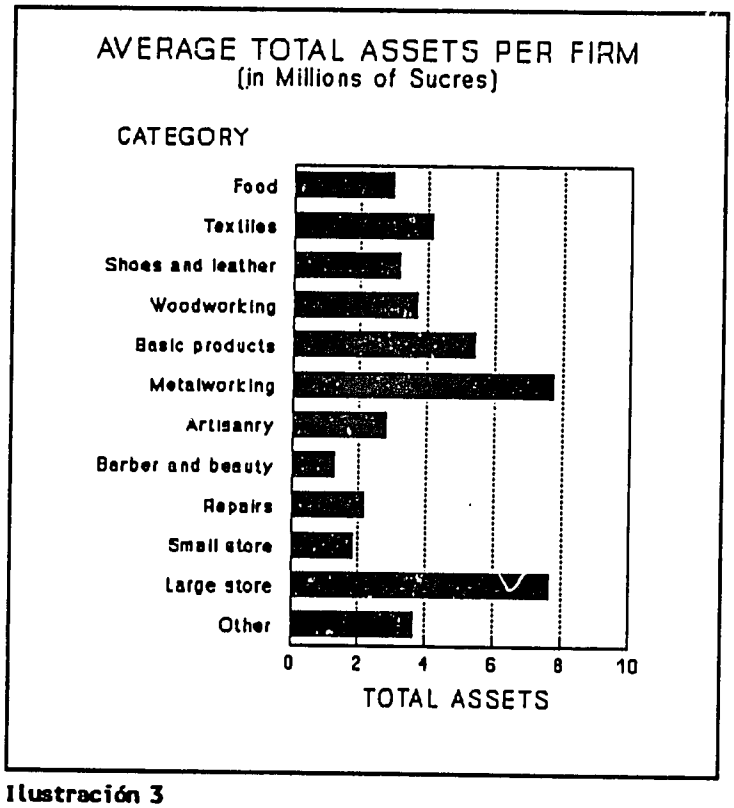


Ilustración 3

Existen pronunciadas diferencias sectoriales en cuanto al tamaño de las empresas, como se puede apreciar en la Ilustración 3. Las empresas metalmecánicas y los subsectores de productos básicos, así como las tiendas grandes tienden

a ser empresas mucho más grandes que aquellas de otros subsectores. Peluquerías y salones de belleza, productores de artesanías y tiendas pequeñas tienden a ser operaciones muy pequeñas.

Estos datos pueden interpretarse de dos diferentes maneras. Los subsectores con empresas más grandes pueden ser más dinámicos, ofrecer mayor potencial de prosperidad y expansión. Por una parte parecen haber campos que precisan contar con ingentes montos de capital, tanto para iniciarse como para mantenerse en el negocio. Las cuestiones de rentabilidad y éxito relativo quedan sentadas en este capítulo.

Las diferencias entre subsectores no son tan sorprendentes como la variación en monto de activos entre empresas de los mismos subsectores. Existe una tendencia para considerar que las pequeñas empresas, especialmente aquellas que pertenecen a un mismo subsector, son similares. En realidad, como puede observarse en la Ilustración 4, existe considerable variación en el tamaño de la empresa aún dentro de los mismos subsectores. La mayor diferencia se produce entre las tiendas grandes, metalmecánica y productos básicos; hay empresas tanto pequeñas como grandes dentro de estos mismos subsectores. Las peluquerías, salones de belleza y tiendas pequeñas tienden a ser unidades uniformemente pequeñas, con muy poca variación en su tamaño.

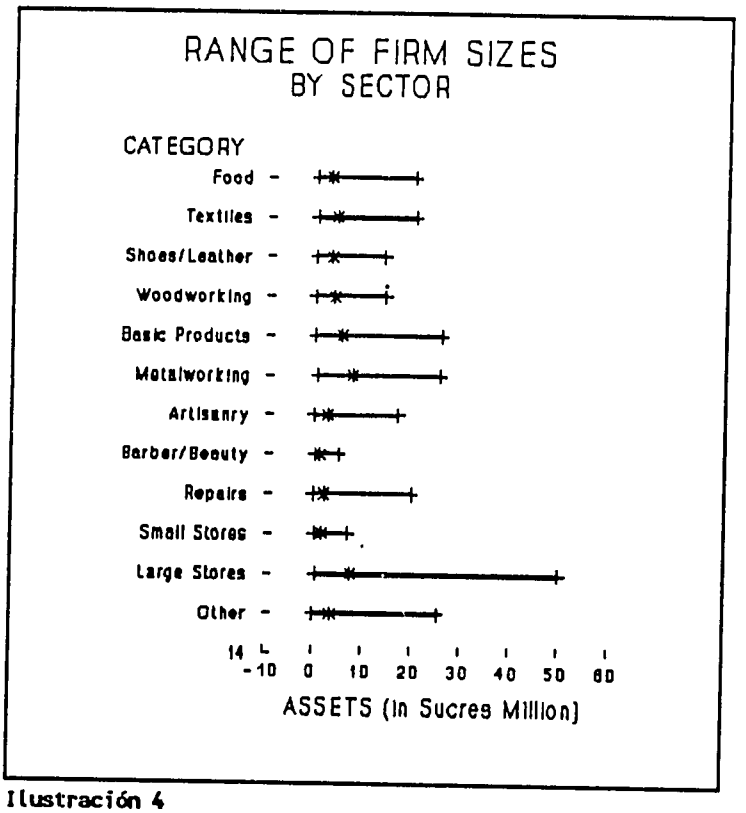


Ilustración 4

Este conlleva importantes implicaciones programáticas. Las diferencias en monto de activos se relacionan con las diferencias en las capacidades gerenciales, escala de operaciones, sofisticación de la producción y tecnologías comerciales así como requisitos de capital. Los programas que adoptan enfoques uniformes en la provisión de apoyo a estos grupos no estarán en capacidad de satisfacer necesidades específicas de los varios participantes del subsector ya que fracasarían en reconocer las diferencias implícitas en las diferencias en la escala de operaciones.

El género del propietario guarda relación directa con el monto de activos: aquellos negocios pertenecientes a mujeres tienden a ser más pequeños que los pertenecientes a hombres. Más de la mitad de las empresas pertenecientes a mujeres cuentan con menos de S/.1.5 millones ($1.750) en activos totales, comparado con únicamente el 37 porciento con respecto a los negocios pertenecientes a hombres. Por contraste, más del 20 porciento de los negocios pertenecientes a hombres contaba con más de S/.6.0 millones ($7.000) en activos, comparado con únicamente el 9.2 porciento en el caso de empresas pertenecientes a mujeres. La relación es pronunciada, consistente y estadísticamente significativa.

Similarmente, los negocios pertenecientes a no-beneficiarios tienden a ser más pequeños que los negocios pertenecientes a beneficiarios. Más de la mitad (53.4 porciento) de los no-beneficiarios contaba con menos de S/.1.5 millones invertidos en sus negocios, a comparación de únicamente 20.6 porciento de los beneficiarios; y mientras el 19.4 porciento de los beneficiarios poseía más S/. 6 millones invertidos en sus negocios, menos del 9 porciento de los no-beneficiarios también lo equiparaban.

TABLA 11

TAMAÑO DEL NEGOCIO SEGUN SITUACION DEL BENEFICIARIO Y SU GENERO

| GRUPO DE ACTIVOS | SITUACION BENEFIC. | | GENERO | | TOTALES |
|---|---|---|---|---|---|
| | SI | NO | Masculino | Femenino | |
| Hasta 750 | 80<br>18.9% | 41<br>28.1% | 69<br>18.5% | 52<br>26.5% | 121<br>21.3% |
| 751 a 1'500 | 80<br>18.9% | 37<br>25.3% | 69<br>18.5% | 48<br>24.5% | 117<br>20.6% |
| 1'500 a 3'000 | 105<br>24.8% | 30<br>20.5% | 90<br>24.1% | 45<br>23.0% | 135<br>23.7% |
| 3'000 a 6'000 | 76<br>18.0% | 25<br>17.1% | 68<br>18.2% | 33<br>16.8% | 101<br>17.8% |
| Más de 6'000 | 82<br>19.4% | 13<br>8.9% | 77<br>20.6% | 18<br>9.2% | 95<br>16.7% |
| TOTALES | 423<br>100.0% | 146<br>100.0% | 373<br>100.0% | 196<br>100.0% | 569<br>100.0% |

Parte de estas diferencias podrían deberse al tiempo de establecidos que tengan los negocios. Tanto no-beneficiarios como mujeres tienden a tener negocios recién establecidos, y el monto de activos va en función de su edad: negocios más antiguos tienden a ser más grandes. Más de un cuarto de las empresas que tienen por sobre los 10 años de establecidas cuentan con más de S/.6 millones ($7.000) en activos, comparado con únicamente 9.7 porciento de los negocios que tienen menos de tres años de establecidos. Por contraste, más de un cuarto de las empresas que tienen menos de tres años tenían activos menores a S/.750.000 ($872), comparado con menos del 15% de las empresas de más de diez años. Existen empresas más antiguas que aparentemente no han crecido, y empresas más jóvenes que ni han crecido aceleradamente ni se han iniciado con una mayor base de activos, pero el patrón general es fehaciente y significativo.

La diferencia, por lo menos en el caso de género, también puede deberse al tipo de negocio. Como se había tratado anteriormente, las empresas metalmecánicas, de productos básicos y tiendas grandes tienden a ser relativamente grandes, mientras que las peluquerías y salones de belleza, artesanías y tiendas pequeñas tienden a ser también pequeñas. Los negocios pertenecientes a mujeres tienden a concentrarse en sectores caracterizados por tener negocios más pequeños.

Los activos también pueden considerarse como un poder por los costos de estar en un negocio. De acuerdo al monto promedio de activos de las empresas contenidas en la muestra, parece ser que aquellas correspondientes a metalmecánica, productos básicos, tiendas grandes, y en menor grado textiles requieren el mayor nivel de inversión. Las artesanías, talleres de reparación, peluquerías y salones de belleza así como tiendas pequeñas requieren los menores montos de inversión. Es más fácil y menos costoso llegar a iniciar un pequeño taller artesanal ode reparaciones, una tienda, peluquería o salón de

belleza que establecer una instalación metalmecánica, tiendas grandes o fábricas de productos básicos. Por lo tanto son más atractivos y accesibles para iniciarlos por parte de gente que no cuenta con tanto capital.

**TABLA 12**

IMPACTO DEL TIEMPO DEL NEGOCIO SOBRE EL MONTO DE ACTIVOS
(Activos en millones de Sucres)

| AÑOS EN EL NEGOCIO | ACTIVOS TOTALES 0 a .75 | .75 a 1.5 | 1.5 a 3.0 | 3.0 a 6.0 | Más de 6.0 | TOTALES |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 0 A 3 AÑOS | 57<br>25.6% | 48<br>21.5% | 57<br>25.6% | 39<br>17.5% | 22<br>9.9% | 223<br>100.0% |
| 4 A 10 AÑOS | 35<br>18.0% | 41<br>21.1% | 47<br>24.2% | 32<br>16.5% | 39<br>20.1% | 194<br>100.0% |
| MAS DE 10 AÑOS | 21<br>15.8% | 27<br>20.3% | 26<br>19.5% | 28<br>21.1% | 31<br>23.3% | 133<br>100.0% |
| TOTALES | 113<br>20.5% | 116<br>21.1% | 130<br>23.6% | 99<br>18.0% | 92<br>16.7% | 550<br>100.0% |

**TABLA 13**

COMPARACION DEL MONTO DE ACTIVOS, POR SECTOR
(Activos en millones de Sucres)
Porcentajes

| CATEGORIA | TOTAL ACTIVOS 0 a .75 | .75 a 1.5 | 1.5 a 3.0 | 3.0 a 6.0 | Más de 6.0 | TOTALES |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Alimentos | 26.6 | 26.6 | 18.8 | 14.1 | 14.1 | 100.0 |
| Textiles | 17.2 | 17.2 | 25.0 | 19.5 | 21.1 | 100.0 |
| Calzado y Cuero | 22.6 | 22.6 | 18.9 | 22.6 | 13.2 | 100.0 |
| Maderera | 7.3 | 22.0 | 29.3 | 24.4 | 17.1 | 100.0 |
| Productos Básicos | 17.6 | 8.8 | 20.6 | 23.5 | 29.4 | 100.0 |
| Metalmecánica | 9.7 | 9.7 | 19.4 | 16.1 | 45.2 | 100.0 |
| Artesanal | 25.0 | 16.7 | 29.2 | 22.9 | 6.3 | 100.0 |
| Peluquerías | 42.3 | 34.6 | 15.4 | 7.7 | .0 | 100.0 |
| Reparación | 43.8 | 21.9 | 18.8 | 9.4 | 6.3 | 100.0 |
| Tienda Pequeña | 20.9 | 41.9 | 18.6 | 16.3 | 2.3 | 100.0 |
| Tienda Grande | 13.8 | 10.3 | 34.5 | 17.2 | 24.1 | 100.0 |
| Otra | 26.9 | 15.4 | 30.8 | 11.5 | 15.4 | 100.0 |
| TOTALES | 21.6 | 20.7 | 23.2 | 18.0 | 16.4 | 100.0 |

Esto puede apreciarse claramente en la Tabla 13. Más de tres cuartos de las peluquerías y salones de belleza poseen menos de S/.1.5 millones ($1.744) en activos. En el otro extremo del espectro, muy pocas operaciones de metalmecánica, madereras y productos básicos cuentan con menos de S/.1.5 millones en activos.[45]

Partiendo de esta tabla podemos esperar que las peluquerías y salones de belleza, talleres de reparación, productos alimenticios, artesanías y artículos de cuero sean los campos elegidos por los novatos que desean incorporarse al sector micro-empresarial.

Sin embargo, con mayor facilidad de ingreso a estos campos, la competencia sería mayor y la rentabilidad menor.

## DINAMICA DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA EN EL ECUADOR

El mayor razonamiento en apoyo del desarrollo micro-empresarial es, y debe ser, una convicción de que estas organizaciones son capaces de prosperar y proporcionar un nivel de vida decente para sus propietarios, sus dependientes y empleados. Las pequeñas empresas de todo el mundo acusarían una alta tasa de fracaso: tanto como el 80 porciento de todas las empresas que se establecen fracasan dentro de los primeros dos años de operación.[46] Muchos funcionarios del GDE y profesionales que estudian al SME en el Ecuador han llegado a la conclusión de que estas son operaciones marginales que se caracterizan por pagar salarios inferiores al mínimo, por tener una baja productividad, disfrazar el subempleo, y tener poca oportunidad de expansión hasta convertirse en negocios importantes.[47]

Existen varias maneras de calcular el nivel de éxito relativo que tienen las micro-empresas. Claramente, una manera de hacerlo es a través del concepto que los empresarios tienen de sí mismos - si consideran o no que sus empresas encontrarán el éxito así como sus planes para el futuro. Estos aspectos se tratan más adelante en el capítulo. Otra alternativa es la de calcular los índices en base al desempeño económico de la empresa. Esta sección versa sobre varios índices de desempeño - expansión en los volúmenes de ventas y rentabilidad, y una tasa de relación de costos/beneficios que examine cuál es la contribución que tiene una empresa en cuanto a su aporte económico.

---

[45] Los productos básicos muestran mayor variación debidoa que el subsector contempla una variedad de actividades.

[46] En este sentido todos los estudios recientes sobre las micro-empresas en el Ecuador están altamente prejuiciados en el sentido de que las muestras no contienen las respuestas de personas quienes han fracasado y se han visto obligadas a cerrar sus negocios.

[47] Véase especialmente los documentos presentados en los seminarios de USAID/INSOTEC sobre el sector informal. INSOTEC, *Programas de Micro y Pequeña Empresa.*

## Indices Específicos de Exito

### Expansión en los Niveles de Ventas e Ingresos

Cuando se les preguntó directamente si sus ventas habían aumentado, menos de la mitad (41.2 porciento) de los encuestados reportaron que sus ventas habían incrementado entre 1989 y los primeros seis meses de 1990. Más de un cuarto indicó que las ventas habían disminuído desde 1989. Otro cuarto de las respuestas mencionaron que las ventas no había sufrido cambio alguno durante el año anterior. El resto había sido establecido recientemente, de manera que no había manera de comparar volúmenes de ventas con el año anterior, o no lo sabían. En un contexto altamente inflacionario similar al que está enfrentando el Ecuador, las ventas constantes y aún crecientes a menudo representan una disminución en términos reales. Por lo tanto, un mínimo del 50 porciento de los encuestados reportan que están experimentando reducciones en sus ventas reales.

Los montos de ventas reportados para 1989 y 1990 por lo general corroboraban las respuestas a la pregunta directa. Casi dos tercios (65.3 porciento) de los encuestados había incrementado el volumen nominal de ventas para 1990.

TABLA 14

CAMBIOS REGISTRADOS EN VENTAS, 1989 A 1990

| CAMBIO EN VENTAS PORCENT. | NUMERO | |
|---|---|---|
| No aplica, creada recientemente | 26 | 4.6 |
| Ninguna opinión, no lo sabe | 9 | 1.6 |
| Aumentaron, Mucho | 67 | 11.8 |
| Aumentaron, un Poco | 171 | 30.0 |
| No se registró cambio | 141 | 24.7 |
| Disminuyeron, un poco | 111 | 19.5 |
| Disminuyeron, mucho | 45 | 7.9 |
| TOTALES | 570 | 100.0 |

Sin embargo, al tomarse en cuenta la tasa de inflación, las ventas de casi dos tercios de los encuestados no mantienen el mismo ritmo que la inflación. Si 40 a 60 porciento se considera como la tasa anual de inflación, más del 70 porciento de las repuestas acusaba una expansión negativa real en los volúmenes de venta.[48] Otro 10 porciento no había cambiado en términos reales. Unicamente el 19.4 porciento había experimentado una expansión positiva real de ventas.

Esta tendencia es fuerte y consistente para todos los subsectores. Como puede apreciarse en la Ilustración 5, únicamente en el subsector metalmecánico el 50 porciento de las empresas acusa tasas negativas de expansión real en las ventas y, con la excepción de peluquerías y artesanías, entre el 60 y 75 porciento de las empresas en los demás subsectores habían experimentado tasas de expansión negativas reales entre 1989 y 1990. Los subsectores de peluquerías y pequeñas tiendas albergan la mayor proporción de empresas que acusaron tasas de expansión positiva reales en ventas, pero la mayoría de las empresas aún en estos subsectores experimentaron tasas de expansión negativas.

[48] Esto no puede ser tomado en realidad como un indicio de que se está experimentando una disminución en los ingresos, porque no contamos con las cifras correspondientes a incrementos en los costos de producción.

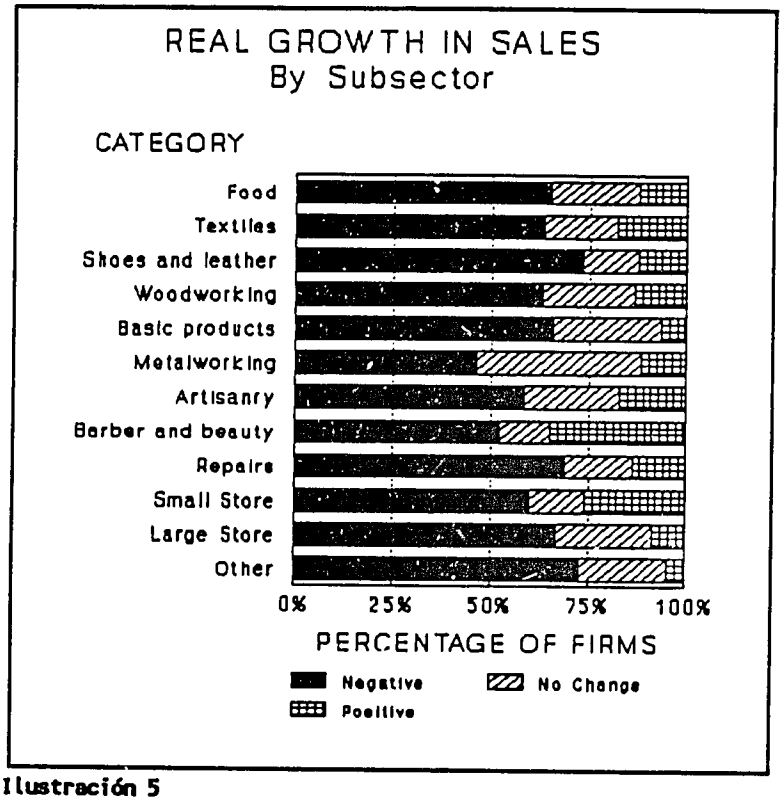


Ilustración 5

parecería implicar que los negocios pertenecientes a mujeres no son más precarios que aquellos pertenecientes a hombres. Esto va de acuerdo con alguna literatura que existe al respecto, que demuestra que las mujeres tienden a concentrarse en negocios que tienen un alto potencial de expansión.[49] Las mujeres se aglutinan marcadamente en la industria de la peluquería y salones de belleza y en el subsector de pequeñas tiendas, negocios que acusan el más alto porcentaje de expansión positiva real en ventas.

Lo que es sorpendente en los datos es que no parece haber diferencia aparente entre beneficiarios y no-beneficiarios. Si asumimos que los programas del SME tuvieron un impacto positivo sobre la viabilidad de las empresas, esperaríamos encontrar un número más nutrido de beneficiarios entre el grupo de aquellos que experimentaron expansiones positivas reales en sus ventas. Sin embargo, como consta en la Tabla 15, este no es el caso. Los beneficiarios no se desempeñaron mejor que los no-beneficiarios.

Similarmente, no hubo diferencia en el desempeño habido entre hombres y mujeres contenidos en la muestra. Un porcentaje ligeramente superior de mujeres en el grupo había experimentado una expansión positiva real en sus niveles de venta, pero las diferencias no eran estadísticamente significativas, lo que

TABLA 15

EXPANSION EN EL VOLUMEN DE VENTAS, 1989-1990, SEGUN SITUACION DEL BENEFICIARIO Y SU GENERO

| | SITUACION BENEFIC. | | GENERO | | |
|---|---|---|---|---|---|
| CAMBIO REAL EN VENTAS | SI | NO | Masculino | Femenino | TOTALES |
| Negativo | 247<br>64.0% | 71<br>61.7% | 218<br>64.3% | 100<br>61.7% | 318<br>63.5% |
| Ningún Cambio | 81<br>21.0% | 26<br>22.6% | 75<br>22.1% | 32<br>19.8% | 107<br>21.4% |
| Positivo | 58<br>15.0% | 18<br>15.7% | 46<br>13.6% | 30<br>18.5% | 76<br>15.2% |
| TOTALES | 386<br>100.0% | 115<br>100.0% | 339<br>100.0% | 162<br>100.0% | 501<br>100.0% |

[49] Véase Capítulo Dos de este informe.

**Relación de Ventas**

Comparando la eficiencia de ventas de las empresas incluidas en los varios sectores emerge un claro patrón de éxito.[50] Las ventas, tanto como tasas de relación de activos (Ilustración 6) como de ventas por empleado (Ilustración 7) varían significativamente de sector a sector. Las empresas dedicadas al expendio de alimentos tienen niveles mucho más altos de ventas en comparación con el nivel de inversión con respecto a cualquier otro sector, seguidas por talleres de reparación y tiendas pequeñas. Las empresas metalmecánicas, peluquerías y salones de belleza y artesanía tienen los promedios más bajos de ventas con relación a sus activos. Pero en términos de ventas por empleados, las tiendas grandes acusan la tasa de relación más alta, implicando que las ventas son altas con relativamente pocos empleados. Las pequeñas tiendas también tienen un buen desempeño de altas ventas por empleado, seguidas por las empresas de productos alimenticios. Las demás empresas acusan promedios significativamente más bajos de ventas por empleado.

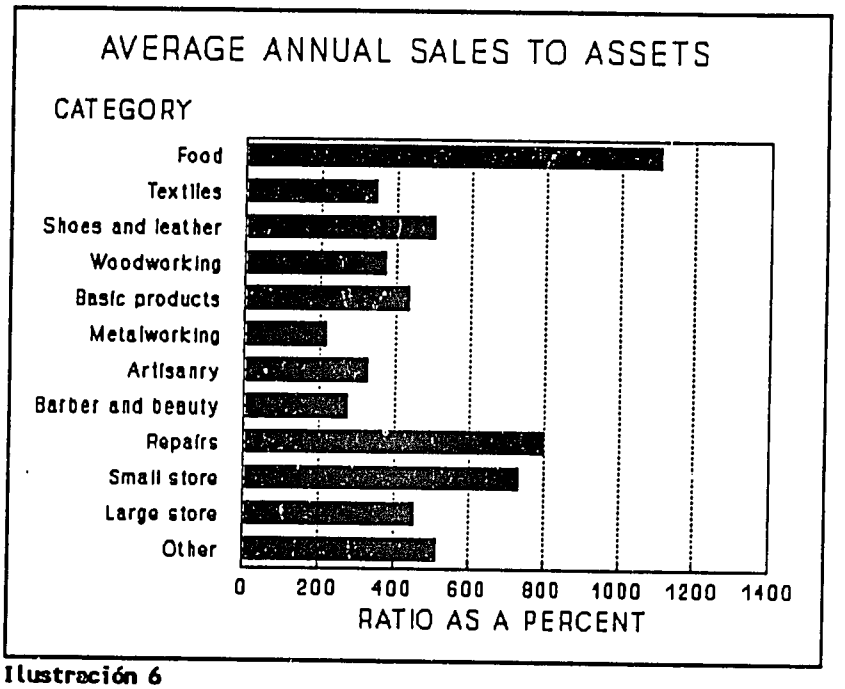

Ilustración 6

Como las ventas son la base de la rentabilidad, las empresas que acusan los mayores niveles de eficiencia en ventas son también las que generan los más altos niveles de ganancias relativas, lo que a su vez se traduce en mayores niveles de ingresos por parte de los propietarios de las empresas y sus empleados.

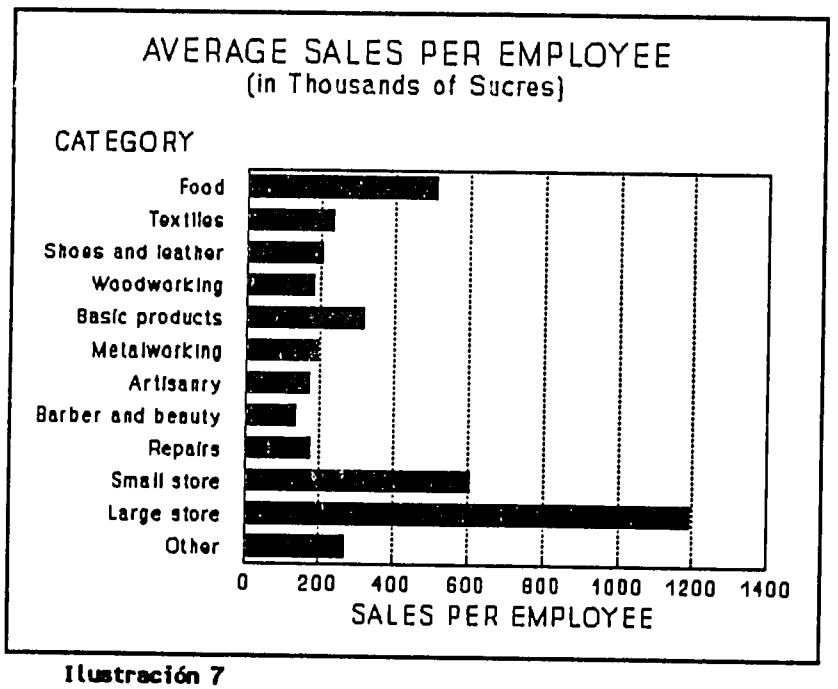

Ilustración 7

Nuevamente, no había diferencia entre los encuestados en base a su situación de beneficiario o no, ni según su género. Los no-beneficiarios se desempeñaron igual de bien que los beneficiarios de programas SME. Las mejoras en el desempeño, por lo menos en términos de eficacia en las ventas, no pueden atribuirse al impacto del programa. Las mujeres se desempeñaron igual de bien que los hombres tanto en términos de ventas por activos como

[50] Dimensionado en términos de ventas por unidad de bienes y ventas por empleado.

ventas por empleado. Aunque las mujeres en general tienen negocios más pequeños que los hombres, sus niveles de ventas están a tono con el nivel de activos invertidos en los negocios y el número de personas que emplean.

### Ganancias y Rentabilidad

Como era de esperarse, las empresas más grandes generan mayores ganancias; existe una relación sólida y consistente entre el monto de activos y los niveles absolutos de ganancias. En términos generales, las empresas que poseían menos de S/.750 mil en activos totales ($842) generan ganancias de menos de S/.100 mil ($116) por mes. Las empresas más grandes, aquellas que cuentan con más de S/.6 millones ($7.000) en activos acusan los porcentajes más altos en la categoría de importantes ganancias. Existen, sin embargo, ciertas empresas pequeñas que tienen altos niveles de ganancias, y algunas empresas grandes que tienen bajos niveles de ganancias.

TABLA 16

DISTRIBUCION DE EMPRESAS EN TERMINOS DE RENTABILIDAD RELATIVA, SEGUN MONTO DE ACTIVOS
(Cifras)

| GRUPOS POR ACTIVO (Sucres) | GRUPOS DE GANANCIAS (Sucres) | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Hasta 50.000 | 50.001 a 100.000 | 100.001 a 200.000 | Más de 200.000 | TOTALES |
| Hasta.75 millón | 43 | 45 | 16 | 7 | 111 |
| .75 a 1.5 millones | 30 | 44 | 22 | 10 | 106 |
| 1.5 a 3.0 millones | 18 | 56 | 38 | 20 | 132 |
| 3.0 a 6.0 millones | 12 | 19 | 40 | 24 | 95 |
| Más de 6.0 millones | 5 | 18 | 28 | 39 | 90 |
| TOTALES | 108 | 182 | 144 | 100 | 534 |

Sin embargo, los niveles de ganancia absoluta no indican la eficiencia o éxito relativo. Tasas de relación tales como rédito sobre inversiones (ganancias con respecto a los activos) o márgenes de ganancia (ganancias relativas con respecto a las ventas) proporcionan mejores indicios de la capacidad que un empresa tenga para generar ingresos.

Habían diferencias importantes entre los subsectores en términos de réditos sobre activos (Ilustración 8). Los talleres de reparación y empresas de productos alimenticios reportan niveles de ganancia más importantes con respecto al nivel de activos que cualquier otro de los demás sectores. Las empresas incluídas en el sector metalmecánica y grandes tiendas reportaron los menores niveles de ganancias con respecto a sus montos de activos.

Un patrón totalmente diferente emerge en términos de ganancias por unidad de ventas (véase Ilustración 9). En base a las respuestas que se dieron al cuestionario, los talleres de reparación, artesanías y peluquerías - todas las que ocupan mano de obra intensiva - acusan los más altos niveles de ganancias con respecto a sus volúmenes de ventas. Como puede esperarse, las tiendas pequeñas, tiendas grandes y artículos de cuero - que requieren contar con ingentes inventarios o insumos costosos - reportan los más bajos niveles de ganancia por unidad de venta.
d

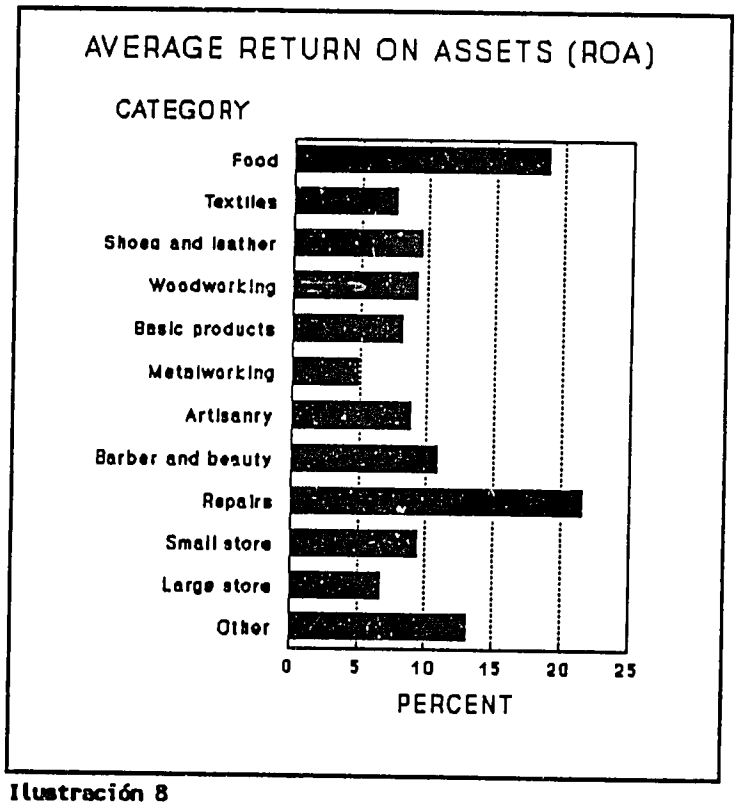


**Ilustración 8**

Como sucede en el caso de ventas y niveles de ganancia absoluta, no había diferencia discernible en base a la situación del beneficiario o su género. Los no-beneficiarios se desempeñaron tan bien como los beneficiarios de programas SME, y las empresas pertenecientes a mujeres se desempeñaron igual de bien que las pertenecientes a hombres.

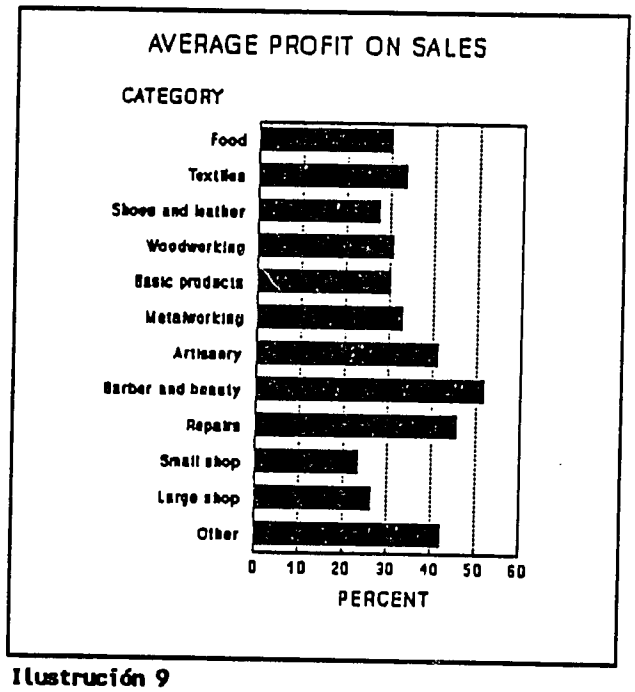


**Ilustración 9**

### Ganancias por Empleado

Las ganancias por empleado proporcionan un indicio en cuanto a la capacidad de una empresa para remunerar a sus trabajadores o para añadir nuevos empleados. En esta muestra, las grandes tiendas, pequeñas tiendas, productos básicos y productos alimenticios acusan los promedios más altos de ganancias por empleado (Ilustración 10). Las empresas de otros subsectores generan niveles significativamente más bajos de ganancias por empleado.

Como sucede en el caso de índices anteriores, no había diferencia discernible en base a la situación del beneficiario o su género. Los no-beneficiarios se desempeñaron igual de bien que los no beneficiarios

de programas MSE, y las empresas pertenecientes a mujeres se desempeñaron igual de bien que aquellas pertenecientes a hombres.

**Tasas de Relación de Costos y Beneficios Sociales**

El cálculo de un beneficio social con respecto a su costo (CBS) es otra manera de hacer estimaciones respecto a la viabilidad económica y aportaciones de una empresa. Definido como ". . . la tasa de relación del valor añadido de una empresa con respecto al costo de su capital y mano de obra, ambos valorizados según sus precios sombra. . .", la tasa de relación de costo-beneficio social nos da una medida de eficiencia:[51]

Una tasa de relación mayor a uno significa que una actividad o empresa tiene un efecto positivo sobre el resultado general de la economía, mientras que una tasa de menos de uno significa que tiene un efecto negativo.

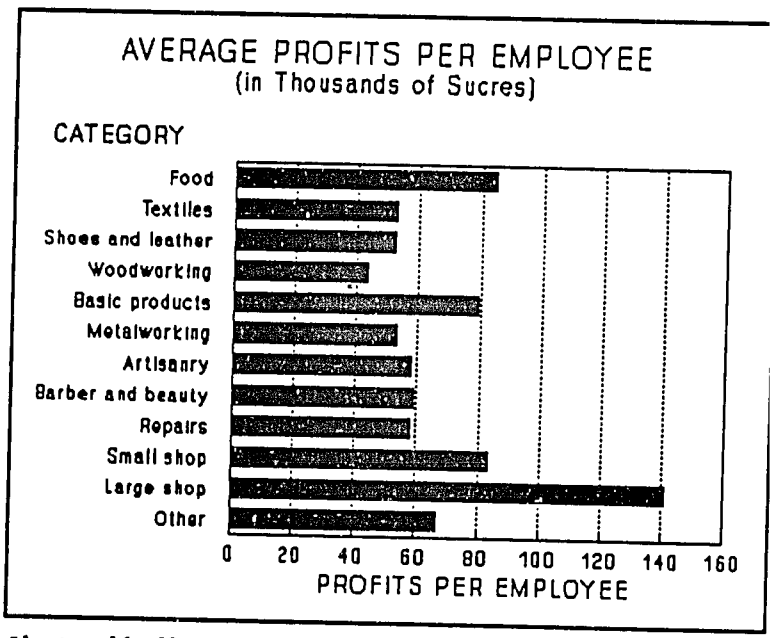


**Ilustración 10**

Esta tasa de relación de costo-beneficio social se calcula aplicando la siguiente fórmula:

$$CBS = \frac{VA}{r_{sK} + w_s L}$$

donde:

VA = Valor Añadido
$r_s$ = precio sombra (tasa interés) del capital
K = Total de Capital Fijo y Capital de Trabajo
$w_s$ = Precio sombre de mano de obra
L = total horas de trabajo, incluyendo horas de trabajo familiar

[51] Carl Liedholm y Donald Mead, *Small Scale Industries in Developing Countries: Empirical Evidence and Policy Implications*, (La Pequeña Industria en Países en Vías de Desarrollo: Evidencia Empírica e Implicaciones de Política) pp. 62-63.

En este caso, el "valor añadido" se calculó partiendo de las ventas totales menos el costo estimado de insumos que, a su vez se calcula en un 70 porciento del valor bruto de las ventas del producto.[52] El precio sombra del capital se calculó en 45 porciento.[53]. El sueldo mínimo de S/.32.000 por mes fue utilizado como precio sombra de la mano de obra.

De las 609 empresas para las que se calculó esta tasa de relación, únicamente 114 (18.7 porciento) arrojaban un CBS positivo; el resto acusaba o una tasa de relación negativa (245, o 40.2 porciento de las empresas) o una tasa de relación indeterminante (250, o 41.1 porciento de las empresas).[54] Relativamente pocas de las empresas aportaban contribuciones positivas a los resultados generales de la economía. Expresado de otra manera, el rédito real para la mayor parte de los empresarios incluídos en la muestra corresponde a niveles inferiores a los de la oportunidad de costos con respecto a sus capitales y trabajo, sustentando el concepto de un subempleo muy difundido entre el sector micro-empresarial.

El tamaño de la empresa estuvo inversamente correlacionado con la tasa de relación CBS. Como puede apreciarse a continuación, las empresas más pequeñas (aquellas que poseen menos de S/.750) estaban en capacidad de constituirse en un CBS positivo y con menos probabilidad de arrojar una tasa de relación CBS que cualquier otra empresa más grande. Las empresas más grandes (aquellas que poseen activos superiores a los S/.6 millones) estaban mucho más proclives a arrojar tasas de relación CBS negativas y mucho menos propensas a tener tasas de relación CBS que fueran positivas. Dicho de otra manera, las empresas más pequeñas tienden a ser más eficientes en la generación de ventas y ganancias, mientras que las empresas más grandes - que poseen mayores activos y número de empleados - son por lo general menos rentables.

La relación era consistente y altamente significativa. Como puede apreciarse en la Tabla 17, no solamente que las empresas más pequeñas acusaban tasas de relación CBS positivas sino que el promedio de CBS es mucho más alto que paraempresas más grandes, y la relación se muestra consistente en toda la gama de activos.

A tono con lo anterior, las empresas que cuentan con menos empleados tienden a acusar tasas de relación CBS más altas que las empresas que tienen mayor número de empleados. A medida que las

---

[52] Véase Robert Blayney, Capítulo Tres de este informe, respecto a tema tratado de cómo calcular el valor añadido.

[53] Los cálculos correspondientes a la tasa de inflación anual variaron del 35 a por sobre el 50 porciento. Los programas gubernamentales concedían préstamos al 39 porciento anual, mientras que las tasas de interés comercial sobre ahorros y préstamos correspondieron al 45 y 54 porciento, respectivamente.

[54] Reconociendo las limitaciones de datos, las empresas que acusan una tasa de relación CBS entre .61 y 1.4 fueron clasificadas como neutrales, y las empresas con tasas de relación superiores a 1.41 fueron clasificadas como positivas. Aunque estas variaciones parecen ser muygrandes, la variabilidad de los datos y la falta de precisión en el cálculo de valor añadido prohiben el uso de variaciones más estrechas. Cuando los límites de la variación "indeterminante" puede dar lugar a la duda, se daba que aquellas tasas de relación inferiores a .6 claramente tenían un bajo desempeño, mientras que aquellas que arrojaban 1.41 y más claramente tenían un buen desempeño.

empresas añaden empleados, aún dentro de la escala de la pequeña empresa considerada en este estudio, se tornan más ineficientes.

TABLA 17

TASAS DE RELACION COSTOS/BENEFICIOS POR TAMAÑO DE LA EMPRESA

| Monto Activos (en S/.000) | Promedio Tasa R.CBS | Número de Empleados | Promedio Tasa R. CBS |
|---|---|---|---|
| Menos de 750 | 1.21 | Hasta 1 empleado* | .96 |
| 751 a 1'500 | 1.04 | Entre 1 y 2 | 1.15 |
| 1'501 a 3'000 | .99 | Entre 2 y 4 | .91 |
| 3'001 a 6'000 | .82 | Sobre 4 | .83 |
| Sobre 6'000 | .55 | | |

*Incluye empresas operadas por sus propietarios a medio tiempo

También había importantes diferencias entre grupos industriales, ya que únicamente las empresas del sector de alimentos, talleres de reparación y grandes tiendas acusaban promedios positivos para las tasas de relación CBS. Los promedios para empresas en los demás sectores eran negativos, correspondiendo a la empresa metalmecánica el más bajo promedio de tasa de relación CBS.

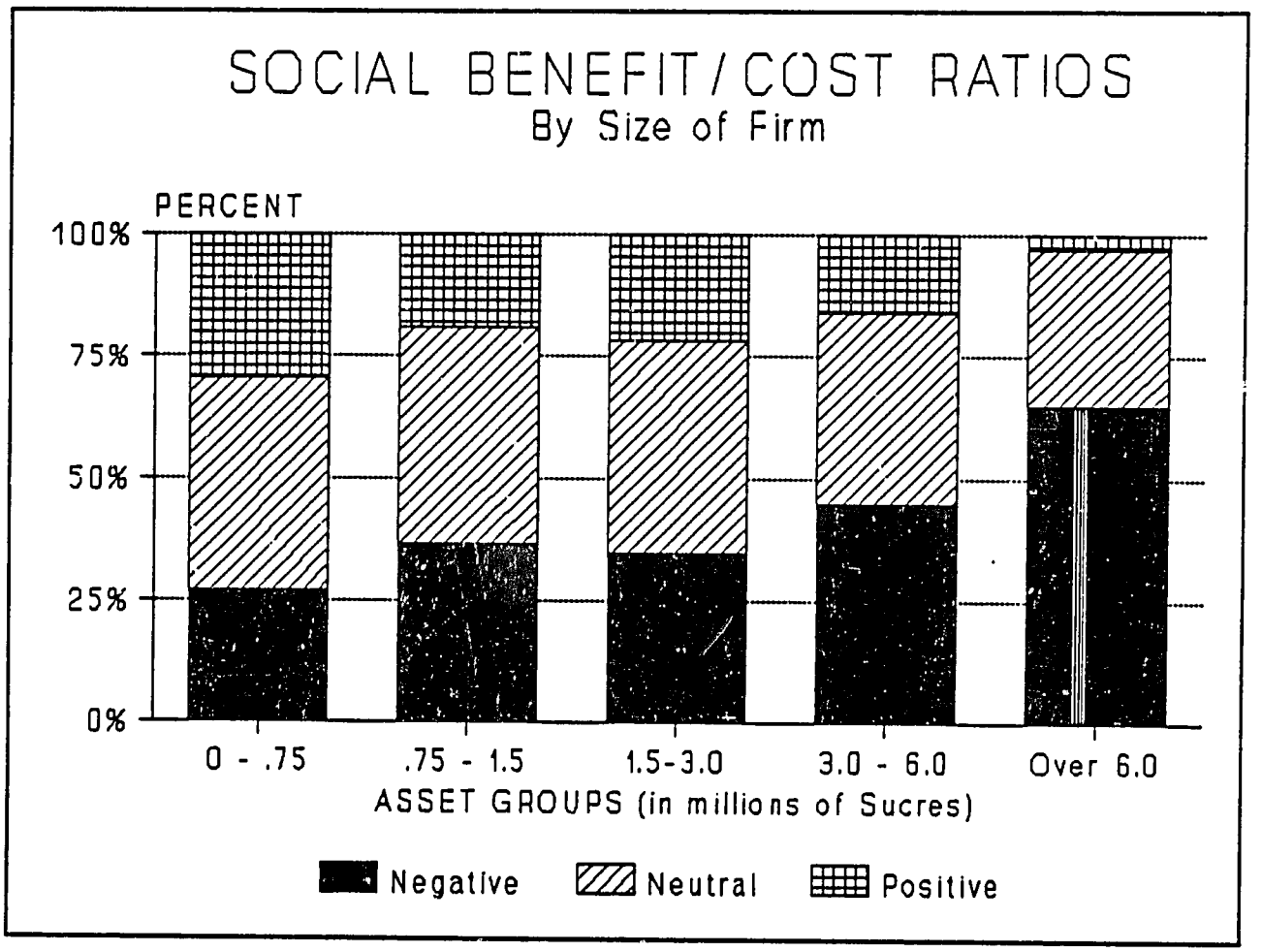


Ilustración 11

El género no fue un factor: el comportamiento de hombres y mujeres incluídos enla muestra era similar. Las empresas pertenecientes a mujeres tienen tanta probabilidad (o improbabilidad) como las de hombres para arrojar una tasa de relación BCS positiva.

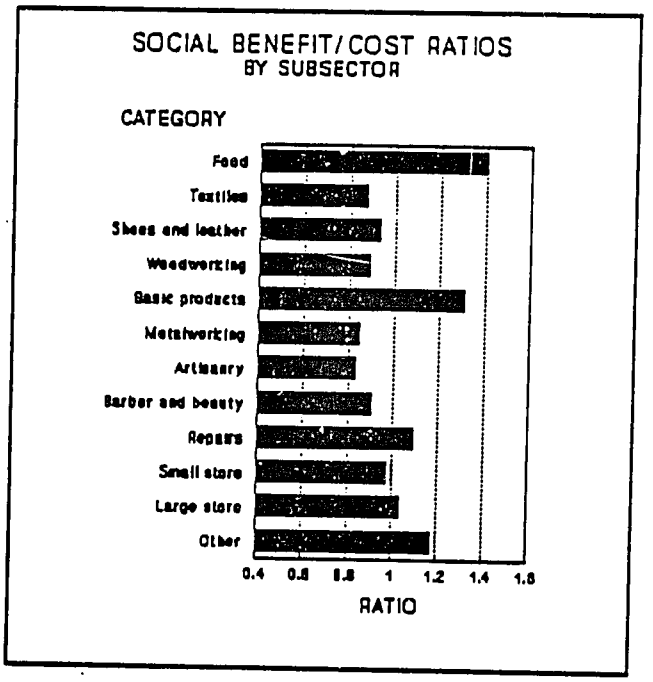


Ilustración 12

Parece que el estar asociado con uno de los programas micro-empresariales sí repercute marginalmente con respecto a la tasa de relación CBS. Aunque alrededor del mismo porcentaje de beneficiarios y no-beneficiarios contaba con tasas CBS positivas, los beneficiarios del programa estaban mucho menos proclives a tener tasas negativas que los no-beneficiarios. Pese a éllo, la relación no era estadísticamente significativa, y las diferencias no pueden ser atribuíbles al efecto que han tenido las intervenciones programáticas: en realidad los programas podrían estar ayudando a que los beneficiarios logren mayores tasas de relación CBS, o las tasas de relación más altas podrían significar que un mayor número de micro-empresarios de éxito están incorporándose a los programas. Sin embargo, hay dos aspectos de programas de ayuda a la micro-empresa que podrían estar negativamente relacionados con las tasas de relación CBS: Aquellos encuestados que nunca habían recibido asistencia técnica acusaban CBSs mucho más altos que aquellos que sí habían recibido asistencia técnica, y la capacitación parece no haber afectado la tasa de relación CBS.

El monto de crédito recibido por una empresa no repercutía efectivamente sobre el desempeño de esa empresa con respecto a las tasas de relación CBS. Aquellas empresas que habían recibido préstamos correspondientes a menos del 5 porciento de sus ventas anuales acusaban el promedio más alto de tasas de relación CBS, mientras que quienes habían recibido mayores montos de préstamos en comparación con sus ventas acusaban promedios mucho más bajos en las tasas de relación CBS (Tabla 18).

En aparente contradicción, las empresas que recibieron grandes montos de préstamo con respecto a su monto de activos tendieron a acusar altas tasas de relación. Esto es comprensible ya que las ventas no se relacionan directamente con los activos. Pequeñas empresas con grandes montos de venta tienden a tener las más altas tasas de relación CBS. Los préstamos son eficaces para la estimulación de ventas, pero deben ceñirse al tamaño de la empresa. Sorprendentemente, las empresas que nunca habían solicitado préstamos, o que habían presentado solicitudes que les habían sido denegadas, también acusaban altos promedios de tasas de relación CBS.

TABLA 18

TASAS DE RELACION COSTO/BENEFICIOS, SEGUN TAMAÑO DE EMPRESA

| Monto Prést. como Porcent. Ventas | Promedio Tasa R.CBS | Monto Prést. como Porcent. Activos | Promedio Tasa R.CBS |
|---|---|---|---|
| Hasta el 5 porciento | 1.19 | 0 a 10 porciento | .66 |
| 5 a 10 porciento | .99 | 11 a 20 porciento | .83 |
| 10 a 20 porciento | .81 | 21 a 40 porciento | .95 |
| Sobre 20 porciento | .60 | Sobre 40 porciento | 1.16 |

## CARACTERISTICAS DEL EMPLEO Y GENERACION DE PUESTOS DE TRABAJO

### Características Generales

Aunque la definición de lo que constituye una "micro", "pequeña" y "mediana" empresa varía considerablemente entre las diversas instituciones, el número de empleados es una de las variables que más asiduamente se utiliza para distinguirlas entre sus categorías. Para algunos, las "micro" empresas son negocios manejados por una sola persona, mientras que otros asignan límites numéricos arbitrarios sobre su cantidad de empleados cuál corresponde a cuál: Micro-empresa puede definirse a aquella que posee menos de 2, 4, 6, o 10 empleados, mientras que la pequeña empresa tiene menos de 10, 25, o 50. Para otros, las micro-empresas constituyen negocios que dan empleo únicamente a miembros de su familia, mientras que la pequeña empresa contrata a trabajadores ajenos a la familia. En cualquier caso, se presume que las micro-empresas dan empleo a menos gente que las pequeñas empresas que a su vez dan empleo a menos gente que las empresas medianas.

**Número de Empleados**

Las empresas incluídas en esta encuesta variaban de propietarios únicos que generaban empleo únicamente para sus dueños, hasta una empresa que contaba con el equivalente de 12.5 empleados a tiempo completo.[55] La muestra está comprendida predominantemente por empresas muy pequeñas, ya que casi un cuarto de éllas proporcionaba empleo únicamente a su propietario (ya sea a tiempo completo o a medio tiempo). Las empresas que contaban con 3 o menos empleados a tiempo completo constituían el 65.8 porciento de la muestra, y casi el 84 porciento de las empresas entrevistadas daban empleo a 5 empleados o menos. La empresa más pequeña generaba empleo a tiempo parcial únicamente para su propietario, mientras que la más grande tenía un equivalente de 12.5 empleados.

TABLA 19

NUMERO DE EMPLEADOS, SEGUN GENERO DEL EMPRESARIO

| NUMERO DE EMPLEADOS | GENERO | | TOTALES |
|---|---|---|---|
| | Masculino | Femenino | |
| Solo el Propietario | 58<br>15.3% | 84<br>41.6% | 142<br>24.4% |
| 1 a 3 | 165<br>43.4% | 76<br>37.6% | 241<br>41.4% |
| 3 a 5 | 78<br>20.5% | 26<br>12.9% | 104<br>17.9% |
| 5 a 10 | 72<br>18.9% | 13<br>6.4% | 85<br>14.6% |
| Más de 10 | 7<br>1.8% | 3<br>1.5% | 10<br>1.7% |
| TOTALES | 380<br>100.0% | 202<br>100.0% | 582<br>100.0% |

Las micro-empresas que formaban parte de la encuesta generaban 1.832 puestos de trabajo a tiempo completo en favor de 2.096 personas, un promedio de 3.15 puestos a tiempo completo por empresa. La pequeña empresa en el Ecuador no utiliza exhaustivamente la contratación de empleados a medio tiempo ya que más del 50 porciento de las empresas entrevistadas no contaban con empleados a medio tiempo.

Las empresas pertenecientes a hombres tienden a ser más grandes que aquellas que pertenecen a mujeres: las empresas cuyos dueños son hombres tenían un promedio de 3.59 empleados, mientras que las de mujeres sólo contaban con un promedio de 2.3 empleados. Esto se ve claramente reflejado en la distribución de empresas de acuerdo al número de empleados (véase Tabla 19).[56] Casi dos tercios de las empresas con propietarias tenía solo uno o dos empleados, en comparación con solo un tercio en el caso de los hombres. Por contraste, casi el 10 porciento de las empresas con dueños contaban con más de 7 empleados, comparado con únicamente el 2 porciento para aquellas pertenecientes a mujeres.

El tamaño promedio de las empresas también varía importantemente según su subsector (Véase Ilusración 13). El empleo promedial por empresa varía de alrededor del 1.7 en el caso de peluquerías y tan alto como 4.4 para metalmecánica. Metalmecánica, fabricación de productos básicos y madereras

[55] El número total de empleados se calculó en base al equivalente de un empleado a tiempo completo por cada empleado a tiempo completo y equivalencias de .5 para aquellos empleados que trabajaban a medio tiempo.

[56] El número de empleados incluye al propietario, y se expresa en términos de equivalencias de empleos a tiempo completo.

tienden a dar trabajo a mayor número de empleados que otras ocupaciones, siendo las peluquerías y salones de belleza así como tiendas pequeñas las que menos empleados tienen.

Presumiendo que el tamaño de la empresa esté parcialmente determinado por las fuerzas de mercado y cuestiones de eficiencia, parecen existir limitaciones naturales respecto al número de empleados que contrata una empresa en un subsector dado. Esto podría explicar en parte las diferencias que existen en el tamaño relativo de las empresas pertenecientes a hombres y mujeres: la mujer tiende a concentrarse en subsectores que están dominados por empresas más pequeñas. El número de empleados contratado por ese tipo de empresas guarda consistencia con el tamaño de la empresa que se precisa para operar eficientemente en dicho subsector.

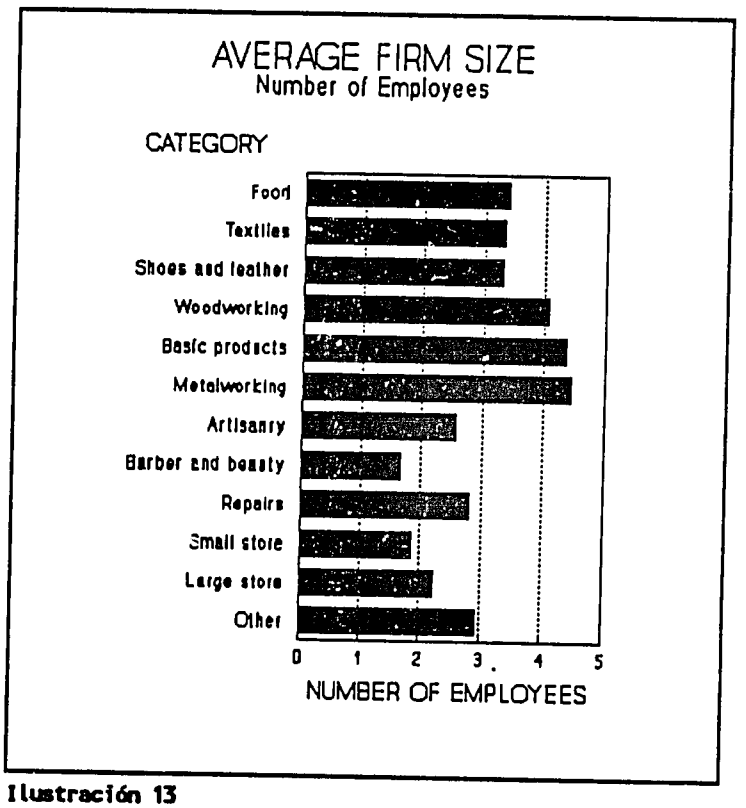


**Ilustración 13**

### Tamaño Inicial del Negocio

La mayor parte de los encuestados se iniciaron con negocios pequeños. Más de la mitad (57 porciento) los iniciaron con un solo empleado. Las mujeres estaban más proclives que los hombres a iniciar sus propios negocios solas: 64 porciento de las mujeres comparado con 53.4 porciento no contaba con ayuda al momento de iniciar el negocio. Las actividades textiles, fabricación de artículos de cuero, peluquerías y salones de belleza así como tiendas pequeñas son los subsectores que mas propensamente se iniciarían sin empleados aparte del propietario, implicando que dichos negocios pueden empezar fácilmente mediante la gestión de una sola persona con muy poco capital, sin deseos de correr el albur de contar con un empleado. Las tiendas grandes, y gente involucrada en la fabricación de bienes alimenticios y productos básicos por lo general tienen por lo menos un empleado al momento de iniciar su negocio.

### Género de los Empleados

Alrededor de dos tercios del número total de empleados representados en la muestra era consituída por hombres, lo que aproxima la ditribución por género de la muestra en sí. El género de los empleados tiene relación directa con el de su propietario y el sector industrial en que se trabaja. Preponderantemente, los hombres contratan hombres y las mujejres contratan mujeres. Los hombres contratan, como promedio, 2.8 hmobres por cada mujer que contratan; las mujeres, en cambio, contratan casi 2.7 mujeres por cada hombre que contratan. Existe una fuerte correlación con las diferencias de

sexo para las ocupaciones en lugar de una discriminación del sexo. Los mecánicos (quienes tienden a ser hombres) contratan a gente que tienen destrezas en esa área (que también resultan ser hombres). Las costureras (que son mujeres) contratan a gente que saben confeccionar vestidos (que también resultan ser mujeres). No parece haber suficiente especialización de tareas dentro de cada pequeña empresa como para dar lugar a empleo para ambos géneros.

**Participación de Miembros de la Familia**

Ligeramente por sobre la mitad de los encuestados (57.6 porciento) involucran a otros miembros de la familia -- ya sea cónyuge o hijos -- en sus negocios. Es más probable que los hombres (45.1 porciento) que las mujeres (25.3 porciento) requieran de la ayuda de su cónyuge en el negocio. Esto podría reflejar mayores limitaciones económicas para la mujer, en el sentido de que los cónyuges de mujeres casadas quienes poseen su propio negocio tienden a tener empleos externos, mientras que las esposas de hombres casados por lo general no tienen empleo antes de que se forme el pequeño negocio. Su trabajo en la empresa limita la necesidad de contratar a alguien fuera de la familia, disminuye los costos laborales directos, afianza los ingresos familiares, y le permite a la esposa manejar simultáneamente sus quehaceres domésticos.

Las mujeres tienen mayor tendencia (33.8 porciento) que los hombres (21.7 porciento) a involucrar a sus hijos en el negocio. Esto podría deberse a la naturaleza del negocio (ciertas empresas requieren de destrezas especializadas) pero ciertamente refleja la circunstancia de es mayor el número de hombres cuyos negocios se encuentran físicamente separados de la casa. Es menos conveniente para sus hijos el involucrarse en el negocio cuando no está basado en la casa.

**Empleados Ajenos a la Familia**

Ligeramente más de la mitad (55.6 porciento) de los encuestados contrata mano de obra ajena a la familia para su negocio. Existen pronunciadas diferencias de empleo según el sexo de los miembros ajenos a familia, ya que dos tercios de los hombres contratan a personas ajenas a la familia, en comparación con únicamente el 37.8 porciento de las mujeres (Tabla 20). Esto es consistente con los patrones generales de querer involucrar a la familia en los negocios. Las empresas pertenecientes a hombres tienden a ser más grandes, necesitando de más empleados que los que representa su familia. También precisan contar con destrezas especializadas que a menudo no pueden ser proporcionadas por miembros de la familia. Finalmente, sus empresas tienden a estar ubicadas lejos de sus casas, lo que hace tanto más fácil como más necesario contratar a gente ajena a la familia.

La decisión de dar empleo a personas ajenas a la familia se relaciona directamente con el tamaño de la empresa, que en las tendencias actuales abarca a tres empleados. Con dos empleados o menos, el 79.3 porciento de los encuestados empleaban a únicamente miembros de la familia; pero 86.4 porciento de las empresas que poseían tres o más empleados contrataban a gente ajena a la familia.

La contratación de mano de obra ajena a la familia también guarda relación con el subsector en que se encuentre ubicada la industria. Las empresas textiles, de calzado y cuero, madereras, de productos básicos, metalmecánica y reparaciones tienden a emplear a gente ajena a la familia. Peluquerías y salones de belleza así como tiendas grandes y pequeñas tienden a contratar a muy poca mano de obra ajena a la familia, mientras que las empresas de productos alimenticios y artesanías acusan una combinación en cuanto a mano de obra.

TABLA 20

EMPLEO DE PERSONAS AJENAS A LA FAMILIA

| SON PERSONAS AJENAS A LA FAMILIA QUE TRABAJAN EL NEGOCIO | GENERO | | TOTALES |
|---|---|---|---|
| | Masculino | Femenino | |
| Si | 245<br>65.2% | 76<br>37.8% | 321<br>55.6% |
| No | 131<br>34.8% | 125<br>62.2% | 256<br>44.4% |
| TOTALES | 376<br>100.0% | 201<br>100.0% | 577<br>100.0% |

## Ampliación de Empleos

La generación de puestos de trabajo es uno de los tres objetivos clave de los programas para la micro y pequeña empresa que reciben el auspicio de A.I.D. Aparte del hecho de que la pequeña empresa proporciona empleos para una importante parte de la población económicamente activa, existe la cuestión de si continuarán expandiéndose o no y si se vislumbran mayores oportunidades de empleo.

## Crecimiento Total

Al momento, las empresas que forman parte de la muestra proporcionan empleo por el equivalente de 1.832 empleados a tiempo completo. Cuando estas mismas empresas se iniciaron generaron empleo para 995 personas. Por lo tanto, ligeramente por sobre la mitad (54 porciento) de los puestos de trabajo creados por estas empresas fueron generados por la formación inicial del negocio, y un poco menos de la mitad por la expansión subsecuente.

De acuerdo con las respuestas de la encuesta, ligeramente por sobre la mitad de las empresas (347 de las 568 empresas para las que se dispone datos) han añadido empleados desde que se fundaron. Otras 154 firmas se han mantenido sin cambio, mientras que únicamente 67 han disminuído claramente en el número total de empleados.

El incremento promedio general en cuanto a generación de empleos de las empresas de la muestra corresponde a 1.47 empleados a tiempo completo por empresa.[57] Las empresas que han visto disminuídas sus actividades han perdido un total de 65 empleados a tiempo completo, es decir un promedio aproximado de un equivalente a un empleado a tiempo completo por empresa. Las 347 empreas que han prosperado han añadido un total de 902 empleados, es decir un promedio de 26 nuevos equivalentes a tiempo completo por empresa.

[57] La expansión de empleos total se calculó al restar el número de empleados con los que se inició el negocio con (según las respuestas incluídas) el número calculado de empleados a tiempo completo que trabajaban en la empresa al momento de realizarse la entrevista.

Los negocios pertenecientes a hombres han añadido más puestos de trabajo que aquellos pertenecientes a mujeres (véase Tabla 21). Como promedio, las empresas pertenecientes a hombres han creado 1.87 nuevos puestos de trabajo por empresa, mientras que los negocios pertenecientes a mujeres han creado únicamente un promedio de .73 nuevos puestos de trabajo a tiempo completo. Como se tratará más adelante, la expansión relativamente menor en la generación de empleos en empresas pertenecientes a mujeres refleja el hecho de que estos negocios son más nuevos, comenzaron más pequeños y son más pequeños que las empresas pertenecientes a hombres.

TABLA 21

PATRONES DE GENERACION DE EMPLEOS, POR GENERO

| | Pert. a Mujeres | | | Pert. a Hombres | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Tipo de Cambio | No. Empre. | Cambio Total | Cambio Promed. | No. Empre. | Cambio Total | Cambio Promed. |
| Menor Número de Empleados | 21 | -21 | -1.00 | 36 | -34 | -.94 |
| Se mantuvo igual | 80 | 0 | - | 74 | 0 | - |
| Mayor Número de Empleados | 96 | 165.5 | 1.72 | 261 | 726.5 | 2.78 |
| Totales | 197 | 144.5 | .73 | 371 | 692.5 | 1.87 |

Los beneficiarios del programa han creado ligeramente más puestos de trabajo que los no-beneficiarios, promediando en 1.59 nuevos empleos por empresa, comparado con un promedio de 1.13 nuevos puestos de trabajo por empresa entre los encuestados que no constituían beneficiarios (Tabla 22), lo cual es indicativo de que la expansión en empleos no puede atribuirse a las intervenciones programáticas.

TABLA 22

PATRONES DE GENERACION DE EMPLEOS, SEGUN SITUACION DE BENEFICIARIO

| | Beneficiarios | | | No-Beneficiarios | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Tipo de Cambio | No. Empr. | Cambio Total | Cambio Prom. | No. Empr. | Cambio Total | Cambio Promed. |
| Menor Número de Empleados | 46 | -43 | .94 | 21 | -22 | -1.05 |
| Permaneció sin Cambio | 104 | 0 | - | 50 | 0 | - |
| Mayor Número de Empleados | 270 | 712.5 | 2.64 | 77 | 189.5 | 2.46 |
| Totales | 420 | 669.5 | 1.59 | 148 | 167.5 | 1.13 |

La expansión total en empleo también guarda relación con el sector industrial en que funciona la empresa (Ilustración 14).

Las empresas madereras, de productos básicos y metalmecánica han tenido el promedio más alto de expansión en la generación de empleos. La mayoría de las empresas que operan en estos sectores son operadas por hombres. Las pequeñas tiendas y bazares, salones de belleza y peluquerías, talleres artesanales y de reparación generan muchos menos puestos de trabajo. Con excepción de los talleres de reparación (y en menor medida, los artesanales) tienden a pertenecer a mujeres. Las tiendas grandes en realidad tienden a un crecimiento negativo en materia de generación de empleos.

Parte de la diferencia en la expansión general de fuentes de empleo obedece indudablemente al tiempo de operación de un negocio. La empresa más grande incluída en la muestra contaba con 12.5 empleados, parece haber un límite al crecimiento en el empleo, el mismo que ha sido alcanzado por las empresas más grandes.

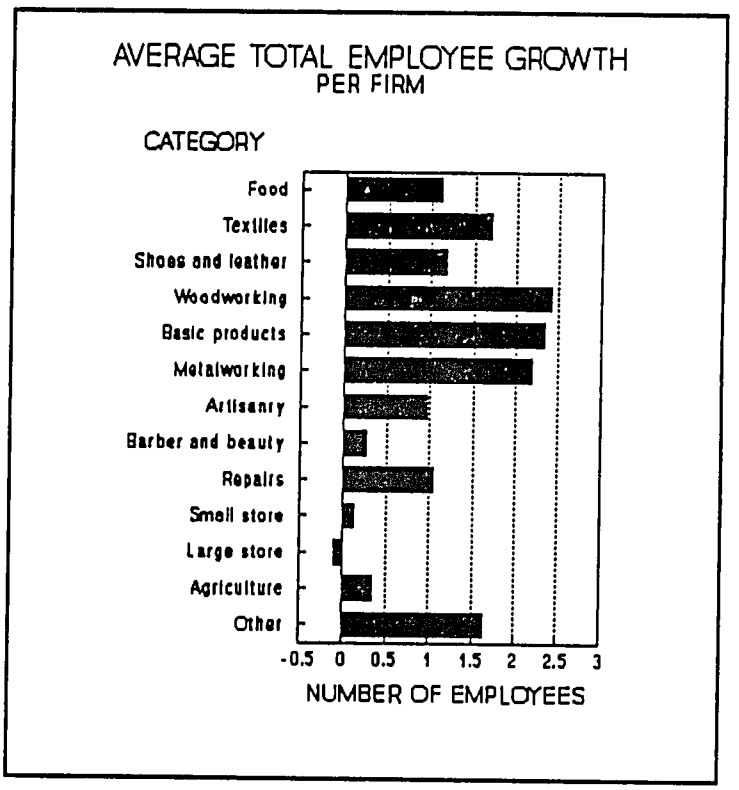


Ilustración 14

### Tasas de Expansión del Empleo

Sin embargo, la expansión total del empleo no presenta una visión panorámica completa de la dinámica implicada en la generación de empleos dentro del SME porque no toma en cuenta la edad de las empresas contenidas en la muestra. Al hacer un control de la edad de las empresas se demuestra que los negocios nuevos están ampliando el número de empleados a un ritmo más acelerado que empresas ya establecidas. Las empresas que llevaban un año de establecidas o menos habían añadido nuevos empleados a una tasa promedio de .78 por año, mientras que las empresas que tenían por sobre los 11 años de establecidas acusaban una tasa promedio de únicamente .12 por año.[58] La relación era fuerte, importante y significativa para todo el espectro de edades (véase Tabla 23).

TABLA 23

IMPACTO DE LOS AÑOS DE VIDA DE UN NEGOCIO SOBRE LA TASA DE GENERACION DE EMPLEOS

| Tiempo del Negocio | Promedio | + Bajo | + Alto |
|---|---|---|---|
| 1 año o menos | .78 | -2.0 | 8.0 |
| 2 a 3 años | .48 | -1.0 | 4.8 |
| 4 a 6 años | .22 | - .3 | 1.7 |
| 7 a 10 años | .21 | - .2 | .8 |
| 11 años o más | .11 | - .1 | .8 |

En ausencia de otros datos, esto parece sugerir que las empresas más viejas había alcanzado su madurez - ya sea debido a la saturación de mercados, voluntad de ampliarse y asumir nuevos riesgos, o limitaciones en su gestión gerencial. Un trabajo de investigación ulterior podría tratar de explorar estos temas a fin de tratar de determinar si existe o no un patrón generalizado para todo el espectro ME, o si fue un fenómeno peculiar a esta muestra.

Las empresas pertenecientes a hombres tienden a añadir empleados a una tasa mucho más rápida que para las empresas pertenecientes a mujeres. Como promedio, los hombres añaden .4 nuevos empleados al año, mientras que el promedio para la mujer es de .14 nuevos empleados al año. Aún en

[58] Esto fue calculado al tomar el número de empleados que se habían añadido a la empresa desde su inicio, dividido por el número de años que la empresa había estado en funcionamiento.

el control que se hacía de las empresas según su tiempo de establecidas, las empresas pertenecientes a mujeres crecieron a un ritmo más lento. Por ejemplo, para aquellas firmas que se encontraban operando durante un año o menos, el 68 porciento de aquellas que pertenecían a mujeres experimentaron una tasa negativa o ningún crecimiento en el nivel de empleos, comparado con únicamente el 23.8 porciento en el caso de empresas pertenecientes a hombres. Del mismo modo, 71.4 porciento de estas nuevas empresas pertenecientes a hombres añadieron un promedio de por lo menos .5 nuevos empleados al año, comparado con únicamente el 12 porciento de las empresas de este grupo pertenecientes a mujeres.

En términos de tasas anualizadas de expansión de las fuentes de empleo (Ilustración 15), las empresas metalmecánicas, de productos básicos, textiles y madereras tienden a acumular las tasas anuales más altas de crecimiento en el nivel de empleos. Tanto los subsectores de alimentos como de textiles tienden a generar empleos a una tasa anual más alta de la que sugiere el índice global de generación de empleos (según consta anteriormente). Nuevamente, las tiendas y bazares, peluquerías y salones de belleza, talleres artesanales y de reparación generan mucho menos puestos de trabajo que otros subsectores.

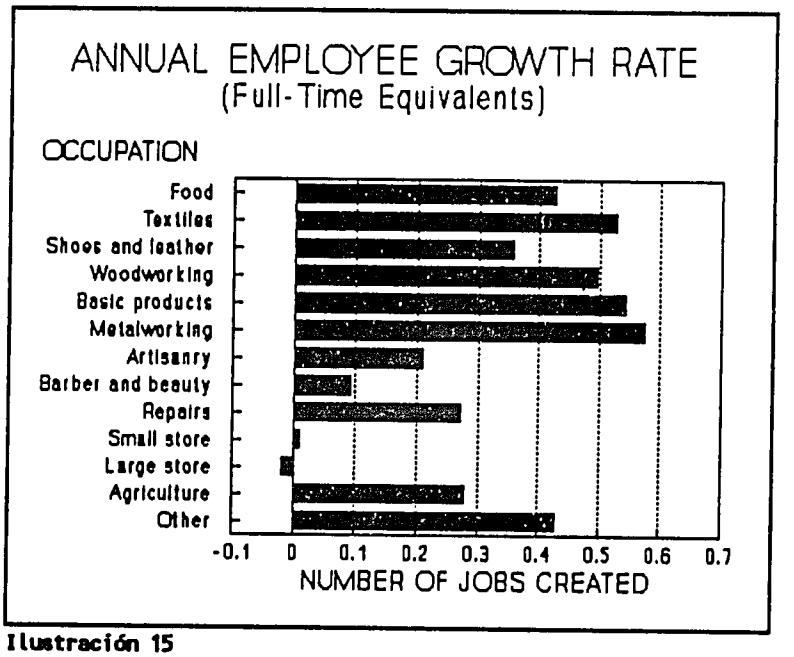


**Ilustración 15**

**Influencia del Monto de Activos y la Rentabilidad sobre la Generación de Empleos**

Varios factores han tenido impacto directo sobre los patrones de generación de empleo que se presentaran anteriormente. El género de los propietarios y el tiempo de establecido de un negocio han sido ya analizados. Otros factores incluyen el monto de activos de la empresa y sus niveles de rentabilidad.

El monto de activos juega una función importante para determinar la tasa de generación de empleos. Las empresas más grandes tienen mayores incrementos con respecto al número absoluto de empleados y tienden a incrementar las fuentes de empleo a tasas más rápidas (Ilustración 16). La relación es fuerte, y significativamente alta.

Aquellas empresas que tienen niveles más altos de ganancia absoluta tenderán con mayor probabilidad a ampliar el número de empleos que las empresas que acusan menores niveles de ganancia absoluta (Ilustración 17). Empresas que tienen ganancias más substanciosas acusan tanto mayor prosperidad para sus empleados como mayor promedio anual para el incremento en el número de empleados. De las 508 empresas para las que se tenía datos, por ejemplo, el 35.3 porciento que acusaba ganancias del orden de los S/.200.000 ($235) mensuales o más tenía un promedio de más de .5 nuevos empleados al año, en comparación con únicamente el 8.2 porciento de las empreas que percibía menos de S/.50.000 ($58) en ganancias mensuales. Y contrariamente, únicamente el 13.5 porciento de las

empresas más rentables no acusaba ninguna expansión o acusaba una expansión negativa en la generación de empleos, comparado con 27.0 porciento de las empresas menos rentables. Esta relación es fuerte y altamente significativa.

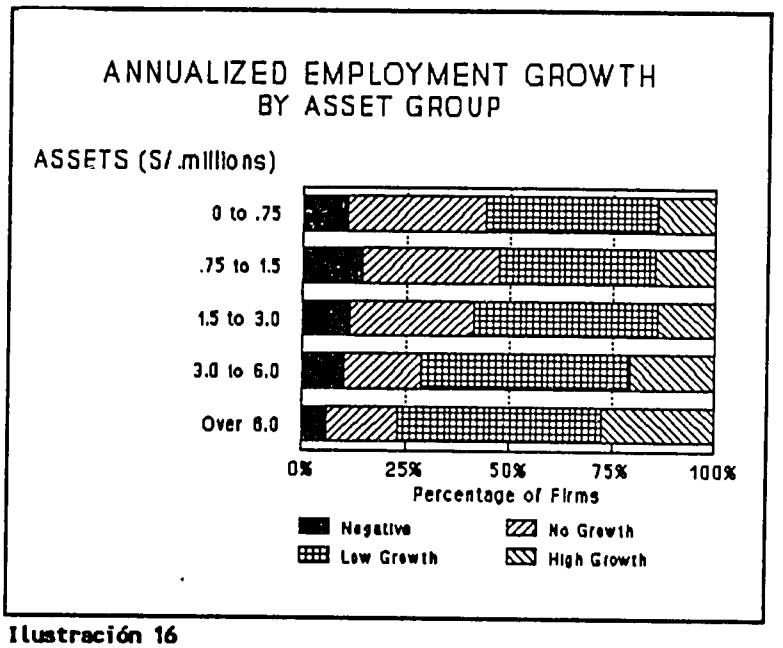


Ilustración 16

Se ha hecho evidente una constante dicotomía a lo largo de la muestra para esta encuesta: las empresas más grandes y con más tiempo de funcionamiento tienden a ser menos dinámicas, menos exitosas y crecer más lentamente que las empresas recientes y pequeñas. Existen algunas excepciones obvias - empresas grandes que crecen aceleradamente y empresas pequeñas que se han estancado - pero la relación ha sido firme y vasta. Podría ayudar el trabajo de investigación ulterior que examine los aglutinamientos específicos de empresas a fin de detectar si existen diferencias justificables que ayuden a refinar las estrategias de intervención.

**Costo Implicado en la Creación de Puestos de Trabajo**

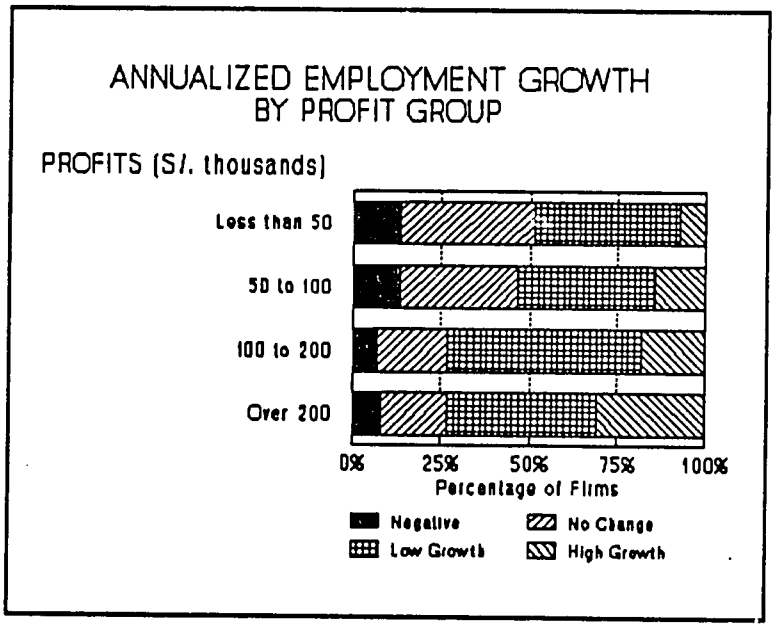


Ilustración 17

El monto de activos por empleado puede utilizarse como una influencia en el promedio de costos implicados en la generación de un puesto de trabajo a tiempo completo. Uno de los argumentos más fuertes en favor del apoyo a la pequeña empresa radica en que son generadores relativamente eficaces de puestos de trabajo - precisando mucho menos capital por puesto creado que lo que sucede en empresas mayores. En esta muestra, los activos por empleado variaron de un nivel bajo de S/.2.500 ($2.90) a un nivel alto de S/.28 millones ($32.558). El costo promedio por empleado correspondió a S/.1.6 millones ($1.840), pero el término medio correspondió a únicamente S/.850 mil ($999), y el 95 porciento de las empresas contaba con activos inferiores a los S/.5 millones ($5.850) por empleado. La creación de puestos de trabajo no ocurre en estas empresas a costos relativamente bajos.

Los datos no mostraron diferencia alguna entre las empresas pertenecientes a hombres y mujeres: ambos tienden a tener los mismos niveles de activos por empleado. Esto sugiere que las mujeres no son necesariamente generadoras de empleo más eficientes que los hombres, como han descubierto otros estudios.

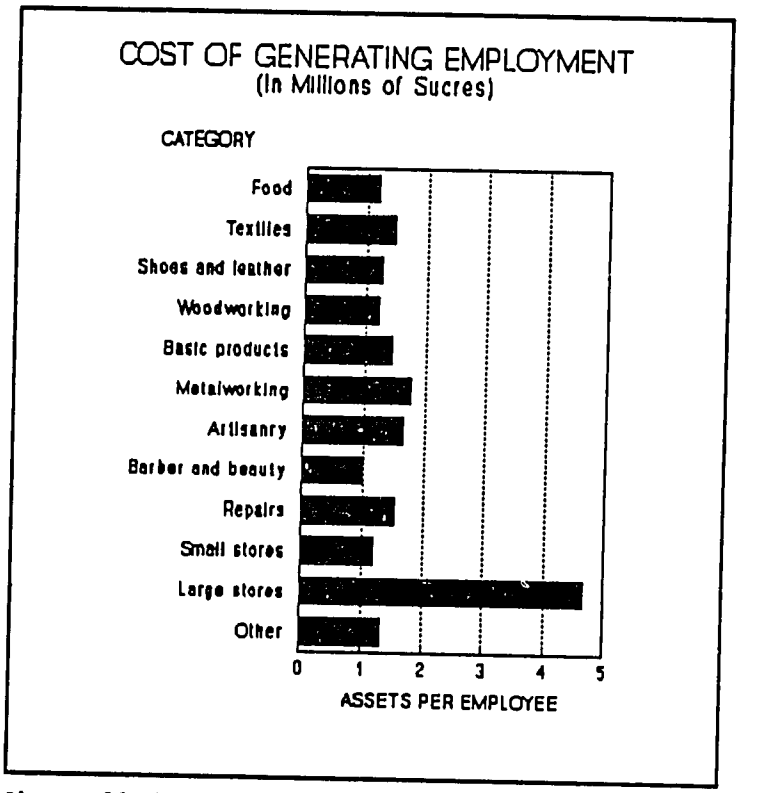


Ilustración 18

Sin embargo, existió una importante diferencia entre los sectores. Como puede apreciarse en la Ilustración 18, el monto promedio de inversión requerida por empleado va de S/.1'0 millón ($1.176) a S/.1.8 millones ($2.058) en la mayoría de sectores. Aunque la Ilustración 18 parecería mostrar muy poca diferencia entre la mayoría de los subsectores, las variaciones son substanciales: por ejemplo se requiere un nivel del 75% más de inversión para generar un puesto de trabajo en metalmecánica, con respecto a peluquerías y salones de belleza. Las tiendas grandes tienen el mayor costo por puesto de trabajo creado, con un promedio de S/.4.6 millones ($5.411) de capital invertido por empleado. Los programas que enfatizan la creación de empleos deberían examinar estas diferencias muy cuidadosamente para validar las premisas relativas al potencial de generación de puestos de trabajo que pueda tener un programa.

## Réditos Laborales

### Ventas por Empleado

Las ventas generan los ingresos necesarios para contratar y pagar a empleados, por lo que tienen una repercusión directa tanto sobre las oportunidades de empleo como sobre los niveles de sueldo. La tasa de relación de ventas totales con respecto al número de empleados es un fuerte indicio de la capacidad que una empresa tenga para generar suficiente volumen de ventas para sostener el negocio y sustentar su prosperidad. Con una tasa de relación de costo de los bienes vendidos que corresponda a entre 60 y 70 porciento[59] se debe contar con un monto de ventas mensual de entre S/.70.000 y S/.100.000 para pagar el salario mínimo (S/.32.000) de un empleado.

[59] Véase el Capítulo Tres de este informe, que contiene cálculos de estructuras de costos para la pequeña empresa.

A este respecto, la mayoría de las empresas incluídas en la muestra correspondían claramente a negocios muy pequeños. Un cuarto de las empresas acusaba volúmenes de venta inferiores a los S/.75.000 por mes, lo que indicaría que únicamente son capaces de proporcionar marginalmente empleo a tiempo completo para el propietario. Otro 24 porciento de las empresas contaba con ventas mensuales de entre S/.75.000 y S/.150.000 que generarían suficientes ingresos para sufragar el empleo a tiempo completo de 1 ó 2 empleados. Otro 16 porciento de las empresas tenían montos mensuales de ventas de S/.150.000 a S/.225.000, lo suficiente como para sostener el empleo a tiempo completo de entre dos o tres empleados. Finalmente, el 34 porciento de las empresas generaron más de S/.225.000 en ventas mensuales, el mínimo necesario para proporcionar empleo a tiempo completo a tres o más empleados.

Las ventas por empleado no se relacionaban con el género. Empresas pertenecientes a hombres y mujeres de la muestra tenían volúmenes de ventas similares por empleado. Aún cuando el tipo y tamaño de la empresa estaban controlados, no se discernía diferencia con respecto a las ventas por empleado según el género de sus propietarios.

La situación de beneficiario guardaba relación con la tasa de ventas por empleado, pero el patrón no era consistente. Más no-beneficiarios que beneficiarios acusaban menores niveles de ventas por empleado, pero proporciones similares de los dos grupos tenían altos niveles de venta por empleado. La mayoría de los beneficiarios con respecto a no-beneficiarios tenían tasas de ventas por empleado que eran más bien moderadas.

Sin embargo, existían substanciales diferencias subsectoriales. Las empresas que incursionaban en productos alimenticios, tiendas grandes y pequeñas, y de productos básicos tendían a acusar los niveles más altos de ventas por empleado. Si bien esto sería indicativo de un gran potencial para la expansión de empleos, dos de éstas - las pequeñas y grandes tiendas - constituyen los subsectores que acusan los menores niveles de expansión de empleos dentro de la muestra. Logran ganancias mediante la austera limitación del número de empleados que trabaja en el negocio. Los subsectores artesanales, de peluquerías y salones de belleza así como talleres de reparación tienen el promedio más bajo de ventas por empleado. En todos los casos éstas últimas constituyen empresas de servicios personales que pueden cobrar un poco más que los costos de mano de obra por los servicios prestados.

**Ganancias por Empleado**

Aún más que las ventas, las ganancias por empleado indican la capacidad de una empresa para incrementar el nivel de compensaciones a sus empleados, ya sea mediante el empleo de más trabajadores o mediante mayores remuneraciones para los empleados que tienen.

Más de dos tercios de la muestra (67.9 porciento) tenían niveles de ganancia inferiores a los S/.60.000 por empleado.[60] Otro 13.4 porciento de los encuestados reportó ganancias mensuales de S/.60.000 a 90.000, mientras que únicamente el 18.8 porciento tenía ganancias que excedían de S/.90.000 por empleado.

---

[60] No está claro en las respuestas si las ganancias están siendo reportadas para antes o después de que el propietario haya recabado su compensación personal del negocio.

Existían diferencias en la distribución de respuestas según el género de los encuestados. Las empresas pertenecientes a mujeres tendían a acumular mayores ganancias por empleado que las pertenecientes a hombres. Mientras el 38 porciento de las empresas pertenecientes a hombres habían reportado ganancias mensuales inferiores a los S/.30.000 ($35) por empleado, únicamente el 28 porciento de las empresas pertenecientes a mujeres tenía niveles de ganancia tan bajos. En el otro extremo del espectro, más empresas pertenecientes a mujeres (323.9 porciento comparado con 16 porciento para empresas pertenecientes a hombres) reportaron márgenes mensuales de ganancia superiores a más de S/.90.000 ($105) por empleado.

La diferencia en ganancias por empleado entre beneficiarios y no-beneficiarios de la muestra no tenía significado estadístico alguno. Más no-beneficiarios que beneficiarios se encontraban en la categoría de baja rentabilidad (menos de S/.30.000 por empleado al mes), pero también más también había entre éllos quienes se encontraban en la categoría de rentabilidad alta.

Sin embargo, había diferencies subsectorales fuertes. Pequeñas tiendas, grandes tiendas y empresas pertenecientes a los subsectores de alimentos y productos básicos producían niveles de ganancia importantemente más altos por empleado que las empresas de cualquier otro subsector.

**Niveles de Sueldo**

Las ganancias por empleado no se traducen directamente en mejores sueldos. En base a los niveles salariales reportados dentro de la encuesta, únicamente aquellos empleados que se encontraban en el sector de productos básicos promediaban en sueldos que se aproximaban al salario mínimo vital nacional.[61] Las grandes tiendas, que tenían los promedios más altos de ganancias por empleado, pagaban sueldos promedio a sus empleados. Los sueldos en los sectores de alimentos, cuero, madereras, metalmecánicas, reparaciones y tiendas grandes promediaron dentre S/.20.000 ($23.52) y S/.27.000 ($31.76) por mes. Los sueldos mensuales promedio para los sectores textil, artesanal, peluquerías y salones de belleza y tiendas pequeñas correspondían a niveles inferiores a los S/.20.000 siendo los sueldos de tiendas pequeñas los menores como promedio.

[61] Estos sueldos todavía están muy por debajo de los sueldos pagados en el sector, ya que no incluían beneficios adicionales tales como décimotercer, décimocuarto y décimoquinto sueldos.

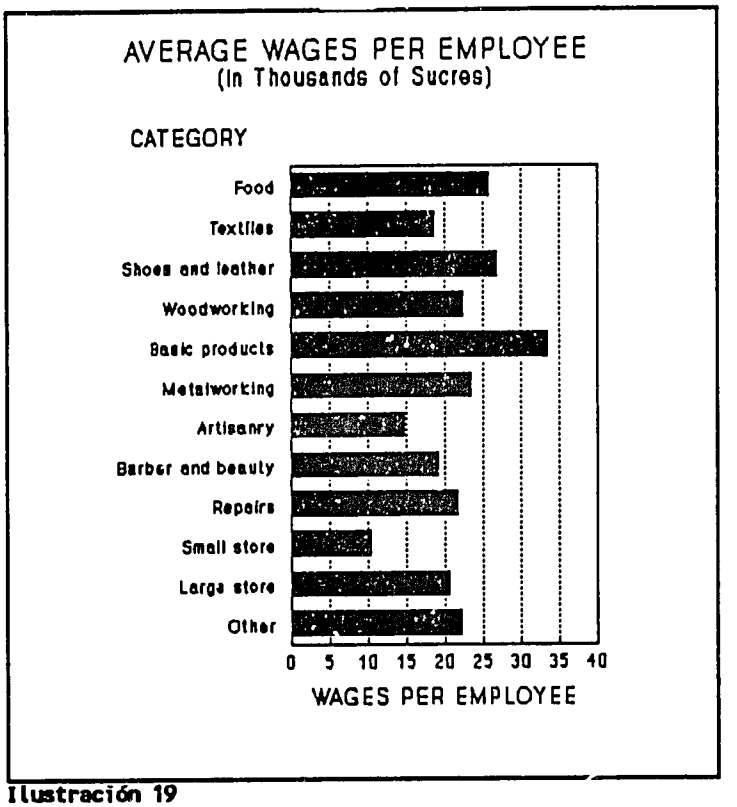


Ilustración 19

## OPTIMISMO/PESIMISMO: EL FUTURO

Existe una impresión muy difundida en el sentido de que las MEs son el resultado de la incapacidad del sector "moderno" por proveer de suficientes oportunidades de empleo para absorber la disponibilidad de mano de obra. Trabajadores marginales - quienes poseen menores niveles de educación, menores niveles de destrezas y otros impedimientos - se ven forzados a iniciar actividades dentro del sector informal porque no están en capacidad de encontrar empleo en el sector formal. A tono con esta situación está el sentir general en el sentido de que los negocios son actividades económicas marginales que proporcionan ingresos inferiores a la norma con muy poca oportunidad para prosperar y ofrecer un nivel de vida decente a quienes dependen de éllos.

En realidad, resulta que la situación es mucho más compleja. Si bien es cierto que muchas micro-empresas no puede proporcionar niveles adecuados de remuneración a sus propietarios y a quienes dependen de éllas, existe una fuerte evidencia en el sentido de que la mayor parte de los pequeños empresarios están a gusto con lo que hacen.

La encuesta utilizó tres preguntas - el nivel de satisfacción con respecto al negocio, planes para ampliar su negocio y percepción de cuál será el futuro de la empresa - para explorar este tema.

**Grado de Satisfacción**

La mayor parte de las respuestas (66 porciento) fueron en el sentido de que no estaban ni satisfechos ni disatisfechos, y únicamente el 4.6 porciento dijo estar en realidad disatisfecho. Las respuestas parecen ir en contradicción con la impresión de que las empresas a pequeña escala del sector informal representan un camino que no conduce a nada, actividades de último recurso para sus propietarios.

Existían algunas diferencias en el nivel de satisfacción que existía entre los encuestados. Como era de esperarse, los propietarios de empresas que acusaban altos niveles de ventas y rentabilidad expresaron un nivel de satisfacción mucho más alto (85-87 porciento habían reportado estar satifechos o muy satisfechos) que los propietarios de empresas que redituaban bajos niveles de ventas y menos rentabilidad (únicamente el 47-48 porciento de quienes manifestaron estar satisfechos). Los propietarios de empresas que acusaban tasas de relación CBS positivas tendían a manifestar mayores niveles de satisfacción que aquellas que acusaban tasas negativas.

Quienes habían recibido préstamos tendían a estar más satisfechos que quienes no los habían recibido dentro del último año, lo que significa que quienes podían principiar a movilizar incrementos en el capital de trabajo renovaban su optimismo por la empresa.

Los propietarios de empresas más antiguas tendieron a expresar que estaban muy poco satisfechos o muy disatisfechos de sus negocios con respecto a los propietarios de negocios nuevos. Esto puede ser indicativo de una creciente conscientización en el sentido de que los negocios no son rentables, o quizás de que las nuevas empresas son cualitativamente diferentes de las anteriores.

Finalmente, los beneficiarios manifestaron sus mayores niveles de satisfacción con respecto a sus negocios que los no-beneficiarios. Esto no debe interpretarse como un índice positivo del impacto del programa. Si bien los programas pueden estar reforzando la confianza empresarial entre los beneficiarios, es igualmente probable que los pequeños emrpesarios quienes ya estaban satisfechos con sus negocios sean quienes busquen el apoyo de las gestiones programáticas.

**Interés por un Negocio Próspero**

A tono con lo anterior, los encuestados se encontraban totalmente comprometidos con el mantenimiento de sus negocios, y 89 porciento de éllos indicó que quería ampliar su negocio y otro 5 porciento tenía planeado continuar con el negocio en la misma escala. Unicamente el 6 porciento indicó que preferiría abandonar el negocio, ya sea para comenzar uno nuevo o para encontrar un empleo remunerado en otras compañías.

Los planes para el futuro están completamente condicionados con el nivel de satisfacción que se tenga para con el negocio. Los encuestados que no se encontraban satisfechos con sus negocios se inclinaban mucho más por abandonar sus negocios, ya sea para iniciar otro nuevo o para buscar empleo remunerado. Unicamente el 4 porciento de quienes deseaban ampliar el negocio, y 10 porciento de quienes deseaban que siga adelante tal cual estaba, expresaron disatisfacción con su situación actual. Por otra parte, el 45 porciento de quienes desean abandonar la empresa para volver a empezar, y 57 porciento de quienes desean abandonar el sector enteramente, manifestaron su disatisfacción con su actual negocio.

Los propietarios de negocios más antiguos se encontraban un poco menos comprometidos a mantener sus negocios; únicamente el 79 porciento deseaba ampliarlos, mientras que el 13 porciento indicó que deseaba abandonarlos. Los encuestados de mayor edad también se mostraban menos deseosos de ampliar sus actividades, y únicamente el 75 porciento de quienes tenían por sobre los 50 años indicaron que les gustaría ampliar el negocio.

El nivel de éxito que se haya encontrado guarda una clara relación con los planes a futuro. Aquellas empresas que tenían ganancias absolutas más altas tienen mayor tendencia a querer ampliar sus negocios. Las tasas de relación costo/beneficio social positivas se encuentran predominantemente entre quienes desean continuar o ampliar sus negocios. Casi ninguno de los encuestados quienes desean abandonar el negocio acusaron tasas CBS positivas.

Los beneficiarios están mejor dispuestos a ampliar sus negocios que los no-beneficiarios, pero esto podría ser un indicio de auto selección en lugar de un impacto programático.

**Percepción del Futuro**

Los encuestados se encuentran decididamete miran el futuro con optimismo. La mayoría de éllos (82 porciento) cree que las empresas prosperarán, y otro 16 porciento cree que sus negocios se mantendrán casi sin cambio. En otras palabras, únicamente el 2 porciento de los encuestados opinó que sus negocios experimentaran una baja a futuro.

La edad guarda relación directa con la percepción que del futuro tienen los encuestados. Empresarios más jóvenes están más proclives a creer que sus negocios prosperarán, que los mayores: 89 porciento de los encuestados más jóvenes consideró que sus negocios se ampliarán en comparación con únicamente el 66 porciento de los encuestados más maduros. Similarmente, quienes poseían negocios que tenían de 4 a 10 años de establecidos estaban más inclinados a pensar que sus negocios prosperarían que quienes poseían empresas que tenían más de diez años de establecidas.

Quienes han tenido éxito al obtener el apoyo de programas micro-empresariales especiales se encuentran mucho más optimistas respecto a las posibilidades de expansión de sus empresas que quienes no han tenido éxito: 92 porciento de los solicitantes con éxito mencionan que su empresa crecerá, en comparación con únicamente el 75 porciento de los no-beneficiarios. Los encuestados que no habían recibido préstamos se inclinan por predecir un futuro sin expansión, reflejando la importancia que el crédito plantea para el éxito de una empresa.

**Resumen**

El preponderante optimismo de los encuestados es consistente tanto con percepciones convencionales propios del sector de la pequeña empresa y marcadamente incongruente con la evidencia empírica con que se cuenta. La creación y mantenimiento de dichas empresas no solo que parece ser el último recurso de gente que no ha tenido ninguna otra oportunidad, de acuerdo a lo que la sabiduría popular sugiere. Quienes participaron de la encuesta han elegido convertirse en pequeños empresarios, y por lo general prefieren ese "status" a cualquier otra alternativa. Esto a despecho del hecho de que los datos muestran

que en general están dando marcha atrás en el campo financiero, y que están percibiendo réditos relativamente bajos por su capital y trabajo.

Sin embargo, existe una tendencia permanente hacia la desilusión al analizar todas las respuestas en conjunto. Los encuestados más maduros y quienes poseían un negocio durante ya un buen tiempo eran los menos optimistas, y se mostraban más inclinados a dejar de lado sus negocios en busca de otras oportunidades.

El verse involucrado en un programa SME está claramente asociado con las percepciones que los empresarios tienen del futuro: Los beneficiarios de proyecto lo consideran con más optimismo que los no-beneficiarios. Pero la relación causal no está clara. Los proyectos pueden estar elevando el nivel de optimismo, o pudiera ser que la gente que de por sí es optimista respecto a su futuro busque apoyo de un proyecto.

## PROBLEMAS Y NECESIDADES

### Principales Problemas

El acceso a mercados de capitales domina la percepción de los micro-empresarios en cuanto a la visión que tienen de sus problemas. Cuando se les pidió que elijan el problema más importante que confrontaban en sus negocios partiendo de una lista de doce rubros (Tabla 24) el 57 porciento citó la ausencia de capital de trabajo como su problema más saliente y otro 13 porciento mencionó que la falta de capital para activos fijos era su problema principal. Las tasas de interés y tipos de cambio se citaron como problema importante por una parte significativa de los encuestados, pero dado el relativamente pequeño número de MSEs que se dedican a las ventas de exportación y a la importación de materia prima, es difícil ver cómo los tipos de cambio les pudiera afectar directamente. Es más probable que se den cuenta de la situación de deterioro que sufre el Sucre y lo perciben como un problema, aunque no los afecte directamente. Casi ninguno de los

TABLA 24

PERCEPCIONES DE LOS ENCUESTADOS RESPECTO A SUS PRINCIPALES PROBLEMAS

| Area del Problema | Primera Respuesta | Segunda Respuesta | Tercera Respueta | Totales |
|---|---|---|---|---|
| Capital de Trabajo | 319 | 109 | 22 | 450 |
| Capital para Activos Fijos | 72 | 208 | 32 | 312 |
| Tipos de Cambio | 56 | 36 | 24 | 116 |
| Falta de Materiales | 26 | 26 | 63 | 115 |
| Tasas de Interés | 25 | 45 | 34 | 104 |
| Transporte | 10 | 20 | 28 | 58 |
| Sistema Tributario | 11 | 14 | 23 | 48 |
| Procedimientos Administrativos | - | 5 | 16 | 21 |
| Obtención de Permisos | 1 | 5 | 6 | 12 |
| Restricción a Importaciones | 2 | 1 | 5 | 8 |
| Registros Sanitarios | - | 1 | 3 | 4 |
| Código Laboral | 1 | 1 | 1 | 3 |
| Obtención de Moneda Extranjera | 1 | 1 | - | 2 |
| Otros | 41 | 13 | 7 | 61 |
| Totales | 565 | 485 | 264 | 1,314 |

encuestados seleccionó tener problemas con restricciones a la importación o la obtención de moneda extranjera, confirmando la orientación que tienen sus ventas y productos hacia los mercados internos. Igualmente, muy pocos indicaron problemas con el cumplimiento de registros sanitarios o del código laboral, indicio de que éstos (cuando existen) son prácticamente ignorados. No se produjo una diferencia por género en las respuestas, ni tampoco se descubrió diferencia en las respuestas por subsector.

Las respuestas a las preguntas fijas fueron paralelas a aquellas obtenidas cuando se les preguntó si es que cada uno de los rubros independientes constituyeron un problema para éllos (Tabla 25). Nuevamente, la falta de capital de trabajo y de capital para bienes fijos fueron vistos como problemas por parte de la mayoría de quienes respondieron. Las tasas de interés y tipo de cambio también fueron vistas como problemas por más de la mitad de los encuestados. Se obtuvieron significativamente menos respuestas con respecto a otros rubros como problemas que repecutían sobre sus empresas. No hubo diferencias en las respuestas con respecto al género de sus propietarios ni por subsector.

TABLA 25

PORCENTAJE DE ENCUESTADOS QUE OPINABA QUE UN RUBRO DADO CONSTITUIA UN PROBLEMA O PROBLEMA SERIO

| Area del Problema | Porcent. |
|---|---|
| Falta de Capital de Trabajo | 79.0 |
| Falta de Capital para Activos Fijos | 68.3 |
| Tasas de Interés | 63.1 |
| Tipos de Cambio | 59.5 |
| Sistema Tributario | 20.8 |
| Materia Prima | 20.2 |
| Transporte | 18.4 |
| Restricciones a las Importaciones | 16.7 |
| Procedimientos Administrativos | 8.1 |
| Capacidad para obtener Permisos | 6.8 |
| Código Laboral | 6.2 |
| Capacidad de Obtener Moneda Extranjera | 1.1 |

## Principales Necesidades

Sin que constituya sorpresa, los encuestados citaron el acceso a capital (61.2 porciento de todas las respuestas)[62] como su necesidad primordial para poder ampliar sus negocios (Tabla 26), seguido por una necesidad de contar con mejor materia prima y productos (17.6 porciento de todas las respuestas). La capacitación, asistencia técnica, asesoría empresarial y asesoría/ desarrollo de destrezas eran vistas como las mayores necesidades por un procentaje relativamente pequeño de quienes respondieron - 11.6 porciento

TABLA 26

PRINCIPALES NECESIDADES PARA AMPLIAR NEGOCIOS

| Necesidades Principales | Primera Respuesta | Segunda Respuesta | Tercera Respuesta | Total Respuestas |
|---|---|---|---|---|
| Acceso a Capital de Trabajo | 383 | 123 | 22 | 528 |
| Acceso a Capital Permanente | 91 | 158 | 62 | 311 |
| Acceso a Materia Prima | 68 | 99 | 93 | 260 |
| Capacitación Empresarial | 3 | 50 | 62 | 115 |
| Acceso a Nuevas Técnicas | 5 | 22 | 38 | 65 |
| Mejores Destrezas Técnicas | 5 | 20 | 36 | 61 |
| Asistencia Técnica | 2 | 8 | 22 | 32 |
| Asesoría, Orientación | 2 | 3 | 9 | 14 |
| Otros | 16 | 9 | 21 | 46 |
| | 575 | 492 | 365 | 1,432 |

[62] Esta era una pregunta con múltiples respuestas, que los entrevistados debían responder con tres opciones.

de las respuestas se refirieron a una necesidad de contar con capacitación y asistencia técnica, mientras que el 9.3 porciento de las respuestas citaron a una necesidad de contar con mejores técnicas y destrezas técnicas. En realidad, la mayor parte de las referencias con respecto a una necesidad de capacitación y asistencia técnica surgía para la segunda y tercera respuesta. Nuevamente, no se produjeron diferencias importantes de género en las respuestas.

No se produjeron diferencias por subsector. Las empresas madereras, del cuero y productos básicos manifestaron con menos frecuencia una necesidad de contar con acceso al capital. Las empresas circunscritas a los productos básicos, metalmecánica y reparaciones estaban menos inclinadas que las empresas de otros subsectores a manifestar una necesidad de contar con bienes fijos (al contrario de lo que sucede con capital social). Las empresas de productos textiles, cuero y productos básicos expresaron la mayor necesidad de contar con materia prima, mientras que las empresas de reparaciones y peluquerías/salones de belleza expresaron la menor necesidad de éllas. Las empresas artesanales y madereras expresaron que su mayor necesidad radicaba en contar con mejores técnicas y destrezas técnicas. Los propietarios de tiendas pequeñas y grandes, artesanos y empresas de productos básicos citaron a la capacitación y asistencia técnica con mayor frecuencia. Los propietarios de empresas de productos básicos, metalmecánica y textiles fueron los menos inclinados a mencionar a la capacitación y asistencia técnica como los rubros necesarios.

## Necesidades de Crédito

Se pidió a los participantes en la encuesta que contesten qué monto de crédito necesitarían para que su negocio opere eficázmente. De los 557 que respondieron con una suma definida, los cálculos iban desde S/.50.000 ($58) a S/.20 millones ($23.250), con un promedio de necesidad crediticia de S/.2.54 millones (o alrededor de $3.000). Como puede apreciarse en la Tabla 27, la mayoría de los encuestados (64.6 porciento) mencionaron que necesitaban entre S/.300.000 y S/.2.9 millones (alrededor de $3.500). Unicamente 5.2 porciento necesitaba menos de $350, y únicamente el 17 porciento necesitaba préstamos superiores a los S/.5 millones ($5.813).

TABLA 27

CALCULO DEL MONTO DE CREDITO NECESARIO

| Monto Necesario, en Millones de Sucres | Número | Porcent. |
|---|---|---|
| 0 a 0.3 ($ 350) | 29 | 5.2 |
| 0.3 a .99 ($1.162) | 102 | 18.3 |
| 1.0 a 1.9 ($2.209) | 164 | 29.4 |
| 2.0 a 2.9 ($3.480) | 94 | 16.9 |
| 3.0 a 4.9 ($5.813) | 73 | 13.1 |
| 5.0 a 9.9 ($11.628) | 68 | 12.2 |
| 10.0 a 20 ($23.256) | 27 | 4.8 |
| Totales | 557 | 100.0 |

A la luz de recientes iniciativas surgidas en el seno del Congreso de los Estados Unidos en el sentido de limitar los montos de préstamos a $300 o menos, se preguntó a los encuestados si es que limitaciones de crédito por esa suma les resultaría atractivo. Unicamente el 6.9 porciento de las respuestas mencionaban que dicho monto podría cubrir sus necesidades. Otro 58.7 porciento mencionó que tal suma sería inadecuada, y que tendrían que complementarla con los préstamos obtenidos de otras fuentes. Más de un tercio de quienes respondieron (34.4 porciento) mencionó que tal monto podría hasta valer la pena tomarse la molestia de solicitarlo.

Se produjeron marcadas diferencias en las respuestas de acuerdo al género de los empresarios. Las mujeres (12.9 porciento) estaban más inclinadas que los hombres (3.9 porciento) a mencionar que un

monto así podría cubrir sus necesidades de crédito. Menos mujeres (27.8 porciento) que hombres (37.9 porciento) opinaba que un préstamo por un monto tan limitado no valdría la pena tomarse la molestia de tramitarlo.

## OTRAS REVELACIONES IMPORTANTES

### Acceso a Recursos

Las mujeres se encuentran recibiendo menos apoyo que los hombres en proporción con el tamaño de sus empresas. Cuando se controló el tamaño de empresas, las mujeres recibieron préstamos por montos más pequeños con respecto a sus bienes. Los préstamos otorgados a hombres promediaron en un 64 porciento de los activos, mientras que los préstamos concedidos a mujeres promediaron en úncamente el 37 porciento de sus activos.[63]

Sin embargo el monto de activos es más importante que el género para predecir el monto de préstamo que la empresa recibe. Empresas más grandes tienden a obtener prétamos más grandes, reforzando la impresión de que las agencias prestamistas - programas del SME así como bancos y CUs - se fijan principalmente en las hojas de balance en lugar de los objetivos del préstamo al evaluar las solicitudes de crédito.

Los años que tenga de establecido un negocio afecta definitivamente a la capacidad de obtener préstamos. Las empresas mejor establecidas y de trayectoria más antigua tienden a ser preferidas como sujetos de crédito y reciben préstamos en montos desproporcionadamente altos.

### Factores Relacionados con el Exito de la Empresa

#### Efecto de la Edad

Dos efectos debidos a la edad se hicieron presentes en la muestra de empresarios llevada a cabo para este estudio. El primero tenía que ver con la edad del entrevistado. Los entrevistados más jóvenes tienden a ser dueños de empresas recientemente formadas, reportan incrementos de ventas ligeramente mayores, y cuentan con tasas de relación costo/beneficio social ligeramente más altas. Los entrevistados de más edad poseen empresas más antiguas que son más grandes (en términos de activos) y cuentan con mayor número de empleados. Los propietarios de mayor trayectoria también tendieron a mostrarse más pesimistas respecto al futuro y con deseos de abandonar sus negocios. El segundo efecto tenía que ver con la edad de la empresa misma. Las empresas más antiguas eran también más grandes, contrataban a un número mayor de empleados y tenían más éxito en la consecución de préstamos otorgados por

---

[63] Sin embargo, existe tanta variedad dentro de la muestra correspondiente a hombres, que las diferencias podrían no significar nada, aunque parecieran importantes.

instituciones financieras formales. Las empresas más jóvenes tendían a ser más pequeñas, crecían más aceleradamente y mostraban tasas de relación CBS más altas. Decididamente también encontraban menos éxito en el otorgamiento de crédito por parte de instituciones financieras formales.

### Repercusión de la Educación

La educación tiene un efecto positivo sobre el éxito de una empresa. Los participantes más jóvenes y propietarios de negocios también más jóvenes tienden a tener una mejor educación. Activos, número de empleados, rol de pagos y ganancias acusan niveles más altos en empresas pertenecientes a quienes poseían mayores niveles educativos. De igual manera, la expansión anualizada en empleo es mayor en empresas pertenecientes a entrevistados que tenían mejor educación.

### Efecto de Ocupaciones Previas

Las ocupaciones previas guardan relación con el éxito de una empresa. Gente que cuenta con menos experiencia - definidas como personas que no han trabajado anteriormente o que se han desempeñado como empleados domésticos o jornaleros - tendían a tener tasas de relación CBS negativas con respecto a las personas quienes habían trabajado ya sea en negocios familiares, había poseído su propio negocio anteriormente o había prestado sus servicios remunerados para una compañía privada.

Los niveles de ganancia seguían un patrón similar. Los márgenes de ganancia más altos se encontraron entre quienes tenían antecedentes de empleo remunerado, seguidos por quienes hbaían tenido experiencia propia anterior. Las personas quienes habían tenido poca experiencia empresarial previa tendían a acusar los más bajos volúmenes de ventas y de ganancias.

Una hipótesis que podría explicar el relativamente alto nivel de desempeño entre las personas con antecedentes de trabajo remunerado (en comparación con actividad empresarial previa) es la de que han estado en capacidad de observar la operación de empresas a gran escala -- han recibido cheques, han visto como se llevan los libros, y en realidad están más familiarizados con aquellos procedimientos que el resto de gente que ha poseído un negocio propio o quienes se incorporan neófitos al sector.

## RESUMEN Y CONCLUSIONES

El sector de la micro y pequeña empresa en el Ecuador es grande, heterogéneo y dinámico. Existen entre 250.000 y 350.000 firmas de este tipo que funcionan en zonas urbanas y proporcionan empleo a entre 750.000 y 1'000.000 de personas. Si bien la mayoría representa actividades económicas no registradas manejadas por participantes del sector informal, un número importante de éllas son registradas o se encuentran en varias etapas de formalización.

Si bien es acostumbrado y conveniente hablar del SME en general, como si constituyesen un segmento poblacional homogéneo, nada podría estar más alejado de la verdad. Existe una inmensa

variedad de MEs no solamente entre sectores sino con sub-muestras supuestamente consistentes. Parte de su heterogeneidad puede remontarse a diferencias conocidas, tales como: el sector (servicio, comercio o manufacturero), ubicación (urbana, pueblos pequeños o sectores rurales), motivación (ya sea que pertenezcan a subsistencia o expansión), los vínculos de la empresa con la economía, o con diferencias subsectoriales.[64]

Este es, quizás, el principal problema que confrontan la mayor parte de los enfoques institucionales actuales para prestar su apoyo a la pequeña empresa. La premisa tácita en el sentido de que son similares, ha llevado a concebir enfoques uniformes, simplistas bajo los que canalizar servicios - tanto en términos de servicios proporcionados como para el método mediante el cual se prestan dichos servicios. Para ser eficáz, un programa tiene necesidad de adoptar estrategias individuales que respondan ante las necesidades reales de los beneficiarios involucrados en lugar de ofrecer soluciones uniformes que reflejan ideas preconcebidas de su parte.

**Importancia**

Lejos de ser un sector insignificante y marginal de la economía, el SME desempeña una serie de funciones clave para el sistema político y económico de la nación. Primera, y más importantemente, proporcionan empleo a ingentes números de residentes urbanos y semi-urbanos - gente que no está siendo asimilada por el sector formal que es definitivamente menos extenso. Segundo, crean y mantienen esos empleos sin que implique ingentes costos sociales o económicos para la nación - se crean, llevan a la operabilidad y finiquitan sin ocasionar subsidios, sin programas costosos ni servicios especiales. A diferencia de muchos sectores de la economía que constituyen motivo permanente del desmedro de los escasos recursos nacionales, el SME plantea relativamente pocas exigencias para el sistema. Tercero, contituyen una fuerza estabilizadora en el sentido de que los micro y pequeños empresarios tienden a ser más bien del tipo conservador y no persiguen posiciones políticas extremistas. Cuarto, sirven de conducto para bienes y servicios menos costosos que son utilizados por estratos de menores ingresos dentro de la economía nacional, contrarrestando así el impacto de la inflación.[65] Finalmente, estas empresas cuentan con sólidos nexos intersectoriales con otros elementos de la economía nacional, creando una demanda para sus bienes y servicios tanto de parte del sector rural como de parte del sector urbano más moderno.

**Un Camino Sin Salida o un Camino al Exito**

En el Ecuador existe una fuerte tendencia a mirar a la pequeña empresa como un grupo de ocupaciones marginales que no conducen a nada. La pequeña empresa se caracteriza por estar conformada por gente que no puede -- debido a menores niveles educativos y destrezas, o falta de

---

[64]Boomgard, *Synthesis Report,* p. 12.

[65] Paul Guenette, et.al., *Jamaica Microenterprise Development Project: Technical, Administrative, Economic and Financial Analysis,* (Proyecto de Desarrollo Microempresarial en Jamaica: Análisis Técnico, Administrativo, Económico y Financiero) Informe Técnico No. 2 de GEMINI, pp. 46-47.

oportunidades -- encontrar empleo dentro del sector "moderno". Los ingresos se perciben como marginales en el mejor de los casos, con un ampliamente difundido desempleo y subempleo disfrazados.

Pero los micro-empresarios en sí parecen tener una perspectiva bastante diferente. La mayor parte de éllos reportó haber iniciado su actividad porque percibían que era una manera de mejorar sus ingresos y lograr independizarse; muy pocos reportaron haber iniciado sus negocios porque no podían encontrar trabajo en ninguna parte. Lo que es más, la mayor parte de ellos están satisfechos con sus negocios, no tienen intención de abandonarlos y miran el futuro con optimismo. La mayor parte de los encuestados creen que se encuentran mejor de lo que hubiesen estado si trabajasen en un empleo remunerado estable.

Al mismo tiempo, la evidencia empírica limitada con que se cuenta sugiere que la mayor parte de éllos no está en capacidad de mantenerse a ritmo con la inflación.

**Una Redefinición de las Pequeñas Empresas**

El problema que hay en cuanto a definiciones formales es el de que ninguna de las medidas es absoluta y aunque pueda existir una alta correlación interna entre éllas, las diversas medidas frecuentemente rendirán diversas estratificaciones. La micro empresa tiende a seguir ciertas características y la pequeña empresa otras, aunque de cualquier modo la diferencia absoluta puede ser algo contradictoria y sugerir su clasificación dentro de otra categoría. Lo que es más, tienden a pasar por alto características de comportamiento clave que tienen importantes implicaciones políticas y programáticas.

Los datos generados en este estudio sugieren que una definición más dinámica y flexible de la pequeña empresa -- en base a su comportamiento y tendencias -- podría resultar más útil para la planificación de estrategias programáticas y políticas.

Quizás el punto de equilibrio dentro de la coninuidad micro-empresarial se produzca cuando la empresa prospera hasta el punto donde necesita contratar a tres personas a tiempo completo. Con hasta dos empleados, el 79.3 porciento de los encuestados contrataba únicamente a mano de obra familiar, pero con tres empleados, el 86.4 porciento de los encuestados reportó haber contratado a empleados ajenos a la familia. Asociado con esta contratación de mano de obra ajena a la familia está una serie de decisiones de comportamiento: empresas que contratan a mano de obra ajena a la familia se inclinan más por estar ubicadas en instalaciones independientes de la casa, mantienen registros, y pueden ser registradas como empresas legales.

Como el "conteo" realizado en 1989 puntualizó, es importante distinguir entre "micro-empresas" y "estrategias de supervivencia."[66] Una micro-empresa contituye un negocio establecido que el empresario se compromete a sostener y desarrollar como su ocupación permanente. Ese marcado contaste con las estrategias de supervivencia, en las que el individuo busca generar ingresos en base a actividades temporales marginales motivadas por la necesidad de vivir en lugar de la urgencia de prosperar. La decisión de contratar mano de obra ajena a la familia parece estar lo más estrechamente relacionada con el cambio que se produce de una estrategia de supervivencia al concepto de una micro-empresa.

---

[66]Boomgard, Synthesis Report, pp. 9-10.

Un resumen de los factores que parecen distinguir a la micro, pequeña y mediana empresa consta en la Tabla 28. Estos dimensionamientos no son absolutos, ya que para una y aún varias medidas, una empresa puede arrojar características que tenderían a ubicarla en otra categoría. Sin embargo, puntualizan importantes diferencias que resaltan entre las empresas.

**TABLA 28**

**Características Básicas de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa**

| Característica | Micro Empresa | Pequeña Empresa | Mediana Empresa |
|---|---|---|---|
| Situación Legal | Gran Mayoría fornadas, malmente registr. | Algunas registr., otras no. | Mayoría registr.,very pocas no. |
| Ubicación | Mayoría en casa | Mayoría lejos de casa | Gran mayoría lejos de casa. |
| Activos | Menos de $2.000 | $2.000 a $10.000 | Sobre $10.000 |
| Ventas Anuales | Menos de $3.000 | $3.000 a $15.000 | Sobre $15.000 |
| Número Empleados | 0-2 para las más pequeñas. 3-5 para las que crecen. | 6-10 | Sobre 10 |
| Relaciones entre Trabajadores y Propietario | La situación entre el nivel de gerente o trabajador no se diferencia. | Hay alguna diferenciación entre propietario y trabajadores. | Marcada diferencia entre propietario y trabajadores |
| Mercado | Muy localizado, con poca diferenciación de producción | Altamente competitivo, usualmente hay una diferenciación entre mercado y producto. | Marcada diferenciación entre mercado y producto. |
| Facilidad de ingreso | Muy fácil | Moderadamente difícil | Difícil |
| Capital requerido para iniciar el negocio. | Mínimo | Pequeño Mediano | Substancial |
| Estabilidad | Altamente volátil, grandes resultados, alta tasa de fracaso. | Más estable | Empresa relativamente estable y bien establecida |
| Requisitos de Capital | Pequeños montos de capital de trbajo | Mayores montos de capital de trbajo y alguna inversión de capital. | Grandes montos de inversión y de capital de trabajo. |
| Tamaño promedio de Préstamo Solicitado. | $500 a $1.500 | $1.500 a $5.000 | $5.000 a $50.000 |
| Asistencia Técnica Requerida | Destrezas empresariales rudimentarias | Destrezas técnicas y comerciales, más destrezas empresariales más avanzadas. | Gerenciamiento especializado, apoyo financiero y técnico. |

**Género**

La mujer desempeña una importante función dentro del SME. Constituye parte importante del grupo de propietarios de tales empresas y una importante parte de la fuerza laboral que dichas empresas absorben.

Como se había tratado anteriormente, las empresas pertenecientes a hombres son bastante más grandes (en términos de activos) que las empresas pertenecientes a mujeres. Sin embargo, esto no quiere decir que las empresas pertenecientes a mujeres sean menos existosas que las de los hombres. Las mujeres tienden a concentrarse en campos que precisan contar con menores niveles de inversión inicial, menos capital y menos empleados para operar de manera eficáz. Las mujeres también tienden a haber iniciado sus negocios más recientemente. Cuando se controlan los datos en cuanto al campo de actividad, o trayectoria del negocio, virtualmente no existe diferencia en el monto de activos entre las empresas pertenecientes a hombres con respecto a las pertenecientes a mujeres.

En muchos aspectos, existe muy poca diferencia aparente entre empresas pertenecientes a hombres y mujeres. Para varios índices y tasas de relación clave - tales como las de activos/empleados, ganancias/empleado, ventas/empleado, valor añadido bruto, valor añadido bruto/empleado, valor añadido neto, y valor añadido neto/empleado - no se produce una importante diferencia entre los entrevistados hombres y mujeres. Las empresas pertenecientes a ambos géneros son eficientes por igual.

Las empresas pertenecientes a hombres tienen más empleados que las pertenecientes a mujeres, pero esto va en función de la edad del negocio más bien que con respecto al género del empresario. Tanto hombres como mujeres inician sus negocios con el mismo número de empleados y van añadiendo empleados al mismo ritmo. Las mujeres no generan empleos más eficientemente de lo que lo hacen los hombres (ambos precisan del mismo monto de capital por empleado), pero tienden a generar más empleos para mujeres.

La mujer no tiene que estar necesariamaente menos educada que el hombre. Las participantes femeninas de esta muestra reportaron niveles formales de educación similares a las de los hombres incluídos en la muestra.

Del mismo modo, aparentemente la mujer tiene menos acceso a recursos, especialmente a crédito. Las mujeres tendieron a encontrar menor éxito en la solicitud de crédito y recibieron menos montos en préstamo con respecto al tamaño de sus negocios. En comparación con el hombre la mujer está menos inclinada a matricularse en cursos formales de crédito, o para recibir asistencia técnica.

La mujer se corre el riesgo de verse marginada del proceso de desarrollo, especialmente cuando el enfoque de programas de dearrollo se coloca sobre la producción y la generación de empleos. Es fácil dejar de lado empresas pertenecientes a mujeres en subsectores dominados por la población femenina empresarial como simplemente un segundo ingreso familiar que no es ni tan grande ni tan importante, y que no genera muchas oportunidades de empleo como lo hacen sus contrapartes masculinas. Pero éste último no tiene que ser necesariamente el caso. Las empresas pertenecientes a mujeres representan una parte dinámica del SME, que cuenta con potencial para generar importantes oportunidades de ingreso y empleos.

**Tamaño de la Empresa**

Contrariamente a la creencia popular, existe considerable evidencia, aún en un más bien limitado alcance de empresas del sector micro-empresarial, en el sentido de que son más rentables y exitosas las empresas pequeñas con respecto de las grandes. Sin excepción, las empresas más pequeñas poseían mayores montos de ventas por activo, ventas por empleado, ganancias por empleado y ganancias por activos que las empresas grandes.

La tasa de relación de activos con empleados es inversamente proporcional al tamaño de la empresa, implicando que las empresas no substituyen capital por trabajo. Este patrón fue permanente y constante - mientras mayor era la empresa menor era la tasa de relación.

Existen varias explicaciones para este fenómeno. La primera y más probable es la de que a medida que estas pequeñas empresas crecen, lo hacen sin contar con ninguna inyección de capital. La ausencia de suficiente capital en relación con el número de empleados y niveles de producción causa ineficacias. La productividad marginal del trabajo es de tal índole que los incrementos adicionales de empleados no traen como resultado el respectivo incremento en producción y ventas cuando existe ausencia del capital adecuado.

Pero otras explicaciones son igualmente plausibles. En realidad pueden presentarse importantes constreñimientos de mercado a medida que la empresa intenta crecer. La competencia es limitada mientras la micro-empresa se mantiene extremadamente pequeña, porque el negocio cabe dentro de características locales bien delimitadas.[67] Pero el crecer implica sufrir una expansión que va más allá del mercado local, donde la competencia en realidad constitye una limitación significativa.

**Empleo versus Ingresos**

Ha habido especulación en el sentido de que la expansión de empleos y rentabilidad son incompatibles. Los datos suministrados por este estudio demuestran que la expansión en empleo se relaciona positivamente con el nivel de ganancias. Por ejemplo, de las empresas incluídas en los grupos de más alta rentabilidad, 31 porciento había anualizado su expansión de empleados en más de 1/2 empleado por año; únicamente el 8 porciento del grupo que menos réditos obtuvo contaba con tasas de expansión de empleo tan altas como ésta.

Al mismo tiempo, no parece haber una compensación entre ingresos y empleo; es decir, entre la expansión del negocio y la expansión del empleo. Las empresas más exitosas de la muestra tenían éxito en el sentido de generar altos niveles de rentabilidad a la vez que mantener bajo el número de empleados.

---

[67]Boomgard, *Synthesis Report*.

**Beneficiarios versus No-beneficiarios**

Algunos de los estudios relativos a micro-empresas que se han llevado a cabo en el Ecuador durante los últimos años[68] han demostrado una fuerte correlación entre recursos proporcionados por el proyecto (crédito, AT y capacitación) y éxito (expansión en ventas, activos, ganancias y empleos). Pero se debe ejercer una gran precaución para llegar a estas conclusiones, por varias razones. En primer lugar, los beneficiarios representan un grupo altamente auto-elegido de gente. Por una u otra razón - probablemente porque ya deseaban progresar - eligieron participar en los programas. Los grupos de control, que probablemente no cuentan con la misma motivación, han elegido no aunarse a los programas. Esta contaminación de la muestra hace muy probable que la expansión y el cambio se deba a una predisposición para crecer y cambiar en lugar de una repercusión sobre las actividades del proyecto. Segundo, ninguno de los estudios fue conducido a manera de encuestas anteriores y posteriores, de manera que los cambios reales no han podido ser dimensionados; la mera presencia de más empleados, mayores montos de activos y más alta rentabilidad no prueban causalidad. Tercero, en ausencia de documentación de apoyo, el dimensionamiento basado en las recolecciones de los entrevistados han sido inexactas.[69]

En esta muestra en particular, los entrevistados consideraban que la capacitación y asistencia técnica son importantes, y consideraban que otro tipo de apoyo era importante también. No existe evidencia fehaciente dentro de los datos cuantitativos que vayan en apoyo de la conclusión de que la capacitación y asistencia técnica tienden a mejorar el desempeño micro-empresarial. La expansión en ventas, rentabilidad, mayor generación de empleos y los costos de relación CBS que se calcularan para las empresas no se relacionaban ni con su participación en programas micro-empresariales ni con los niveles de asistencia recibidos.

Del mismo modo, existe fuerte evidencia generada de esta encuesta en el sentido de que estar asociado con un programa de apoyo al desarrollo micro-empresarial tiene un impacto positivo sobre el optimismo de los micro-empresarios. Los beneficiarios estaban a las claras mucho más optimistas respecto al futuro de sus empresas y más comprometidos con su prosperidad que los no-beneficiarios.

**Variaciones del Sector**

Las fuertes diferencias sectoriales entre las ME sugieren que existen ciertas compensaciones entre alternativas de estrategias y los resultados esperados. Como mínimo, las diferencias entre los tres sectores tradicionales (producción, comercio y servicios) sugieren que enfocar uno solo de estos aspectos u otro tiene fuertes implicaciones en cuanto a la capacidad del programa por incluir a la mujer, a los estratos más bajos de la pirámide micro-empresarial, o para generar empleos e ingresos (Tabla 29).

---

[68] Véase Gómez, *op.cit.*; y Hagan y Tiffany *op.cit.*

[69] Véase Liedholm y Mead, *op. cit.*

**TABLA 29**

**Características de los Beneficiarios, Según la Escala Empresarial**

| Potencial para | SECTOR | | |
|---|---|---|---|
| | Micro | Pequeña | Mediana |
| Número de personas Incluídas | Muy grande | Grande | Moderado |
| Generación de empleos posteriormente a la iniciación del negocio | Moderado | Alta | Moderado |
| Eficiencia en la creación de puestos de trabajo. | Alto | Alto | Moderado |
| Afianzamiento de Ingresos | Bajo-Moderado | Alto | Desconocido |
| Trabajo con Grupos Desaventajados | Alto | Moderado-Alto | Moderado, principal-mente para traba-jadores |
| Función de la Mujer | Alto | Moderado | Bajo, princi-palmente como traba-jadoras |

Un desglose más detallado del SME revela otras diferencias y compensaciones que quizás tengan mayor significación. Los campos de servicios tales como peluquerías, reparaciones y artesanía así como negocios comerciales pequeños como tiendas y bazares, vendedores en puestos de trabajo y ambulantes ofrecen las mejores oportunidades de trabajo con la gente indigente. Existen subsectores que proporcionarán oportunidades de baja inversión para que la gente inicie su pequeño negocio.

Si el objetivo era el de optimizar la generación de empleo y las condiciones de empleo, entonces los programas deberían centrarse en torno a las empresas manufactureras. En este ejemplo, las empresas metalmecánicas, de fabricación de productos básicos y madereras no solo que han contratado el mayor número de empleados por empresa, sino que han tendido a lograr el mayor crecimiento general del empleo así como la tasa anual más alta para mejoramiento en el empleo. Las operaciones textiles (sastres y costureras), productos alimenticios y el subsector de alimentos, aunque acusando un bajo promedio en el número de empleados por firma, también tienden a tener altos niveles de expansión anual en el empleo.

Esto queda contrarrestado por el costo más alto implicado en el establecimiento de empresas con más éxito y el correspondiente más alto nivel de inversión por puesto de trabajo creado en estos sectores.

Los niveles de ventas y rentabilidad muestran varios y diversos patrones, y las empresas que tienen los mayores volúmenes de ventas no son necesariamente aquellas que acusan mayor rentabilidad. Las estrategias de desarrollo que desean concentrarse en la generación de ingresos deben enfocarse en subsectores que hayan generado los más altos réditos sobre activos, ganancias por empleado, o tasas de relación CBS. Existe una sorprendente consistencia entre los subsectores en términos de los siguientes indicadores:

| | |
|---|---|
| • Mayores Ganancias por Empleado | Tiendas grandes y pequeñas, subsectores de productos básicos y alimentos |
| • Tasas de Relación CBS positivas | Subsectores de alimentos, productos básicos y servicios de reparación. |
| • El más alto Rédito sobre Activos | Subsectores de alimentos, productos básicos, reparaciones, peluquerías y salones de belleza |
| • Promedio más Alto de Sueldos | Subsectores de productos básicos, alimentos y cuero. |

# ANEXO A

# METODOLOGIA

Una encuesta a 582 micro y pequeños empresarios del Ecuador sirvió como la principal fuente de datos empíricos sobre la que basar el diagnóstico del sector en 1990. Esta encuesta proporcionó un amplio espectro de información en cuanto a actitudes, percepciones y hechos de parte de una muestra representativa de participantes en alrededor de 25 programas de apoyo al desarrollo de la micro y pequeña empresa, y de un grupo de control de empresarios similares quienes no participaban en ningún programa SME formal.

## La Muestra

Debido a limitaciones de tiempo y recursos, el estudio no estuvo en capacidad de conducir una muestra al azar del sector ME en el Ecuador. En lugar de éllo, la muestra primaria fue sacada al azar de entre los clientes de los programas de apoyo ME más importantes del país. Se obtuvo una lista de clientes de cada una de las instituciones participantes, y se aplicó un procedimiento numérico al azar para seleccionar a los encuestados.

## Magnitud de la Muestra

La encuesta se administró originalmente a 625 entrevistados. Cuarenta y tres de éllos fueron excluídos posteriormente porque no cabían dentro de los criterios básicos que correspondían a micro-empresarios. Todo éllos consistían de residentes rurales que se dedicaban a la crianza de animales, y no se habían visto involucrados en ningún tipo de actividad productiva de servicios o comercial que podría constituir una pequeña empresa.

La muestra definitiva incluyó a 430 beneficiarios y 152 no-beneficiarios. Los beneficiarios quedaron definidos como personas quienes hayan recibido apoyo - crédito, capacitación o asistencia técnica - de parte de un programa institucional formal de apoyo a la micro y pequeña empresa. Estos últimos incluyeron a programas de organizaciones no gubernamentales (NGOs) apoyadas por USAID/Ecuador y otras agencias donatarias internacionales, fundaciones privadas, bancos privados y el Banco Nacional de Fomento.

La muestra de control fue sacada de números sugeridos por los beneficiarios. Se pidió a cada beneficiario entrevistado que proporcione nombres de otros microempresarios dentro de su área de acción inmediata quienes estaban en igualdad de condiciones con el entrevistado, pero que no hayan recibido ayuda de ningún proyecto. En algunos casos el grupo de "control" había en realidad recibido ayuda y se convirtió en parte de la muestra "beneficiaria". Una subserie de beneficiarios (111 entrevistados) que habían sido mencionados como clientes activos por parte de una de las instituciones de apoyo, aparentemente no habían recibido beneficio alguno - ni capacitación, ni asistencia técnica ni crédito - de ningún programa en absoluto. En la mayor parte de los análisis hechos a este grupo se lo trató como una categoría independiente.

**Prejuicios Implicados en la Muestra**

La muestra no es representativa del sector de la micro y pequeña empresa en el Ecuador. En lugar de éllo, es un representante de las empresas micro y pequeñas que están siendo apoyadas por programas NGO y de fundaciones establecidas. Importantes grupos de pequeños empresarios - particularmente empresas comerciales de pequeña escala (mujeres en puestos de mercado y vendedores ambulantes), industrias de servicio, y negocios caseros orientados hacia la supervivencia - están todos subrepreseentados o ausentes de la muestra porque dichos grupos no están siendo contemplados como sujetos de apoyo bajo los actuales programas.

La muestra se inclina hacia la inclusión de empresas más grandes y más estables, y tiene una subrepresentación de la mujer. Sin embargo, y tal como se había mencionado anteriormente, esto se debe a que los programas actuales están distorsionados en este sentido.

**Información Suplementaria**

Aunque la encuesta proporcionó antecedentes tácitos para la labor de todos los asesores, cada equipo complementó la encuesta con otras actividades para la recolección de datos. Dichas actividades incluyeron: (a) entrevistas con directores y personal de los programas de apoyo, funcionarios gubernamentales y de agencias donatarias internacionales, y con entes del sector privado; (b) encuestas micro-empresariales especializadas (especialmente con respecto a los mercados financieros informales, temas relativas al género de los micro-empresarios y aspectos de comercialización); y (c) una revisión tanto de literatura general sobre la pequeña empresa como de estudios disponibles esobre el sector de la pequeña empresa en el Ecuador.

# CAPITULO DOS

# GENERO DE PROPIETARIOS Y LA MICRO-EMPRESA EN EL ECUADOR

por

**Rae Lesser Blumberg**
University of California, San Diego

## INTRODUCCION

### Visión General

Dimensionar al sector informal en toda su magnitud es tarea difícil, no solamente en el Ecuador, sino en cualquier país que se encuentre en vías de desarrollo. Las estadísticas nacionales llevan cuenta de los sectores formales, monetizados de las economías de países industrializados. Sin embargo, muchas de las actividades del sector informal se llevan a cabo detrás de puertas cerradas (a menudo escapando al escrutinio oficial y la ausencia de licencias), en las calles, en hogares o en lugares rurales remotos o barriadas urbanas deprimidas. Los empadronadores rara vez visitan estos lugares, y cuando lo hacen, frecuentemente no se dan cuenta de las actividades económicas que suceden en torno a éllos.

Quienes practican estas actividades no desean ser incluídos ni cuestionados para fines oficiales cuando se los visita. Por lo tanto muchos esfuerzos que se hacen con el sector informal se "escapan como agua entre los dedos" tanto con respecto a los resultados del censo en un país, como de encuestas nacionales a hogares. En el Ecuador, por ejemplo, la Encuesta de Hogares Permanentes de 1987 calculó que un 38.8 porciento de la población económicamente activa del país se encontraba localizada en el sector urbano informal[1]. Quienes son conocedores del campo de acción calculan que esto constituye un cálculo conservador. Por ejemplo, Alarcón Costta ofrece una cifra substancialmente más alta que toma en cuenta el tamaño e impacto económico que el sector informal urbano y rural del Ecuador tiene yque representa alrededor del 60 porciento de la población económicamente activa, y alrededor del 60 porciento del valor añadido bruto producido por el país[2].

Existe menos desacuerdo respecto a la omnipresencia e importancia de la micro y pequeña escala definida como empresas no-agrícolas que poseen de uno a nueve empleados. Según el Censo Económico de 1980, correspondieron a 97.6 porciento de todas las empresas del país.[3] En realidad,

---

[1] René Calderón, "Rol de la Micro y Pequeña Empresa en la Generación de Empleo," como parte de *Programas de Micro y Pequeña Empresa en el Ecuador, p.p. 35*-38.

[2] César Alarcón Costta, *Sector Informal: Problema o Solución?* p.p. 8 and 104.

[3] John Chang, Andrew Cannellas, y Jeffrey Poyo, *AID Microenterprise Stocktaking: Ecuador*, p. 2.

se piensa que los "micro-empresarios conforman el subsector más grande dentro del sector informal (Ecuatoriano.)"[4]

**Proporción de Hombres y Mujeres**

Cálculos relativos a la proporción de hombres y mujeres que conforman el sector informal son aún más nebulosos que aquellos corespondientes al tamaño y peso económico del sector. Esto se debe en gran medida a la mayor invisibilidad de las actividades económicas que desarrolla la mujer, que se encuentran ubicadas con más frecuencia en sus hogares que aquellas dirigidas por hombres. Un estudio realizado por PREALC-International Labour Organization[5] encontró que la mujer representa un 39 porciento del sector informal en las dos ciudades principales del Ecuador: Quito y Guayaquil. La Encuesta Permanente de Vivienda que se realizara en 1987 encontró que la mujer constituía alrededor del 39 porciento de las empleadas de micro-empresas en Quito, Guayaquil y Cuenca, y proyectó esa cifra con respecto a la población urbana del país.[6] Pero la investigación de Berger indica que la mitad o más del sector informal Latinoamericano corresponde al género femenino.[7]

Existe razón para creer que en el Ecuador aún la cifra de Berger pudiera resultar baja. En una serie de estudios de casos en Guayaquil y Santo Domingo de los Colorados, sobre el 80 porciento de la mujer de barrios específicos estudiados se veían involucradas en actividades económicas generadoras de ingresos - la mayoría de las cuales se desenvuelven en el sector informal y están basadas en el hogar.[8] Las cifras correspondientes a la participación de fuerza laboral para la mujer están drásticamente por debajo de esta cifra; por ejemplo, el Censo de 1982 indicó que únicamente el 4 porciento de las mujeres en Santo Domingo eran económicamente activas. Las altas cifras encontradas en los casos estudiados emergen de la metodología empleada: técnicas profundamente antropológicas que no pedían "ocupación" ni aún "actividades primarias y secundarias" sino más bien si la mujer se

---

[4] Mayra Buvinic, Marguerite Berger, y Cecilia Jaramillo, *"Impacto de un Proyecto de Crédito Dirigido a Microempresarios en Quito, Ecuador." En "La Mujer en el Sector Informal"*, editado por Marguerite Berger y Mayra Buvinic, p. 333

[5] PREALC, *Funcionamiento y Políticas, Sector Informal.*

[6] Raúl Baca Carbo, "Plan Nacional y Masivo de Apoyo a las Unidades Populares Económicas," *Programas de Micro y Pequeña Empresa en el Ecuador*, p. 14.

[7] Marguerite Berger, "La Mujer en el Sector Informal." En *La Mujer en el Sector Informal: Trabajo Femenino y Microempresarial en América Latina*, editado por Marguerite Berger y Mayra Buvinic, p. 17.

[8] Véase los estudios de casos reaizados por Humberto Balarezo (del barrio Mapasingue, en Guayaquil), Marcela Blacio (del barrio Febres Cordero/El Cisne I, Guayaquil) y Jenny Valencia (de los barrios de Santo Domingo de los Colorados) que forman parte de *"Estudio de Casos Sobre la Realidad de la Mujer Ecuatoriana en Sectores Críticos del Desarrollo"*, por Barbara Hess et al.

encontraba dedicada a alguna actividad generadora de ingresos.[9] Finalmente, numerosos estudios han encontrado que la participación de la mujer en el sector informal tiende a incrementarse a medida que la economía decae.[10] Concordantemente, existe razón para creer que la participación de la mujer en el sector informal Ecuatoriano ha surgido durante la década de 1980 que adoleció de profundas crisis económicas.

La conceptualización más influyente respecto del sector informal es la de que constituye un exceso en la oferta de fuerza de trabajo que no puede ser absorbida por el sector formal.[11] La mujer Latinoamericana tiene menor acceso a empleos del sector formal con respecto a sus contrapartes masculinos y sin embargo se ven cada vez más impelidas a generar ingresos. La crisis económica, así como crecientes números de hogares que están mantenidos por una mujer (*de facto* o *de jure*), forzan a la mujer a ganarse sus propios medios de vida dentro del sector informal. Lo que resta de este documento tiene que ver con mujeres del sector urbano Ecuatoriano quienes han elegido hacerlo al convertirse en micro-empresarias.

No se encuentran estadísticas nacionales que con cierto nivel de confiabilidad indiquen cuántas mujeres micro-empresarias existen, ni respecto a qué hacen para ganarse a vida, pero una serie de estudios Ecuatorianos encuentran que las mujeres micro-empresarias se concentran en el comercio. Cabe anotar que el comercio también constituye el elemento más grande del sector informal del país: 49.1 porciento de toda la gente en el sector se dedicaba a actividades comerciales.[12] En Quito, por ejemplo, Farrell encontró que el 70 porciento de las micro-empresas comerciales estaban constituídas por mujeres, aunque la proporción era mucho más baja para Guayaquil.[13] La mujer también predomina en ciertas ramas de la producción, especialmente ropa/textiles, cerámica y ciertas actividades alimenticias así como servicios de ciudados personales.

---

[9] Ha surgido una gran oleada de literatura que demuestra cómo las definiciones del censo y de la encuesta de hogares, así como métodos para obtener información sobre actividades económicas, incluyendo "ocupación" o "actividades primarias/secundarias" dejan detrás subestimaciones muy pronunciadas respecto a la mujer tanto en el sector informal como en faenas agrícolas de bajos recursos. Esta literatura está citada y resumida por Rae Lesser Blumberg, en "*Making the Case for the Gender Variable: Women and the Wealth and Well-being of Nations.*

[10] Véase, por ejemplo, Berger, *op. cit.*, p. 15.

[11] Jaime Mazzera, "Excedente de Oferta de Trabajo y Sector Informal Urbano." En *La Mujer en el Sector Informal,* editado por Marguerite Berger y Mayra Buvinic.

[12] Seguido por 23.6 porciento que se dedican a las actividades manufactureras, 16.8% servicios y 9.3 porciento a la construcción (Baca Carbo, *op. cit.*, p. 13, citando la ola de la Encuesta de Vivienda Permanente de Noviembre de 1987 del Instituto Nacional de Empleo, INEM, del Ministerio del Trabajo).

[13] Gilda Farrell, "Los Microcomerciantes del Sector Informal Urbano: Los Casos de Quito y Guayaquil." *El Sector Informal en los Países Andinos.*

## EL TRATO CON HOMBRES Y MUJERES MICRO-EMPRESARIOS

Dos nociones cada vez más populares entre quienes diseñan y/o estudian a la micro-empresa tienden a disminuir el acceso de la mujer micro-empresaria al apoyo. Primero está la idea de que en razón de la las mujeres micro-empresarias operan negocios típicamente más pequeños que los hombres, no tienen una orientación muy empresarial ni orientan su gestión hacia la prosperidad con el mismo afán que sus contrapartes hombres. Segundo está la idea de que las micro-empresas que cuentan con mayor potencial de expansión - especialmente en cuanto a la generación de empleos - son las que merecen la mayor parte del crédito y otros recursos destinados al SME. Operativamente, estas dos ideas se traducen frecuentemente en un creciente prejuicio contra el apoyo a micro-empresas comerciales, justificándose en el hecho de que crean menos empleos y menores valores añadidos. El prejuicio en contra de apoyar a la micro-empresa comercial funciona en perjuicio de la mujer ya que contituyen quienes están presentes más preponderantemente en este sector. Donatarios y practicantes que sostienen estos puntos están en favor de dirigir los recursos hacia las actividades productivas que se encuentran a niveles más altos dentro de la pirámide micro-empresarial - donde, en realidad son menores los números de mujeres involucradas. Sin embargo, existen razones económicas poderosas para irse en contra de la poca sabia opción de excluir a la mujer de las gestiones de apoyo.[14]

### Empleo, Ingresos y Productividad

La mayor parte de los proyectos de desarrollo de la mico ypequeña empresa se preocupan por alcanzar tres metas independientes pero relacionadas entre sí, específicamente la generación de puestos de trabajo, y mejores niveles de ingresos y productividad. El apoyo que cada una de las metas reciba tiene impoirtantes implicaciones relativas al género de los empresarios.

#### Empleo

Con respecto a los datos que existen sobre generación de empleos, el panorama proyecta cosas en pro y en contra con respecto a si los proyectos micro-empresariales de crédito y/o capacitación generan un importante número de puestos de trabajo en empresas que son operadas por cualquiera de los dos géneros. No siempre son los negocios operados por hombres los que generan empleos. Por ejemplo, en un estudio llevado a cabo en 1985 sobre el proyecto crediticio micro-empresarial ADEMI

---

[14] La información empírica obtenida en el curso de este informe provino de varias fuentes incluyendo (a) una encuesta aplicada a 582 micro-empresarios que se llevó a cabo especificamente para este diagnótico sectorial y que se denominará en adelante como la "Encuesta Micro-empresarial," (b) un estudio del programa UNEPROM que se denominará la "Encuesta de UNEPROM", (c) una evaluación del programa de CARE al que se denominará la "Encuesta de CARE", y (d) una "breve apreciación rural" de microempresas y programas que la autora llevó a cabo en cuatro localidades diferentes del Ecuador. Además la información fue extraída de literatura micro-empresarial mundial. En cuanto a una descripción de la metodología utilizada, véase Anexo 1 al final de este capítulo.

de la República Dominicana, se encontró que mujeres micro-empresarias[15] crearon un promedio de 1.5 empleos mientras que los participantes varones generaron un promedio de 1.3. Lo que es más, en el sector de ropa, que constituía el sector más grande (150 de las 847 empresas) y el que contaba con mayoría de mujeres (casi la mitad de los clientes de crédito mujeres se habían agrupado en este sector), las micro-empresas dirigidas por mujeres crearon 1.4 puestos de trabajo adicionales en comparación con únicamente .64 empresas de hombres.[16]

En las tres encuestas sujetas a análisis durante el curso de esta investigación, existe evidencia mezclada con respecto a la relación existente entre género de los propietarios micro-empresarios y la generación de fuentes de trabajo. Por un lado, parte de la evidencia demuestra que las mujeres acusan tasas más altas de generación de empleos. Pero más dramáticamente, la Encuesta de CARE encontró que de los clientes con que contaban cuatro fundaciones que seguían el modelo de la Fundación Carvajal, micro-empresarias que representaban un poco por debajo de un tercio de la muestra, generaron dos tercios completos de todos los nuevos empleos que se habían creado.[17] La tasa de expansión de empleos con respecto a la mujer también probó ser un tanto más alta que la de los hombres incluídos en las dos submuestras del estudio de UNEPROM: quienes había recibido capacitación sin recibir crédito y el grupo de control. En ambas submuestras, hombres y mujeres contaban con niveles similares de empleo inicial. En la tercera submuestra, quienes habían recibido tanto capacitación como crédito, no acusaban una importante diferencia por género para la tasa de expansión en el número de puestos de trabajo aunque los hombres contaban con más empleados.

Contrariamente, los hombres tendían a crear un tanto más de empleos en las dos fundaciones crediticias "minimalistas" que reciben el apoyo de ACCION y que se incluyeron en la Encuesta CARE - FED en Quito y la Fundación Eugenio Espejo (FEE) en Guayaquil. De igual manera, en la encuesta micro-empresarial llevada a cabo por el equipo actual, los hombres reportaron un mayor número de empleados así como mejores niveles en las condiciones de empleo desde que iniciaron sus negocios.

### Ingresos

En la literatura sobre micro-empresa, la expansión en ingresos se mide menos a menudo que la expansión del empleo. Los datos relativos a la micro-empresa Ecuatoriana muestran el mismo patrón: si bien todas tres encuestas nacionales dimensionaron los cambios en las condiciones de empleo, únicamente una de éllas incluyó dimensionamiento explícito para la expansión de ingresos, específicamente la Encuesta Microempresarial, que no encontró diferencia importante alguna entre

---

[15] Las mujeres correspondieron a 150 de los 847 receptores de préstamos independientes (con respecto a crédito grupal) otorgados bajo el programa.

[16] Rae Lesser Blumberg, "Entrepreneurship, Credit and Gender in the Informal Sector of the Dominican Republic: the ADEMI Story." *Women in Development: A.I.D.'s Experience 1973-1985, Vol. II. Diez Estudios de Campo editados por* Paula Goddard.

[17] Margaret Hagen y Tamara Tiffany, *Small Enterprise Development Project Credit Strategy Study*, p. 29. El modelo de la Fundación Carvajal hace hincapié en la capacitación en aspectos de administración de negocios, contabilidad, mercadeo y similares, y concede crédito a una pequeña parte de quienes han sido capacitados.

hombres y mujeres. En las otras dos encuestas, la aproximación más cercana a una medida de ingresos se obtiene por suposición sobre preguntas relativas a la expansión empresarial.

Por ejemplo, la Encuesta de UNEPROM encontró que alrededor de 85 porciento tanto de hombres como de mujeres que habían recibido crédito reportaron que sus empresas habían sufrido una expansión; sin embargo, el 29.6 porciento de los hombres versus el 18.2 porciento de mujeres reportaron que sus empresas habían crecido "mucho".

Dentro de la Encuesta de CARE, alrededor del 90 porciento de los beneficiarios de crédito hombres y mujeres de FEE reportaron que sus negocios habían prosperado desde 1988; también fue escasa la diferencia reportada en cuanto a la expansión de clientes hombres y mujeres dentro de las fundaciones que siguen el modelo Carvajal (82 porciento versus 77 porciento). A pesar de éllo, son menos las mujeres receptoras de crédito bajo la FED que han reportado una expansión en su empresa desde 1988 en comparación con los hombres (77 porciento de mujeres versus 93 porciento de los hombres). A los beneficiarios contemplados en la Encuesta CARE también se les preguntó si es que los actuales niveles de ventas cubrían sus costos de mejor manera, de igual manera o con mayor dificultad que en 1988. Entre los clientes de FEE y beneficiarios de las fundaciones que utilizan el modelo Carvajal, existió muy poca diferencia por género: entre los clientes FEE, el 51 porciento tanto de hombres como de mujeres reportó estar en capacidad de cubrir sus costos de mejor manera, así como el 38 de los hombres versus el 33 porciento de mujeres dentro de las fundaciones con el modelo Carvajal. Sin embargo, entre los clientes de FED, las empresas pertenecientes a hombres volvieron a rendir mejor: 50 porciento de hombres frente al 39 porciento de mujeres que reportaron haber cubierto los costos ahora que en 1988. En breve, parece no haber un patrón simple respecto a la posibilidad de que los ingresos de hombres hayan incrementado más que los de las mujeres.

Particularmente aplicable es la evidencia que surge del estudio UNEPROM respecto a lo que hombres y mujeres micro-empresarios hacen con sus ingresos. Específicamente, en todas tres submuestras (crédito y capacitación, únicamente capacitación y mecanismos de control) las mujeres demostraron mayor propensión a la reinversión en la empresa que los hombres. En la submuestra correspondiente a crédito y capacitación, la mujer gastó el 14.6 porciento más de sus ingresos en reinversión empresarial, frente al 8.1 porciento en el caso de los hombres. Entre quienes habían recibido únicamente capacitación, las mujeres reinvertieron el 18.3 porciento de ingresos frente al 9.5 porciento para el caso de los hombres. En el grupo no-beneficiario de "control", la mujer reinvirtió 14.5 porciento frente al 9.1 porciento de reinversión empresarial realizada por los hombres.

Existe bastante evidencia de que la mujer que tiene responsabilidades como jefe de hogar y proveedora centra sus gastos en la nutrición de sus hijos, con un segundo interés por la escolaridad de los mismos, su salud y vestido. Las mujeres también tendían a retenerse menos niveles de ingresos para gastos personales que los hombres.[18] Los datos de UNEPROM no distinguen entre mujeres que constituyen jefes de familia o proveedoras principales con respecto a aquellas que tienen menos obligaciones en este sentido. Este último grupo podría disponer de un nivel adicional de ingresos para otros gastos - tales como reinversión empresarial. Ningún dato muestra que la mujer puede también encontrarse en unión marital como sucede con los hombres: 81 porciento de las mujeres frente a 83

---

[18] Véase Rae Lesser Blumberg, "Income Under Female vs. Male Control: Hypotheses from a Theory of Gender Stratification and Data from the Third World," *Journal of Family Issues*, Vol. 9, No. 1 y Blumberg, *Making the Case for the Gender Variable, op. cit.* en cuanto a revisiones hechas de los niveles de gastos que realizan hombres y mujeres.

porciento de los hombres se encuentran casados o participando de una unión libre. Aunque de acuerdo a las expectativas culturales estas mujeres casadas deibieran constituir únicamente proveedoras secundarias con obligaciones secundarias también, no existe datos con respecto a cuántos de sus maridos son en realidad los proveedores principales. Sin embargo los datos demuestran que la mujer, a despecho de su alta tasa de estado civil casadas y mayor tendencia a la reinversión, gastan casi tanto en alimentos como los hombres: dentro de la submuestra de crédito y capacitación, los hombres gastaron 55.8 porciento frente al 47.0 porciento de las mujeres. De quienes recibieron únicamente capacitación, los hombres gastaron 54.0 porciento versus el 48.9 porciento para las mujeres. Y entre los no-beneficiarios, los hombres gastaron el 68.2 porciento frente al 65.5 porciento de las mujeres.

**Productividad**

Un estudio realizado en 1988 sobre la FED[19] demostró que las mujeres prestatarias incrementaron sus ingresos por hora muy por sobre las tasas de los hombres prestatarios, al compararlos con los no-prestatarios del mismo género, luego de que varios valores extremos habían sido retirados. Estas beneficiarias de crédito bajo el programa de FED incrementaron su productividad: hicieron más dinero mientras trabajaron menos horas. Dado el hecho de que estas mujeres tenían entre 5 y 6 hijos por hogar, y por tanto se veían obligadas a trabajar el "doble" tanto en actividades económicas como domésticas, era relevante decir que eligieron cortar el número de horas que trabajaban. Por ejemplo, las micro-empresarias disminuyeron sus días de labor empresarial de 10.3 horas en 1984 a 9.3 horas para 1985.[20] Es de presumir que mucho de este tiempo adicional fue destinado a la crianza de los hijos (es decir, "la formación de capital humano).

Para generalizar, en la magnitud en que las mujeres micro-empresarias estén tan orientadas empresarialmente como sus contrapartes masculinos, teniendo siempre la responsabilidad primordial del bienestar de sus hijos, podemos hablar de un "efecto sinergético" que se logra al canalizar fondos hacia la mujer - mujeres quecombinan los impactos económicos que tienen los fondos con las repercusiones adicionales de contribuir a la formación de capital humano.

**Características Empresariales de Hombres y Mujeres**

Al examinar si las micro-empresarias tenían mentes empresariales tanto como los hombres, se debe recordar que los clientes de fundaciones micro-empresariales dentro de los varios estudios no son representativos del universo micro-empresarial total. En lugar de éllo, tienden a contituir un grupo auto-seleccionado de personas quienes han elegido crecer. Los micro-empresarios entrevistados en la presente "breve apreciación rural" (RRA) constituyen un grupo aún más selecto: a excepción del seguimiento realizado a través de la Encuesta Micro-empresarial de Cuenca (Véase Anexo C), el personal de la fundación se encuentra muy influenciado por la selección de clientes quienes intervienen en reuniones grupales y/o fueron entrevistados en sus mismos predios empresariales. Si bien unos pocos de dichos hombres y mujeres no habían encontrado éxito, a menudo demostraban el entusiasmo de gente que se había beneficiado de la ayuda que había recibido. Esto es mucho más cierto para

---

[19]Buvinic, Berger y Jaramillo, *op. cit.*

[20]*Ibid.*

quienes habían recibido crédito además de capacitación. Las mujeres entrevistadas en el RRA probaron ser igualmente empresariales que los hombres.

Sin embargo, la Encuesta Micro-empresarial proporciona el lote de datos más rico al comparar la orientación empresarial de hombres y mujeres. En general, los resultados de esta encuesta demuestran que las mujeres micro-empresarias son por lo menos tan empresarias como los hombres. Algunos de los aspectos para los que hombres y mujeres empresarios indicaron niveles similares de dedicación y orientación empresarial incluyen:

- Percepción de que podrían vender más;
- Deseo de exportar;
- Satisfacción con la empresa;
- Deseo de ampliarse;
- Percepción de capacidad para competir con empresas más grandes; y
- Percepción en el sentido de que su mayor necesidad de expansión constituye el capital de trabajo.

En relación a la escala de sus empresas, aunque los hombres contaban con más empleados y un rol de pagos mensual más importante, los empresarios hombres y mujeres probaron ser cotejas con respecto a:

- Nivel de activos fijos;
- Cambio en ingresos de 1989-1990;
- Ganancias/pérdidas de la empresa;
- Mantenimiento de un libro mayor;
- Solicitud de préstamos empresariales en el último año; y
- Mantenimiento de una cuenta bancaria.

En algunos aspectos, las mujeres superaron a los hombres en sus atributos empresariales al haber reportado:

- Menos problemas con la venta de sus productos;
- Menos problemas con la comercialización y competencia;
- Puntos de vista más optimistas respecto al futuro de su empresa;
- Más crédito por parte de los proveedores;

- Mayor utilización del libro mayor; y
- Una tendencia a disfrutar de la competencia y a asumir riesgos.

Parte de las diferencias encontradas entre hombres y mujeres micro-empresarios tienen que ver con su alto nivel de segregación a causa de su género en los varios sectores del mundo micro-empresarial. Según se notó, las mujeres predominan en el comercio y en la confección de ropa. Esto puede explicar, por ejemplo, el hecho de que las mujeres utilicen más el crédito del proveedor que prevalece con mayor fuerza en el comercio. También parece haber un amplio potencial de expansión para la venta de ropa: la demanda no fue reportada como un problema por parte de ninguna de las productoras de ropa que se entrevistó.

La segregación por género dentro del mundo micro-empresarial también parece explicar el descubrimiento de que las micro-empresarias están más inclinadas a contratar mujeres y los micro-empresarios más proclives a contratar a hombres. Además, los puestos de trabajo pagados por mujeres corresponden a niveles mucho más bajos: Una reciente muestra de la encuesta micro-empresarial realizada por INSOTEC en cinco ciudades de la costa Ecuatoriana encontró que los hombres ganaban un 250 porciento más que las mujeres.[21]

Otras diferencias encontradas para el desempeño micro-empresarial obedecen a las circunstancias que rodean a la mujer a causa de su situación de ser mujer. Por ejemplo, tanto la Encuesta Micro-empresarial como la breve apreciación encontraron que las empresas pertenecientes a mujeres se basaban en la casa más frecuentemente que las de los hombres. La encuesta también reportó interesantes diferencias por género en cuanto a la utilización de miembros de la familia dentro de la empresa: los micro-empresarios hombres tendían más a pedir que sus cónyuges trabajen con ellos en la empresa que lo opuesto, mientras que las mujeres estaban más inclinadas que los hombres por involucrar la ayuda de sus hijos en eltrabajo - pero importantemente, más a medio tiempo que a tiempo completo.[22] Las mujeres a quienes se les entrevistó en la breve apreciación atribuyeron este patrón a su insistencia de que la participación de sus hijos en el negocio no perjudique sus estudios - es decir, manifestaron que sus hijos trabajaban únicamente cuando no se encontraban en la escuela/colegio.

Otra diferencia notable debida al género y que surgió durante la Encuesta Micro-empresarial tiene que ver con la razón de iniciar sus negocios: las mujeres enfatizaron su gran necesidad

---

[21] Pablo Samaniego, y Lincoln Maiguashca, *Situación y Perspectivas de la Micro y Pequeña Industria en Cinco Ciudades Secundarias de la Costa Ecuatoriana: Esmeraldas, Quevedo, Manta, Portoviejo y Santo Domingo de los Colorados*, p. 56.

[22] En parte, esto puede reflejar valores culturales y disponibilidad relativa de empleo según el género. Los hombres se sentirían mucho menos cómodos trabajando en una empresa perteneciente a sus mujeres, y tendrían más facilidad para obtener mejor empleo en el sector formal. En parte, la menor participación de los hombres en las empresas de sus esposas también puede reflejar cuán importante es la proporción de mujeres que constituyen jefes de hogar entre las mujeres micro-empresariales reportadas en la literatura yque pudieron descubrirse dentro de una muy pequeña y breve muestra de apreciación; desafortunadamente, la función de jefe de familia no fue incluída como una variable en ninguna de las encuestas llevados a cabo para este documento, de manera que posiblemente no se la puede evaluar.

económica de ganar más, mientras que los hombres citaron motivos de independencia. Las mujeres tenían menor acceso a optar por buenos empleos dentro del sector formal, y cada vez mayor número de éllas debían asimilar responsabilidades de proveedoras a medida que las contribuciones masculinas escaseaban o faltaban totalmente. Para la mujer empresaria, ganarse la vida en el sector informal es la única manera de poder sobrevivir.

**Cumplimiento del pago de Préstamos Según Género**

La mayor parte de los estudios de crédito micro-empresarial en el mundo han descubierto que las mujeres son tan buenas o mejores para pagar sus préstamos que sus contrapartes masculinas. Para esta investigación se contaba con datos únicamente parciales sobre las tasas de morosidad, pero una vez más, con una excepción muy compleja, las mujeres representaban tasas menores de morosidad. Los datos contenidos en la encuesta CARE demuestran que las tasas de morosidad entre las mujeres beneficiarias de FED corresponde al 6.8 porciento frente a 12.2 porciento para los hombres, mientras que la tasa de morosidad de las mujeres dentro del programa de la FEE corresponde a 0 porciento frente al 4 porciento para los hombres. La cifra acumulativa en cuanto a morosidad dentro de las cuatro fundaciones que siguen el modelo Carvajal proporcionó una sola excepción - una tasa de morosidad del 13 porciento para las mujeres frente al 7 porciento para los hombres. Como los datos de CARE de que se disponía para este análisis eran globales para las cuatro fundaciones que habían adoptado el modelo Carvajal, no fue posible verificar los datos para comprobar dónde se habían reportado las más altas tasas de morosidad. Sin embargo, los datos que obtuvieron durante la breve apreciación por parte de una de las fundaciones Carvajal (CIPEP en Manta) demostraron el 0 porciento de mujeres morosas, comparado con 10 porciento para los hombres. Entrevistas llevadas a cabo con FADEMI indicaron que, en una línea de crédito, era menor el número de mujeres morosas (7 porciento de mujeres frente al 9 porciento de los hombres); en otra, la mujer comprendió el 39 porciento de los prestatarios, pero únicametne el 33 porciento de quienes se encontraban morosos.

Resumiendo lo anterior, parece ser que las micro-empresarias quienes buscan programas de apoyo micro-empresarial ponen tanto empeño en sus negocios como los hombres, aunque sus empresas tienden a ser más pequeñas en escala. También se encuentran más apremiadas por su hogar, sus hijos y la necesidad económica.[23] Además, aparentemente las micro-empresarias se desempeñan mejor para cumplir con sus obligaciones crediticias. En breve, no parece haber una base económica para dar trato preferencial a los micro-empresarios hombres.

## LO QUE FUNCIONA BIEN PARA LAS FUNDACIONES FUNCIONA MEJOR PARA LA MUJER

Uno de los propósitos de llevar a cabo la breve apreciación era el de aprender si es que los procedimientos seguidos por las fundaciones de apoyo micro-empresarial facilitan u obstaculizan su gestión de apoyo a las beneficiarias mujeres. La literatura de que se dispone sobre desarrollo micro-empresarial revela consistentemente varios factores conducentes al cumplimiento de programas de

[23] Estos aspectos se tratan en mayor detalle más adelante en este capítulo.

crédito micro-empresarial que encuentran éxito - factores que concomitantemente resultan en mayores porporciones de mujeres que están siendo atendidas como beneficiarias:

1. Uno de los factores más importantes para este éxito es el de aplicar tasas de interés positivas reales de manera que la fundación no se descapitalice y no tenga lugar el bien conocido efecto de "filtración" inherente al crédito subsidiado.[24] Puede apreciarse una clara relación entre las fundaciones encuestadas con respecto al tipo de interés aplicado y la proporción de mujeres beneficiarias de crédito. La fundación que más alto interés cobraba era la FED, cuyas tasas equiparan a las de mercado, y luego añade honorarios por capacitación, seguro, y demás rubros que se amortizan con el prétamo. FED también es la única fundación que pide pagos semanales, lo que conduce a una pronta recuperación de sus fondos. Como resultado de esta estrategia, cuenta con un 170 porciento de auto-suficiencia según su informe presentado ante el Banco Interamericano de Desarrollo.[25] También cuenta con el más alto porcentaje de clientes mujeres - el 60 porciento. En contraste con esta situación, el UNEPROM, que ofrece una tasa de interés subsidiado, cuenta con un 54.1 porciento de clientes mujeres, pero únicamente el 35.6 porciento de las mismas ha recibido crédito.

2. Las fundaciones que han encontado éxito no han impuesto altos costos transaccionales para poder obtener un préstamo, tales como largas esperas, numerosos viajes a oficinas o bancos distances, contactos intimidantes con burócratas displicentes que pertenecen a una clase social más alta, formularios largos y complejos y otros impedimentos burocráticos. Nuevamente, el papeleo y requisitos "iniciales" de FED parecen ser los menos onerosos de todos aquellos que funcionan en las fundaciones visitadas.

3. Otro factor que se asocia con el éxito que obtienen los proyectos de crédito micro-empresarial tienen que ver con la no imposición de altos requisitos de garantías o de complejos procedimientos de firmas de garantes que respalden a un préstamo. En el programa de la FEE, el mecanismo de "grupos solidarios" se utiliza entre los clientes más pobres, quienes en su gran mayoría son mujeres dedicadas al comercio.[26] Bajo un programa de grupos solidarios, el grupo recibe una garantía colectiva y ejerce presión social para que se realicen los pagos pendientes. Esto elimina la necesidad de contar con colateral, garantes y mecanismos de garantía similares, y casi siempre resulta en tasas de morosidad muy bajas. Si bien la mayor parte de préstamos individuales se otorgan a hombres, las mujeres tienden a estar más involucradas en grupos solidarios. La FED también solía tener un elemento de grupos solidarios que fue eliminado como parte de una reorganización en la que se reemplazó este recurso. El gerente actual considera que

---

[24] "Filtración" se refiere a la tendencia de que quienes tienen mayor influencia y se encuentran en mejor situación dentro de un grupo de beneficiarios dado reciban participaciones desproporcionadas de recursos subsidiados valiosos y escasos, tales como el crédito.

[25] Fundación Ecuatoriana de Desarrollo, *Programa de Desarrollo de la Microempresa Formal: 25 Meses de Trabajo, Junio 1988-Junio 1990.*

[26] De acuerdo con Robert Kramer, Sub-Director de USAID/Ecuador, el mecanismo de grupos solidarios adoptado por FEE ha funcionado excepcionalmente bien.

los grupos solidarios no son culturalmente apropiados para el Ecuador, mientras que la experiencia de FEE prueba lo contrario. De acuerdo con el estudio de Buvinic et al.[27], 6 porciento de los micro-vendedores incluídos en los grupos solidarios de la FED entre 1984 y 1986 constituían mujeres frente al 35 porciento de micro-productores que recibieron préstamos individuales. Los demás procedimientos introducidos por la FED para facilitar préstamos, aún dada la ausencia actual de los grupos solidarios, le otorgan un punto en este aspecto así como con respecto al 60 porciento de clientela femenina.

En general, los requisitos de colateral y garantes tienden a deprimir más a la clientela femenina que la masculina, ya que las mujeres por lo general tienen menos acceso a tipos de propiedad aceptadas como garantía[28], o el nivel de influencia y contactos para contar con garantes solventes. Un problema que se plantea al precisar de garantes y que fue una revelación en el curso de la breve apreciación, tenía que ver con una innovación a las leyes Ecuatorianos que requieren que ambos cónyuges firmen tanto préstamos como garantías. Esta limitación especial que pesa sobre las micro-empresarias se trata más en detalle en la Sección IV

4. Los programas más exitosos ofrecen generalmente pagos frecuentes que corresponden al ciclo empresarial de los negocios. Se encontró como parte de la breve apreciación, que la FED había cambiado de pagos mensuales a pagos semanales, mientras que la FEE continúa con el sistema de pagos mensuales pero a menudo aplica un sistema confuso en el que el banco privado envía pagos trimestrales únicamente al Banco Central. En realidad entonces, los pagos son trimestrales para los muchos clientes micro-empresariales de otras fundaciones. Las tasas de morosidad parecen ser substancialmente menores para clientes que deben realizar pagos mensuales o más frecuentes. Los micro-empresarios FED entrevistados no tenían quejas respecto a los pagos semanales, aunque de acuerdo al personal de FED, los micro-empresarios que se ven sujetos a sectores que acusan largos ciclos empresariales - tales como los carpinteros - a veces encuentran que les es difícil realizar pagos semanales. En general, la FED tiene una tasa muy baja de morosidad. Las tasas más bajas de morosidad también se encontraron dentro de las líneas de crédito de USAID/CFN, que requieren pagos mensuales, que para líneas de crédito que operan a través de bancos locales y que enfatizan los envíos trimestrales de dineros al Banco Central. FADEMI, por ejemplo, tiene ambos tipos de líneas de crédito, la de USAID/CFN que contempla pagos mensuales y las de banco/Banco Central que contemplan pagos trimestrales - con una tasa de morosidad mucho más baja en el caso anterior.[29]

---

[27] Buvinic, Berger, y Jaramillo, *op. cit.*

[28] Por ejemplo, casi nunca se acepta joyas a excepción de prestamistas informales y casas de empeños.

[29] En realidad, el sistema más extraño, confuso e incómodo se encontró en el curso de la breve apreciación y tenía que ver con las líneas de crédito de FADEMI ajenas a la de USAID/CFN. Este sistema se debe a la política adoptada por la sucursal del banco que maneja el dinero. Pero como parece haber tenido un impacto más negativo para las mujeres que para los hombres, se lo trata en más detalle más adelante.

5. Muchos de los programas crediticios más exitosos no excluyen arbitrariamente a ciertos tipos de micro-empresas, tales como tiendas, y típicamente cuentan con un mayor número de beneficiarias mujeres.[30] Los programas que restringen la participación del comercio tienden a congelar a una gran parte de posibles beneficiarias mujeres. Si bien las micro-empresas comerciales en realidad generan menos puestos de trabajo que aquellos sectores de la producción que usan mano de obra exhaustiva tales como la confección de ropa, y acusan menores niveles de valor añadido que sectores intensivos de capital tales como el metalmecánico, no existe evidencia alguna que prueba que los micro-emprearios dedicados al comercio constituyan los peores sujetos de crédito. Reportan incrementos en ventas, a veces a una tasa superior a las de las empresas productivas,[31] y en medida de lo que la micro-empresa comercial pueda tener dificultad por ser más pobre, sus tasas de morosidad sobre préstamos pueden hasta ser inferiores. Esto va de acuerdo con las revelaciones obtenidas en Guatemala y en cualquier otra parte[32] en el sentido de que la mayoría de los asesores de campo creen firmemente en que los micro-empresarios más pobres, cuentan con los mejores registros de pago.

Como las fundaciones no recogen datos colectivos sobre clases sociales de los clientes, el mejor desempeño de los segmentos de micro-empresarios más pobres se basa en impresiones. Pero impresiones similares derivadas de las entrevistas fueron cuestionadas con ambos tipos de asesores durante la breve apreciación, concretamente la FED y CIPEP/Manta. Los asesores también opinaban que las mujeres eran tan o mejores pagadoras que los hombres, a despecho del hecho de que son por lo general más pobres y sus negocios son por lo general más pequeños que los de sus contrapartes masculinas.

En general, los datos Ecuatorianos que se han generado de esta investigación están a tono con la literatura al encontrar que lo que trabaja bien para las fundaciones funciona mejor para afianzar la proporción de mujeres beneficiarias de crédito.

---

[30] Por lo tanto, es quizás contraproducente que el Banco Interamericano de Desarrollo haya impuesto con frecuencia una restricción en el sentido de que los préstamos ME que se concedan con sus dineros deben corresponder a "actividades de transformación" (principalmente producción). Si bien algunos de los beneficiarios Ecuatorianos se han dado modos de renegociar este requisito (por ejemplo el CONAUPE), otros (por ejemplo la FED) se ven afectados por los mismo. Afortunadamente, la FED también tiene acceso a los fondos de ACCION para un fondo de garantía bancaria que le permite continuar atendiendo a las necesidades del sector comercial ME en esa magnitud. La proporción de mujeres incluídas en la gestión de la FED es muy alta aún cuando cuente con un reducido número de clientes comerciales porque muchos de sus clientes productivos se encuentran interviniendo en el sector de producción de ropa en el que participa la mujer de manera preponderante.

[31] Arelis Gómez, *Informe de Evaluación de Impacto Programa USAID/MTRH.*

[32] Rae Blumberg y Jaime Reibel, *Guatemala's Urban Microenterprise Multiplier System (SIMME): Program Appraisal.* Véase también Rae Blumberg y Elspeth Revere, *Evaluation of Guatemala's Urban Microenterprise Multiplier System (SIMME).*

## LIMITACIONES ESPECIALES DE LA MUJER EMPRESARIA

### La Mujer y la Necesidad de Contar con la Firma de su Cónyuge

Hace dos años, al comienzo de la Presidencia de Borja, el Congreso Ecuatoriano aprobó algunas reformas orientadas hacia la eliminación de obstáculos estructurales y legales relativos a la igualdad femenina - que ya está garantizada por la Constitución. El párrafo 5, Artículo 19 dice: "La mujer, sin importar cual sea su estado civil, tiene igualdad de derechos y oportunidades que el hombre en en los aspectos de vida pública, privada y familiar. . . ".[33] Pese a éllo, muchas políticas y leyes continuaron discriminando contra la mujer desde las reformas implantadas recientemente por Borja.

Una de estas reformas requería la firma de ambos cónyuges (para parejas en unión libre así como para aquellas que estaban legalmente casadas) para obtener un préstamo u otorgar una garantía de préstamo. El razonamiento detrás de esta reforma era el de que la mujer no debe ser obligada a una acción de préstamo comprometido por su cónyuge a no ser que participe de él. Muchas mujeres se habían venido quejando de que sus maridos no les comunicaban cuando estban comprometiéndose a obligaciones de crédito. Pese a las buenas intenciones, esta reforma tuvo el efecto de un boomerang y ha tenido serias y negativas repercusiones para la mujer.

Como se hizo presente de manera muy clara en el curso de la breve apreciación, cuando un hombre necesita un préstamo, es él quien más poder de influencia tiene para hacer que su esposa firme que lo que sucede en caso contrario. Entre otras consideraciones, la posición social superior del hombre, el poder económico y la fuerza física le prestan mayor "presencia". También, aún cuando una pareja se haya separado, la ley precisa contar con ambas firmas. Nuevamente, un hombre tiene mayor poder de influencia para obligar a la cónyuge separada a que firme, de lo que sucedería en caso contrario. Por razones financieras, algunos hombres separados que tienen hijos con su esposa anterior y con un nuevo enlace podrían estar en necesidad de mantenerse en contacto con la familia y contribuir esporádicamente pero podría no revelar su ubicación para localizarlo. Esto incapacita aún más a la mujer para poder obtener la firma de su cónyuge en una solicitud de préstamo.

Una situación análoga existe con respecto al requisito de contar con co-firmantes. Típicamente, convenios entre fundaciones y bancos precisan contar con un garante. Pero algunos bancos precisan contar con dos. Y cada garante significa dos firmas si es que esa persona se encuentra involucrada, o ha tenido una unión libre. Esto dificulta que la mujer, con su menor poder social y contactos con gente solvente aceptable ante los bancos, obtenga préstamos micro-empresariales. En una situación dada, se involucran niveles de absurda dificultad. Parte de las líneas de crédito de FADEMI son operadas por una sucursal local de uno de los principales bancos del país.[34] El gerente del banco local ha decidido que los préstamos micro-empresariales concedidos a un año plazo tendrán que ser renovados cada tres meses (cuando los pagos trimestrales son enviados al Banco Central). Además, existe una política en el sentido de que se precisa contar con dos garantes, en lugar de uno, para que el préstamo pueda ser concedido. Por lo tanto, cada tres meses, el cliente típico de FADEMI que

---

[33] Rae Lesser Blumberg, y Dale Colyer, *Social Institutions, Gender and Rural Living Conditions*, Documento de Trabajo 12-89.

[34] Por contraste, su línea de crédito USAID/CFN tiene consideraciones especiales debidas a convenio que evita algunas de estas dificultades.

utiliza las líneas de crédito que se ven afectadas, deben traer a las oficinas de FADEMI a seis personas para una ceremonia de firmas: el beneficiario del préstamo y su cónyuge, y cada garante con su respectivo cónyuge. . . El sistema ha traído mucha confusión y planteado dificultades, y son especialmente las mujeres quienes se quejan de esta carga innecesaria. Lo que es peor, si una de las partes involucradas está ausente, los papeles no pueden tramitarse y el pago trimestral no puede ser enviado. Esto le coloca al cliente ante un gran riesgo de incurrir en morosidad y de tener que pagar multas e intereses por morosidad. La breve apreciación puso al descubierto varios casos concretos en los que la ausencia de una sola persona del sexteto haya sido la causa de que suceda lo anterior.

Afortunadamente, el 21 de Agosto de 1990, el Congreso Ecuatoriano aprobó - y publicó en el registro oficial - una modificación de la ley. En la actualidad, sólo se precisa la firma de uno de los cónyuges - excepción hecha de operaciones importantes tales como la adquisición de vehículos, casas o propiedades.[35] Tendrá que pasar algún tiempo antes de que el cambio legal llegue a la atención de bancos y fundaciones. Hasta entonces, el requisito de la firma conjunta se mantiene y constituye una carga para la mujer.

**La Mujer Empresaria como Proveedora de Cuidados para la Salud**

Cuando un miembro de la familia se enferma, es típico que sea la mujer quien deba asumir la carga de su cuidado, sin importar las consecuencias que éllo tenga sobre sus actividades económicas. Si bien se ha hecho mención en la literatura de la "doble carga de trabajo diaria" de la mujer que se reparte entre tareas domésticas y actividades económicas, es muy poco lo que se ha anotado en la literatura en cuanto a las repercusiones de género y micro-empresa con respecto a los problemas especiales que el cuidado de la salud plantea a la mujer.

La mayor parte de los micro-empresarios no tienen acceso al sistema de salud público y subsidiado del Seguro Social y pueden estar bajo fuertes presiones para pagar por servicios médicos, a causa de los niveles de ingreso mucho más bajos que caracteriza a las actividades informales y micro-empresariales. Un ingreso promedio para el sector privado formal y público del Ecuador es 60 porciento más alto que aquel del sector informal, según los estudios basados en la Encuesta Permanente de Hogares.[36] Además, un estudio de la gente que trabaja en micro y pequeñas empresas dentro de cinco ciudades de la costa encontró que los hombres ganaban un 250 porciento más que las mujeres.[37] De manera que no existe duda de que la mujer micro-empresaria del sector informal encara dificultades con el acceso a cuidados médicos, a no ser que sea casada con un hombre que tiene empleo dentro del sector formal que está al amparo de la Seguridad Social.

Consecuentemente, es importante el hecho de que en dos fundaciones que se visitó, FED y FADEMI, se ha instituído planes médicos y dentales. El plan de la FED involucra a alrededor del 80 porciento de los, a grandes rasgos, 2.500 beneficiarios actuales, cada uno de los cuales paga en la actualidad un poco más de $2.00 cada seis meses. Esto les proporciona a éllos y a sus familias el

---

[35] Entrevistas con Susana Valarezo, Directora Técnica de CONAUPE y Tatiana Cisneros, Directora del Programa de la Mujer, que es parte del Ministerio de Bienestar Social.

[36] Raúl Baca Carbo, *op. cit.* p. 14.

[37] Pablo Samaniego, y Lincoln Maiguashca, *op. cit*, p. 56.

derecho de visitar la clínica médica vespertina que mantiene la FED en sus mismo predios. El médico de la FED considera que el plan, que ha venido funcionando casi un año, está sobrellevando gran parte de sus costos, ya que no todos hacen uso de él. FED también mantiene un plan dental y una clínica en sus predios. Todos los beneficiarios entrevistados en la FED apreciaban el plan médico - aún aquellos que se habían unido al programa pero que todavía no lo habían utilizado. En realidad, varias mujeres se mostraban muy emotivas en su aprecio porque les alivien esta carga tan peculiar.

**El Acceso de la Mujer a la Capacitación frente al Nivel de Machismo que Exista en la Localidad**

El modelo Carvajal involucra una ingente suma de efectivo destinada a actividades de capacitación en administración de empresas (contabilidad, costos, comercialización, relaciones humanas y similares). El modelo contempla el acceso a crédito para una buena parte de quienes se han capacitado. Pese a éllo, la cuatro fundaciones que operan en las ciudades de la costa y que utilizan el modelo Carvajal tienen una serie de problemas que les han impedido otorgar crédito a más de una minúscula parte de las personas que han recibido capacitación. Estos problemas han incluído (a) descapitalización debida a préstamos muy escasos, demasiado grandes, con plazos demasiado amplios y la aplicación de tasas de interés menores a las positivas reales, (b) dificultades con los bancos para la liberación de fondos que ya se encuentran "en trámite", y (c) retrasos por parte de donatarios. En realidad, encabezando la lista se encuentran CIPEP/Manta, donde se han desembolsado 74 préstamos, y CIPEP/Portoviejo, con 77 préstamos. Sin embargo, dichos préstamos representan un mezquino 3.8 porciento y 3.3 porciento, respectivamente, de las 1.967 y 2.299 personas capacitadas en cada lugar. Unicamente el 1.8 porciento de quienes participan en el programa en Quevedo (54 de los 3.069 capacitados) y un mero 1.4 porciento de la fundación Esmeraldas han recibido préstamos. La fundación de Santo Domingo ha sido suspendida del programa y se encuentra debatiéndose en una batalla legal con CARE.

Las beneficiarias mujeres de CIPEP en Manta revelaron que sabían que otras mujeres habían prestado dinero para poder pagar la capacitación, atraídas por la promesa del crédito ofrecido por los promotores/asesores que matriculaban a la gente. Cuando no se cristalizaba el préstamo, se encontraban en problemas. Una mujer admitió haber pedido prestado dinero de su marido pero aún se encuentra a la espera de recibir un préstamo.

Las ciudades costeras del Ecuador están consideradas como las que menos oportunidades económicas ofrecen para la mujer y donde existen mayores índices de sometimiento que en las ciudades de la Sierra.[38] La provincia de Manabí, donde se encuentran ubicadas tanto Manta como Portoviejo, tiene reputación de ser la provincia más "*machista*" del país, y es uno de los sectores formales que está bajo el predominio masculino. Es importante anotar que los proveedores de información relativa al CIPEP reportaron que sus esposos se habían opuesto a los intentos de varias mujeres de inscribirse para el modelo de capacitación Carvajal. Citaron tanto razones culturales ("la mujer es para la casa") y una futilidad notoria y creciente de que se tomaba la capacitación con la esperanza de obtener un préstamo. La palabra viaja rápido en las pequeñas ciudades de la costa donde operan las fundaciones que siguen el modelo Carvajal. Y, admitieron los asesores, a no ser que los maridos vean algún beneficio económico más o menos inmediato, a menudo se muestran reticentes a permitir que sus mujeres participen del programa.

---

[38] Blumberg y Dale Colyer, *op. cit.*; Rae Lesser Blumberg, "Gender and Development in Ecuador."

Consecuentemente, la impresión subjetiva de los asesores de CIPEP es la de que sus participantes femeninas han sido en su mayoría jefes de familia, divorciadas, viudas o separadas. En realidad, no ha habido una nutrida participación de mujeres en los cursos del CIPEP: 21 porciento en Manta y 22 porciento en Portoviejo - la proporción más baja entre las fundaciones de ciudades de la costa que siguen el modelo Carvajal. Esta proporción muy baja de mujeres capacitadas por el CIPEP en Manabí probablemente guarda relación con la creencia local de que la cpacitación, por sí sola (es decir, sin crédito) no conduce a nada en términos de su importancia para ampliar los ingresos.[39]

La proporción de mujeres capacitadas por INSOTEC ha sido mucho más alta que la proporción de población femenina incluída en los cursos de CIPEP. Cuarenta y siete porciento de las 915 personas capacitadas por INSOTEC entre Junio de 1987 y Diciembre 31 de 1989, eran mujeres, así como el 66 porciento de las 170 personas capacitadas durante los primeros seis meses de 1990. En parte, esta mayor participación puede explicarse en razón de la mayor relevancia inmediata de los cursos ofrecidos. Los cursos de INSOTEC se centran en ampliar el nivel de conocimientos en cuatro campos de la producción -- ropa, alimentos, metalmecánica y productos de madera. El grupo de cursos que más gente atrae y más se ha ampliado ha sido el de confección de ropa, al que asisten casi exclusivamente mujeres. Aparentemente, es posible que quienes lo tomen apliquen los conocimientos adquiridos de inmediato para incrementar su fuente de ingresos - y esto parece influir sobre su propia actitud y la de sus maridos hacia lo valioso de la capacitación. También es importante que este curso práctico es mucho más barato que el paquete general de administración empresarial incluído en el modelo Carvajal. Un recuento de una mujer capacitada por INSOTEC en Santo Domingo -- otra ciudad que goza de reputación *machista* -- ilustra el punto:

> Alejandra es una costurera de 30 años, casada, que tiene una traviesa hija de cuatro años de edad, un taller/ departamento inmaculado, y un marido que por lo general no tiene trabajo y trabaja esporádicamente como *chofer*, pese a su bachillerato. Ella confecciona ropa a la medida pero tiene el título de bachiller secretaria. Aprendió a confeccionar su propia ropa (sin tener alguien que cuide a su hija, y dada la actitud de su marido, no le es posible trabajar fuera del hogar en esta etapa de su vida). Pero no es lo suficientemente diestra como para realizar obras complicadas o añadir toques sofisticados. Por lo tanto ha tenido que limitarse a atender a los clientes más pobres, con diseños básicos y a precios módicos. Luego participó en cuatro cursos de INSOTEC y refinó y amplió sus conocimientos. Ahora está en capacidad de realizar trabajo de mejor calidad para una clientela más afluente y exigente -- a la que puede cobrarle precios más elevados. Sus ingresos han mejorado mucho, y según élla acota, justo a tiempo. Antes de su capacitación, consideraba que contribuía con el 70 porciento de los costos de mantenimiento del hogar. Luego su esposo perdió aún su trabajo ocasional y es élla quien mantiene "virtualmente el 100 porciento" del hogar.

---

[39] Esto no significa que no se crea que la capacitación sea valiosa en otro sentido: Todos los 10 participantes de los cursos de capacitación del CIPEP/Manta que se entrevistó como parte de la breve apreciación manifestaron su respeto por los cursos y consideraban que los habían ayudado en diversos grados. Interesantemente, muchos mencionaron haber hecho uso de las nociones de relaciones humanas que habían aprendido y manifestaron que les había venido muy útil con sus clientes, sin mencionar mayormente el mantenimiento de cualquier tipo de registro -- el punto que más enfáticamente se había recalcado.

Lo que es más, su mayor nivel de ingresos y demanda ("Nunca me faltan clientes") han aumentado su auto-confianza. También siente que su esposo la respeta más y que ahora tiene voz y voto en las decisiones de la casa.

En breve, si se percibe una compensación inmediata, el marido machista debe aprender a domeñar su oposición a que sus mujeres paguen por recibir capacitación "fuera de la casa." Más generalmente, la proporción de mujeres encontradas en los cursos de las fundaciones que siguen el modelo Carvajal varía según el nivel de machismo y dominio masculino que prevalezca en la economía local de cada una de las ciudades. Por lo tanto, aunque las mujeres corresponden a únicamente alrededor de un quinto de las personas capacitadas dentro de las ciudades de Manta y Portoviejo en Manabí, constituyen el 37 porciento de los participantes en Quevedo y 43 porciento en Esmeraldas - que cuenta con gran número de población Africana y una tradición más arraigada en cuanto a la actividad económica de la mujer.

El ejemplo del contraste de proporciones en la participación de la mujer en los cursos de CIPEP/Manta e INSOTEC nos ponen en alerta respecto al hecho de que las actitudes patriarcales de los lugares pueden actuar como impedimento para que la mujer reciba capacitación, en la magnitud en que no se perciba una ventaja económica inmediata para el hogar. En breve, estos impedimentos no son irremediables. Unicamente se las debe tomar en cuenta como parte de las actividades micro-empresariales que a futuro se planifiquen para las ciudades de la costa.

## REVELACIONES ADICIONALES SURGIDAS DE LA ENCUESTA

Consideraciones de tiempo y espacio limitarán lo vertido en esta sección a cinco de los descubrimientos más interesantes que emergieron de la breve apreciación realizada.

1. Primero, no surgieron casos puros de micro-empresarios que pudieran caracterizarse limpiamente como productores dedicados a una sola actividad, comercio o especializarse en un solo servicio. En lugar de éllo, los micro-empresarios recurrían a una serie de actividades a fin de equilibrar las fluctuaciones que se producen en sus actividades primarias. Dichas actividades cruzaban a menudo el muy citado desglose de "producción versus comercio versus servicios" que muchas fundaciones, agencias donatarias y especialistas que trabajan con el sector informal utilizan al referirse a las micro-empresas. Por ejemplo, un zapatero y reparador de calzado de la FED también vendía, por ejemplo, útiles escolares y material de papelería de un mostrador que mantenía en un lado de su taller, y ropas de mujeres y niños que mantenía en otro mostrador de vidrio que mantenía a la derecha. La zapatería ocupaba el mostrador del centro y la parte posterior de la habitación. De esta manera, explicaba él, incrementaba sus ingresos y se ayudaba en los momentos malos.

Este descubrimiento va en contra del discrimen que existe para la actividad comercial: muchas de las micro-empresas clasificadas como de "producción" también se dedican a actividades comerciales, y muchas de las catalogadas como "micro-empresas comerciales" hacen - o contratan- parte de la producción de por lo menos su línea principal. Los vínculos e interdependencias encontradas prueban que el mundo micro-empresarial es más complejo y variable que las categorías a que se ha dado lugar para clasificarlas y apoyarlas.

2. La breve apreciación reveló interesantes ejemplos tanto de "umbrales" como de "plataformas." Un umbral involucra alcanzar un monto de préstamo que le permita al negocio realizar el salto de expansión; montos inferiores a estos niveles pueden traer como resultado pequeñas mejoras pero nada dramático. Está muy claro que este umbral varía según la actividad económica. Un joyero tiene un umbral bastante más alto debido al precio del oro que el que corresponde a un vendedor de ropa en un puesto de mercado público. La siguiente historieta ilustra la experiencia de dicha vendedora.

> Yolanda es una mujer de alrededor de 40 años que ha criado a cinco niños bajo principalmente su propio sustento. Su marido contribuía rara vez a los gastos del hogar y finalmente los abandonó. Ahora su hija mayor, de 19 años, cuida de la casa y de los niños más chicos, mientras que la segunda hija, de 17, trabaja con Yolanda en su puesto permanente ubicado en la calle cercana al mercado Ipiales de Quito. Había sido cliente de la FED durante seis años ("Creo que me han dado 20 préstamos!"), pero hasta hace un año, estos préstamos gradualmente escalonados habían sido demasiado pequeños para hacer una gran diferencia en su negocio. Luego alcanzó el monto de S/.200.000 (alrededor de $335 en ese momento). Este monto correspondía a la compra mínima que podía hacerse en una fábrica que vendía piezas de segunda y retazos/sobras. Por primera vez estuvo en capacidad de comprar allí, y a un precio tan barato, hablando comparativamente, "que pude llenar toda la estantería." Las ventas proliferaron y empezó a realizar viajes semanales a Colombia para comprar y vender otro tipo de mercadería, mientras que su hija de 17 años cuidaba del negocio. Su próximo prétamo ascendió a S/.400.000 a un plazo más corto, y su préstamo actual corresponde a S/.600.000 para el mismo período. Compra en cantidad y más barato que nunca antes, añade a sus ahorros con sus viajes a Colombia donde vende y compra mercadería, y está en capacidad de mantener a su propia familia y de ofrecer trabajo y alimentos ocasionales a dos sobrinas desempleadas de 18 y 20 años. Sus ingresos se han duplicado, y además de la reinversión ha estado en posibilidad de comprar platos, una cocina, muebles, y una televisión en blanco y negro - todo esto en el último año desde que su negocio finalmente alcanzó ese préstamo "umbral" que le permitió prosperar.

Otra cliente de FED ilustra el efecto de la "plataforma" que es posible que se produzca cuando la adquisición de maquinaria adicional posibilita la mayor capacidad de producción, por lo menos a corto plazo, por encima de los niveles de venta acostumbrada del micro-empresario. Por ejemplo:

> Manuel es un fabricante de camisas de hombre, parte de una familia de ocho hermanos y hermanas de Loja quienes ingresaron al negocio para emular a su hermana mayor que aprendió a confeccionar camisas en una fábrica en la que se empleó. Ella inició su propio negocio, trajo consigo a sus hermanos y los ayudó a establecerse individualmente o en parejas en fábricas independientes. Pero los ocho aúnan recursos para realizar adquisiciones de materia prima en grupos. El taller de Manuel se ve como el de la actividad de un solo fabricante: no se ve nada más que camisas. Gracias a préstamos de la FED y de bancos locales, Manuel ha adquirido suficientes máquinas de coser adicionales para incrementar las fuentes de empleo de 6 a 9, y elevar su producción en un 50 porciento - que va más allá de su capacidad de mercado. (El espera que esto sea un problema temporal). Deja a su hermana a cargo de la empresa dos días a la semana mientras sale a vender sus camisas en un puesto permanente en el Mercado Ipiales. Según su asesor, hasta vende camisas y corbatas

a los Congresistas que van llegando a su lugar de reunión desde un punto estratégicamente ubicado en la calle. Está deseoso de ayudar a venderlas para poder pasar por el momento difícil.

3. Invariablemente, los micro-empresarios citaron que su mayor obstáculo residía en la falta de suficiente capital de trabajo para prosperar. A tono con esta revelación, no es de sorprender encontrar que dos "casos de éxito" dentro del programa para la mujer en INSOTEC/Santo Domingo hayan recibido su gran empuje no de la capacitación en sí sino de los ahorros acumulados sobrantes después de que hubieron pagado a los instructores. El siguiente relato ilustra este caso en particular:

> Grima, una madre soltera de 29 años y madre de dos niños, tiene ahora un próspero negocio de confección de elegante ropa bordada a mano para niños. Solía tener un minúsculo negocio sin ningún empleado. Luego principió a tomar los cursos de costura de INSOTEC y se convirtió en una de las cinco mujeres elegidas para ser entrenadas como instructoras. Como instructora, ha dictado 8 cursos en Santo Domingo, Manta, Esmeraldas y Quevedo, a razón de S/.40.000 cada uno. Guardó ese dinero y lo utilizó para capitalizar un negocio mucho más amplio que ha surgido con más fuerza desde entonces. Ahora casi al tope de su rendimiento al atender una orden que debe entregar, cuenta con 10 personas que la ayudan, incluyendo a cuatro hermanas menores a quienes mantiene en gran medida. Hasta ha contratado a dos de sus propias estudiantes de los cursos de INSOTEC. Ahora cuenta con ditribuidores que venden su producción en las principales ciudades, y el negocio -- irradia optimismo al decirlo -- "es fabuloso." En la actualidad está pensando en solicitar un préstamo bancario por S/.7 ú 8'000.000 para exportar su línea y continuar creciendo. Ha trasladado su negocio a un local espacioso que arrienda y esta fuera de su casa. A despecho de la reinversión que destina al negocio, también se ha dado modos de dotar a su casa de una sala, comedor, juego de dormitorio, una televisión a color; ha adquirido ropa para toda la familia; y aún "solamente" un poco de joyas para sí misma.
>
> Jessie, una segunda mujer estudiante que se convirtió en instructora, también se encuentra utilizando sus ahorros para lanzar una empresa de ropa más amplia en sociedad con una amiga profesora. Entre las dos, cuentan con cinco máquinas de coser standard y una máquina Overlock de modelo casero, y tienen intención de producir ropa de niños. Jessie ya proporciona el 70 porciento de los ingresos familiares con su actual y modesto negocio de confección de ropa. Ella y su amiga creen que cuentan con el equipo y suficiente mercado para hacer un buen negocio, algo que nunca antes hubiesen podido hacer sin el capital inicial que recopiló trabajando como instructora de INSOTEC.

4. Existen claras diferencias en cuanto a la magnitud en que los micro-empresarios en los varios negocios y ciudades han estado en capacidad de transformar préstamos pequeños para ampliarlos y obtener ganancias. Por ejemplo, los productores de ropa de mujer y costureras parecían estar en capacidad de generar mayores ingresos que, por ejemplo, quienes operaban restaurantes pequeños o tiendas ubicadas en sus casas. La expansión fue claramente más dinámica en Quito y creció a ritmo acelerado en Santo Domingo si se las compara con Cuenca, Manta o Portoviejo. Tomando todo en cuenta, existen unos muy pocos ejemplos de "saturación de mercado". Una impresión muy saliente que se verificó en la breve apreciación es la de que existe considerable potencial de expansión en la mayor parte del sector micro-empresarial.

5. Parece estar claro que la gente que se encuentra ubicada a varios niveles de la "pirámide micro-empresarial" tiene diferentes tipos de necesidades y que las fundaciones que visitamos se han colocado en un lugar que les permite proporcionar servicios específicos a las micro-empresas a diferentes niveles. En teoría, las fundaciones que trabajan con los varios estratos parecen estar ofreciendo un recurso muy necesario para ese estrato en particular de micro-empresarios, pero no todos lo están haciendo de manera óptima. Básicamente, existen diversas necesidades para cuatro estratos de la "pirámide micro-empresarial".

(a) En el fondo, existe una gran necesidad de contar con pequeñas inyecciones de capital de trabajo junto con las destrezas empresariales más rudimentarias para el manejo de crédito y el cálculo de un punto de equilibrio y fijación de mejores precios. Este es el estrato más populoso de la "pirámide". Muchos de quienes reciben bajos niveles de ayuda pueden estabilizar empleo, ventas e ingresos en lugar de experimentar una ampliación súbita. Pero los préstamos son pequeños, a corto plazo y competen con las tasas de interés de prestamistas, de manera que los programas auto-suficientes pueden estar edificándose en base a un enfoque "minimalista". FED y FEE constituyen ejemplos de fundaciones que han aprendido muchos aspectos claves de cómo manejar con éxito a este nivel de micro-empresas en el mundo. Es también un nivel en el que están involucradas la mayoría de las micro-empresarias mujeres.

(b) Un poco más arriba en la pirámide - aunque a través de la micro-emrpesa "mediana inferior" - el curso de destrezas prácticas puede resultar en una generación de ingresos, y a veces, un afianzamiento del nivel de la empresa. Pese a éllo, si el curso es abstracto o teórico puede no surtir ningún efecto deseado. Por ejemplo, un grupo de aprendices de carpintería compuesto por 20 niños y jóvenes observados en INSOTEC/Santo Domingo, se encontraba sentada en sus escritorios y escribiendo las notas de la clase relativas a la clasificación de maderas, enfermedades de la madera, etc. Anotaron que habían sobrepasado más de la mitad del curso y en consecuencia todavía no habían logrado coger ni siquiera un martillo. Aunque se supone que deben realizar práctica de "martillo y clavos" antes de la finalización de este segundo curso, ningún estudiante había mencionado que sus ingresos habían mejorado. Esto contrastaba drásticamente con los informes recibidos de mujeres quienes recibieron cursos extremadamaente prácticos, para la secuencia de la confección de ropa. Parecería ser que el mejor enfoque es el de ofrecer cursos que no solamente son prácticos sino que también cubren ramas que están dominadas tanto por hombres como por mujeres dentro de la economía microempresarial Ecuatoriana que es muy estratificada de acuerdo al sexo o género de quien dearrolla la actividad.

(c) Sí parece existir la necesidad de contar con capacitación general en administración de empresas para micro-empresarios de nivel medio quienes pueden estar en necesidad de organizar de mejor manera sus operaciones para poder etabilizar y luego incrementar sus negocios. Pero dada la escasa evidencia que existe en el sentido de que esta capacitación proporciona réditos a corto plazo en términos de ingresos, tales actividades de capacitación parecen estar mejor vinculadas a un programa de crédito viable. El crédito tendrá un gran impacto sobre la demanda de los participantes. Tanto en CIPEP/Manta como en Portoviejo las participaciones disminuyeron drásticamente luego de que salió a la luz el hecho de que los tan prometidos fondos de préstamo todavía seguirían retrasándose. Por ejemplo, por primera vez en su historia, en Agosto de 1990 CIPEP/Portoviejo había tenido que cancelar un curso debido a la deserción para fines de

la primera semana. El nivel de matriculación había disminuído de 14 a 2 personas. Si bien unos pocos microempresarios pagarán por recibir capacitación sin tener el aliciente de un posible préstamo, el mensaje que emergió durante el curso de este estudio era claro: "La capacitación fue excelente y ahora creemos en un paquete integral de capacitación y crédito. Pero en realidad nos matriculamos interesados en la posibilidad del dinero.

Los micro-empresarios de CIPEP/Manta que habíamos entrevistado en la encuesta también expusieron su clara preferencia porque el costo de la capacitación sea cancelado mediante la disminución inicial del monto a la entrega del préstamo. Sugirieron distribuirlo un poco más, y/o añadir parte o todo el costo a cualquier préstamo subsecuente. De esta manera, creían que más micro-empresarios estarían en capacidad de costearse su capacitación.

(d) Finalmente, sí parece haber cabida para asistencia técnica individualizada y costosa dirigida hacia los estratos superiores de la pirámide micro-empresarial. Este nivel de microempresarios está en capacidad de costearse sus cursos de capacitación, pero aún así, el éxito del programa probablemente será mucho mayor si la fundación ayudara a que los micro-empresarios que se inician obtengan un préstamo. El monto del préstamo también implica un período de pago más largo, de manera que estos programas tendrán problemas mayores para lograr su auto-suficiencia.

## IMPLICACIONES PARA FUTURA ASISTENCIA DONATARIA

1. Se reciben recursos a raudales por parte de agencias donatarias internacionales para destinarlos al sector micro-empresarial del Ecuador. El Banco Interamericano de Desarrollo y el Banco Mundial en particular, se han tornado en los principales protagonistas. Se encuentran apoyando a programas públicos que se han puesto de manifiesto y también a programas del sector privado, que a menudo involucran la creación o robustecimiento de muchas fundaciones que aún manifiestan debilidad. Y pese a éllo todavía existen muchos obstáculos: relaciones con bancos que todavía no han sido bien regularizadas y fundaciones que se encuentran dedicadas denodadamente a "reinventar la rueda". No parecen tener una idea firme en el sentido de que muchas de las características de programas micro-empresariales de éxito ya han sido codificados en la pujante literatura micro-empresarial.

Bajo estas circunstancias, un servicio críticamente importante sería el de trabajar con las fundaciones y con las agencias públicas (tales como CONAUPE) que están recibiendo tanta cantidad de nuevo financiamiento. El diseño de programas para capacitar a todos los protagonistas clave respecto a "lo que funciona y lo que no funciona" dentro de los programas microempresariales de crédito y capacitación podrían multiplicar la efectividad del apoyo prestado a todo el sector.

Un programa así tendrá el efecto de afianzar el acceso que la mujer tenga a estos beneficios. Esto se debe a que la mayor parte de los programas exitosos han adoptado mecanismos que eliminan los constreñimientos iniciales y de otra índole que de otra manera mermarían la participación de la mujer. La difusión de esta información ayudaría a que las fundaciones Ecuatorianas adopten procedimientos más eficaces que también irían en beneficio de la mujer.

Además de los factores de éxito que se han enunciado anteriormente y que específicamente beneficiarían a la mujer, cabe anotar otros dos puntos:

(a) Las fundaciones de mayor éxito tienden a realizar sus propias recaudaciones de manera oportuna y seria; y

(b) Las fundaciones de mayor éxito tienden a utilizar asesores conocedores pero humanos, quienes son distribuídos geográficamente. Pronto aprenden quién es, dentro de su zona, un buen riesgo y quienes no, y tienen mayor facilidad para penetrar los rincones ocultos de micro-empresarios que trabajan desde la casa y "detrás de puertas cerradas".

Debe llevarse a cabo una investigación que compruebe la posibilidad de generalizar estos dos "factores de éxito" en el Ecuador y para identificar factores adicionales que han tenido impacto sobre empresas pertenecientes a mujeres. Luego, esfuerzos más denodados podrían dirigirse hacia los actores de las pertinentes instituciones.

2. Debe prestarse debida atención a los aspectos de computarización a todo nivel del sistema, para ayudar a que las micro-empresas y los agentes de capacitación puedan operar computadores y aprendan a analizar parámetros críticos. Existen en la actualidad varios paquetes computarizados (Software) que hacen seguimiento de proyectos micro-empresariales de crédito, tales como el diseñado por ACCION, cuyo uso podría promoverse. Los datos que se precisan para este estudio fueron recibidos más o menos a tiempo y más o menos en totalidad únicamente de parte de INSOTEC; otras fuentes aún cuando computarizadas, no pudieron hacerlo o tenían dificultad en generar los datos.

Esta sugerencia también incluye la enfática recomendación de que todos los sistemas computarizados deben ser establecidos e instalados, así como la gente entrenada para proporcionar todos los datos pertinentes de manera automática y desglosados por género de las personas involucradas.

3. Una vez que las fundaciones y las instituciones del sector público hayan sido concientizadas en cuanto a las "lecciones aprendidas" (es decir, los factores asociados con programas exitosos), entonces es oportuno trabajar con los bancos. Deben ponerse en su sitio procedimientos que funcionen mejor así como mayores incentivos. Esto podría ayudar a acabar con la actual situación en que ejecutivos muy colaboradores que apoyan desde sedes de las instituciones se encuentran con la actitud dañina de gerentes caprichosos u hostiles a nivel de sucursales locales.[40] Algunos bancos han tenido experiencias muy malas al trabajar con fundaciones débiles que trajeron como resultado altas tasas de morosidad para con los préstamos micro-empresariales. Estos antecedentes deben ser tratados en el seno de futuras negociaciones con bancos.

---

[40] El apoyo o enemistad idiosincrática de los ejecutivos locales de los diferentes bancos fue mencionado por parte de los directores de varias fundaciones. Por ejemplo, una asistente de gerencia en Manta opina que su banco debe extender crédito a los microempresarios, y fielmente llama a todos los 27 beneficiarios de préstamos otorgados por su banco, justo antes de que venza cada pago. Desafortunadamente, ese banco ya no proporciona nuevos préstamos para los clientes del CIPEP. También se detallan ejemplos negativos (que constan en el Informe Hagen y Tiffany, por ejemplo) de gerentes de bancos que son indiferentes u aún hostiles para con el crédito micro-empresarial, y quienes actuaron de tal manera que destruyeron la posible participación de su banco. Un escenario involucró el reemplazo de un gerente que había iniciado el programa con otro que tenía una agenda diferente.

4. Tanto las fundaciones como los bancos se beneficiarían al aplicar tasas de interés positivo real. Promover esta meta incrementaría los incentivos, ganancias y la proporción de mujeres atendidas. Como se había anotado, el crédito subsidiado recorta la participación de la mujer y de los segmentos pobres y pone el peligro la supervivencia de la entidad que otorga el crédito.

5. Hay necesidad de recorrer mucho camino hasta dar con la combinación ideal de crédito y tipos específicos de capacitación que funcionen mejor a los diferentes niveles de la "pirámide micro-empresarial." Los donatarios deberán apoyar actividades adicionales de investigación, seguidas de programas piloto para comprobar en el campo la escurridiza combinación que mejor quepa para los varios estratos de la pirámide. Una consideración para el trabajo de campo sería la de verificar que la participación de la mujer se la facilite igualmente a todo nivel, y en cada sector del país.

La utilidad inmediata de la capacitación debe ser mayor a medida que su valor crece así como también las limitaciones locales culturales contra la autonomía económica de la mujer aumentan. En otras palabras, tendrá que haber de por medio un mayor atractivo de bajo costo y la percepción de beneficios económicos a corto plazo para obtener una mayor proporción de mujeres que estén siendo capacitadas en una ciudad Manabita.

También significa que habrá necesidad de desarrollar varias estrategias para distribuir costos o diferirlos de manera que se pueda ampliar el alcance de los varios segmentos de la "pirámide micro-empresarial" que sean adecuados para programas que tengan una orientación mejor dirigida hacia la capacitación.

6. Existe evidencia en el sentido de que los mejores programas toman en cuenta todas tres metas de un empleo más afianzado, ingresos y productividad. El enfatizar todas tres metas deberá resultar en un programa más equilibrado y efectivo en cuanto a sus costos que llegará a un estrato mucho más bajo de micro-emprearios así como también a más mujeres. Existen dos sub-recomendaciones posteriores a ésta:

(a) Los programas financiados por donatarios no deberán excluir a las actividades comerciales. Las complejas relaciones que existen entre las categorías de "producción, comercio y servicio" de la actividad micro-empresarial hacen que todas estas categorías sean más bien arbitrarias y artificiales en cualquier sentido. El no excluir al comercio también significará que la mujer, que es tan importante en esta esferas, no verá amenazada su participación.

(b) Similarmente, los programas micro-empresariales formales no debe olvidar los grupos solidarios. La utilidad de un elemento que contemple grupos solidarios bien manejados radica en su capacidad de incluir a la mujer, a los estratos más pobres, y al segmento comercial de la micro-empresa de manera poco costosa y muy eficáz.

7. Debe incentivarse la auto-suficiencia por parte de las fundaciones. Los medios necesarios para lograr esta meta son similares a las "lecciones aprendidas" sobre programas micro-empresariales que han encontrado éxito, según se los ha discutido en la Parte II anterior. Estos incluyen tasas de interés positivas reales, un intervalo de pago que sea corto (semanal, o como máximo mensual) y una movilidad ágil de la cartera de préstamos. Las mujeres que han utilizado con anterioridad el dinero concedido por prestamistas no encontrarán que las tasas de interés son altas. Ni tampoco se les planteará una inconveniencia al incluir intervalos de pago cortos, aún cuando éllo implique más viajes

a las oficinas de la fundación: los pagos frecuentes están más de acuerdo con la mayoría de los ciclos de producción y comerciales de la mayoría de las mujeres.

8. Debe hacer un enfoque permanente centrado tanto en torno a Quito y a Guayaquil como a las ciudades secundarias. La combinación económica de Quito y Guayaquil incluye una mayor proporción de actividades del sector formal mientras que la de ciudades secundarias contiene una mayor proporción de actividades informales. De acuerdo con la encuesta nacional de hogares, el sector informal urbano promedio en un 35.5 porciento de la población económicamente activa de las tres ciudades principales - Quito, Guayaquil y Cuenca. Por contraste, el sector informal urbano en ciudades intermedias promedia el 44.3 porciento y en las más pequeñas el 42.7 porciento de lo que se define un poco estrechamente como "población económicamente activa.[41] Uno debe tener en cuenta que los programas de ciudades secundarias están bajo mayor escrutinio público en el caso de que algo falle: en las ciudades pequeñas significa que la voz del éxito o fracaso se difundirá más rápida y exhaustivamente que en las ciudades más grandes.

9. Los programas de salud son una nueva y atractiva evolución dentro del apoyo a la gestión micro-empresarial, especialmente cuando se trata de mecanismos de "realizar pagos a medida que se logra progreso" que han sido concebidos a manera de una Organización de Administración de Saud (HMO), que contempla pagos fijos para optar por los servicios. Su utilidad especial para la mujer micro-empresaria ya ha sido tratada. Hay necesidad de llevar a cabo más trabajo en la localidad y de nivelar el pago y servicios que logran hacer la combinación más eficáz, menos costosa y que aún logre cumplir el objetivo de proporcionar una "red de seguridad" para la población micro-empresarial que no goza de amparo similar.

10. Finalmente, las regulaciones locales pesan más y más directamente sobre muchas micro-empresas, especialmente aquellas empresas no registradas que preparan alimentos, su venta o su comercialización fuera de los almacenes. Tal como está la situación, la mujer se encuentra desproporcionadamente involucrada en los negocios que parecen estar más afectados por las regulaciones locales. Estas constituyen organizaciones de "segundo grado" aproppiadas que representan a estos municipios[42] de manera que esto podría proporcionar acceso a una posible y nueva forma de apoyo al sector micro-empresarial: programas que reciban el auspicio de donatarios deben contemplar actividades que incluyan actividades que influyan sobre las normas y prácticas de los gobiernos locales.

---

[41] René Calderón, *op. cit*, p. 36. Como se había anotado, estos cálculos del INEM tienden a ser demasiado bajos ya que no toman en cuenta a muchas de las mujeres que están activas dentro del sector informal, dadas sus definiciones y procedimientos.

[42] Entrevista con Lucía Carrión, una especialista en gobiernos locales y las organizaciones secundarias que los representan.

# ANEXO B

## METODOLOGIA

Este documento se basa en una combinación de datos provenientes de dos metodologías completamente diferentes. En primer lugar, las tablas desglosadas según género fueron comisionadas a tres encuestas nacionales con muestras micro-empresariales tomadas al azar. Todas tres incluían tanto una muestra micro-empresarial más amplia que recibe el apoyo de un grupo específico de fundaciones y un "grupo de control" de micro-empresarios quienes no se habían visto involucrados en las actividades de dichas fundaciones.[43] Las tres encuestas son:

1. La encuesta llevada a cabo en Julio-Septiembre de 1990 como parte del diagnóstico del sector informal Ecuatoriano bajo el auspicio de USAID/Ecuador. Incluyó a 430 micro-empresarios quienes se encuentran recibiendo el apoyo de las fundaciones (151 mujeres, 35.1 porciento, y 279 hombres, 64.9 porciento). También incluyó a un grupo de 512 micro-empresarios nominados por miembros de la muestra, quienes no eran beneficiarios de las fundaciones (51 hombres, 33.6 porciento y 101 hombres, 66.4 porciento). Este estudio se denominará en adelante la Encuesta Microempresarial.

2. La encuesta llevada a cabo alrededor de Marzo de 1990 para USAID respecto al impacto del programa de capacitación y crédito de UNEPROM bajo el Ministerio del Trabajo que involucra a nueva fundaciones privadas. El estudio fue formulado por Arelis Gómez y llevado a cabo por CEDATOS. Involucró a un grupo beneficiario de 673 (538 mujeres, 53.2 porciento, y 315 hombres, 46.8 porciento), así como a un grupo no-beneficiario de 134; información relativa al género se encuentra disponible para 121 entrevistados, 55 mujeres, 45.5 porciento; y 66 hombres, 54.5 porciento). Se la denominará la Encuesta UNEPROM.

3. La encuesta llevada a cabo alrededor de Febrero de 1990 para USAID concerniente a las seis fundaciones que reciben el apoyo del Proyecto para el Desarrollo de la Pequeña Empresa, auspiciado por USAID. (Cabe anotar que cuatro de las seis fundaciones están recibiendo el apoyo directo de CARE y enfatizan el modelo de capacitación Carvajal para micro-empresarios; dos están siendo apoyados mediante un subcontrato con ACCION y enfatizan el crédito para micro-empresarios.) El estudio fue preparado por Margaret Hagen y Tamara Tiffany, y llevado a cabo por VALINMER. Involucró a un grupo beneficiario de 447 personas (168 mujeres, 37.6 porciento, y 279 hombres, 62.4 porciento), y un pequeño grupo de 15 no-beneficiarios (7 mujeres, 46.7 porciento y 8 hombres, 53.3 porciento). Se la llamará la Encuesta de CARE.

---

[43] Como se había anotado en el narrativo de este capítulo, los clientes de fundaciones que apoyan a los microempresarios (MEs) pueden representar una subpoblación atípica del "universo ME". Más importantemente, los clientes ME de la fundación son (1) auto elegidos, y (2) corresponden a "quienes están tratando de crecer." Por lo tanto, aún las muestras ME tomadas al azar pueden no ser representativas de las MEs en general. Es imposible lograr una muestra de MEs al azar que no sean sean clientes de tales fundaciones, ya que el "universo ME" nunca ha sido censado.

Produce Pure Micro

La segunda metodología se la conoce comunmente como la "Breve Apreciación Rural (BAR), aunque aplicarse por igual a un ambiente urbano. Nombrada así en una conferencia de la Universidad de Sussex, Reino Unido en 1978, ha evolucionado para abarcar bastante bibliografía.[44] Su técnica básica de inter-convalidación es la de "triangulación" en la que cierto número de variables son exploradas mediante varios métodos. Estos varían desde análisis secundarios de estadísticas existentes hasta entrevistas clave a informantes y también observaciones de los participantes, "mini-encuestas", generalmente involucrando muestreos para fines específicos.

En la breve apreciación que nos ocupa, se llevó a cabo cierto trabajo de campo en las mismas fundaciones que se habían elegido porque tratan con varios niveles incluídos en la "pirámide" micro-empresarial del Ecuador urbano, y ofrecen varias alternativas de combinación de crédito y capacitación. El trabajo de campo principió con dos fundaciones centradas principalmente en la provisión de crédito (con solo un poco de capacitación) en favor de micro-empresarios muy pobres y de minúsculas empresas. Posteriormente concluyó con dos fundaciones que enfatizaban la capacitación para micro-empresarios que estaban relativamente bien económicamente.

- Primero, en Quito, la Fundación Ecuatoriana de Desarrollo (FED) fue elegida para representar a un programa de crédito dirigido hacia los segmentos más indigentes entre los micro-empresarios. FED es una de las seis fundaciones incluídas en la Proyecto para el Desarrollo de la Pequeña Empresa de CARE/USAID - específicamente, aquel que de los dos enfocaba principalmente el elemento crédito y recibía el apoyo de ACCION. Ofrece cantidades limitadas de capacitación, que no es pagada inicialmente por el micro-empresario sino más bien añadido a la tasa de interés a nivel de mercado que se aplica y que queda amortizado con el préstamo. De los 2.360 benficiarios de la FED, el 60 porciento corresponde a mujeres y el 40 porciento a hombres.

- Segundo, en Cuenca fue visitada la Fundación Austral (FADEMI). Al igual que la FED, también utiliza un enfoque de crédito relativamente "minimalista" dirigido hacia los micro-empresarios más pobres y de medio nivel, y no cobra desde un principio los honorarios de su curso de capacitación de contenido relativamente básico. Sin embargo, a diferencia de la FED, no tiene vinculación alguna con ACCION. Los beneficiarios de los primeros 1.200 créditos incluyen al 64 porciento de hombres y al 36 porciento de mujeres.

- Tercero, en Santo Domingo se estudiaron dos programas de INSOTEC. Uno fue su excelente proyecto piloto para mujeres y el otro su programa regular. INSOTEC proporciona principalmente capacitación técnica para el "afianzamiento de ingresos", relativa a destrezas productivas para los micro-empresarios de "nivel medio bajo" involucrados en los sectores de confección de ropa, alimentos, metalmecánica y productos de la madera. Estos cursos se proporcionan a un costo relativamente modesto. La

---

[44] Resumida por Rae Lesser Blumberg en, "Work, Wealth and a Women in Development 'Natural Experiment' in Guatemala: The ALCOSA Agribusiness Project in 1980 and 1985." Que forma parte de *Women in Development: A.I.D.'s Experience 1973-1985, Vol. II. Diez Estudios de Campo,* editados por Paula Goddard.

capacitación ha incrementado su enfoque sobre la confección de ropa, actividad en la que predomina la mujer. Por lo tanto, las estudiantes mujeres han elevado en número del 29 porciento de 725 personas capacitadas en 1987 a 1989 a 88 porciento de los 140 participantes durante el primer semestre de 1990.[45]

- Cuarto, fueron visitados los programas de CIPEP en Manta y Portoviejo. CIPEP es una de las seis fundaciones que reciben el apoyo del Proyecto de Desarrollo de la Pequeña Empresa auspiciado por CARE/USAID. Sin embargo, ninguno de los dos se encuentra utilizando el enfoque de ACCION. En lugar de éllo, CIPEP ha elegido representar el segundo elemento esencial del proyecto CARE/USAID, que enfatiza la cpacitación por sobre la concesión de crédito. Específicamente, el CIPEP es una de las cuatro fundaciones (todas en ciudades de la costa) que utilizan el enfoque del modelo Carvajal. Este modelo involucra capacitción relativamente extensiva en destrezas relativas a la administración de empresas, luego de lo cual una buena parte de los micro-empresarios capacitados supuestamente deben recibir crédito. La capacitación es más costosa que el enfoque adoptado por INSOTEC en cuanto a destrezas productivas, y llega principalmente a micro-empresarios de niveles medios. Pero a la fecha únicamente una pequeña parte de los participantes del enfoque Carvajal - menos del 4 porciento - han recibido en realidad crédito. Para CIPEP, como se trata más adelante, el fracaso de proporcionar mayor cantidad de crédito ha ido en detrimento de su credibilidad. En Manta, las mujeres comprenden el 21 porciento de los capacitados durante 1967; en Portoviejo, las mujeres correspondieron al 22 porciento de los 2.299 capacitados. En general, la mujer ha correpondido a únicamente por sobre un quinto del minúsculo número de beneficiarios de crédito del CIPEP, es decir, más o menos en proporción con su representación entre los capacitados.

En todos los casos, los funcionarios y varios miembros del personal de las fundaciones fueron entrevistados. Se llevaron a cabo reuniones de grupo con el cuerpo de asesores de FED-Quito (10 hombres) y CIPEP-Portoviejo (3 hombres, 1 mujer). También se recopiló observaciones de los participantes en FED-Quito: demostró una alta demanda de crédito, constando 102 personas en la lista de espera en los predios con respecto a información de préstamos y solicitudes durante una tarde de un día laborable (68 mujeres, 67 porciento; y 34 hombres, 33 porciento).

A los beneficiarios se los entrevistó individualmente y/o en reuniones de grupo, utilizando una lista de temas a manera de guía semi-estructurada (véase Anexo D). En todas las localidades, excepto en Cuenca, las entrevistas a beneficiarios cumplieron su cometido. Sin embargo, en Cuenca se hizo el intento de ubicar y volver a entrevistar a los 14 clientes de FADEMI quienes no habían sido incluídos en la Encuesta Microempresarial, a fin de validar esos casos mediante validación cruzada. Nueve de éllos fueron vueltos a visitar con todo éxito, uno de éllos no recordaba haber sido

[45] Al añadir los demás programas de INSOTEC en otras ciudades de la costa, las mujeres sumaron el 47 porciento de 915 durante el período 1987-89 y 66 porciento de los 170 participantes para 1990, es decir las mujeres se encontraban inicialmente en una proporción menor de participantes en Santo Domingo que en las demás ciudades de la costa de INSOTEC y ahora acusan mayores proporciones.

entrevistado dos semanas antes dentro de la Encuesta Microempresarial.[46] Tomado todo en cuenta, el desglose de beneficiarios entrevistados[47] por género y ubicación, de la siguiente manera:

Entrevistados bajo la BAR Según Género y Ubicación

| Fundación/ciudad | Femenino | Masculino | Total |
|---|---|---|---|
| FED/Quito | 9 | 7 | 16 |
| FADEMI/Cuenca | 12 | 8 | 20 |
| INSOTEC/Sto. Domingo | 5 | 0 | 5 |
| CIPEP/Manta | 5 | 5 | 10 |
| Total | 31 | 20 | 51 |

[46] De los cinco casos faltantes, cuatro se encontraban localizados pero sus negocios estaban cerrados (en dos casos las segundas visitas probaron ser infructuosas). El quinto correspondió a una zona rural en los alcances más remotos de la cobertura de FADEMI y los miembros del personal desistieron del viaje debido a nuestra limitada disponibilidad de tiempo.

[47] Los totales incluyen a microempresarios entrevistados en reuniones de grupos llevadas a cabo en las oficinas de la fundación así como aquellos entrevistados en sus lugares de negocios, ya que los datos independientes debían también recopilarse para asistentes a reuniones de grupo.

# ANEXO C

# LISTA DE TEMAS PARA LA EVALUACION DEL SECTOR INFORMAL

## I. ANTECEDENTES SOBRE LA MICRO-EMPRESA (MEs)

(administración=? producción, comercio, servicios; rama; años de experiencia; solo(a) o/y cónyuge; recibió préstamo? en caso afirmativo, cuántos? ha ayudado el préstamo?

## II. IMPACTO DE LA AYUDA SOBRE LA ASISTENCIA

### A. Crédito (vs. Capacitación)

1. Crédito. Destino del crédito (capital de trabajo, bienes fijos = explorar la posible compra de máquinas, herramientas, etc.) (Pregunte respecto a incrementos en la producción, empleo, ingresos en orden de sugerencia durante el curso de la capacitación.]

   a. Producción. Recabar una idea sobre el monto de bienes fijos ME que fueron incrementados y si corresponde o no a una mayor producción, productividad.

   b. Empleo. Obtener datos sobre empleo inicial por género, edad, número de miembros en la familia, empleados a tiempo parcial o tiempo completo, incluyendo temporales versus permanentes. Obtener niveles de empleo actual según los mismos parámetros. Verificar si hay trabajadores desde la casa o agentes de venta externos y recabar datos sobre género, horas de trabajo, funciones, comisiones, remuneración, etc. Cerciorarse de la magnitud en que los actuales niveles de empleo se han (i) estabilizado, vs. (ii) incrementado, y cuáles categorías se han estabilizado y/o aumentado.

   c. Ventas e Ingresos. Primero tratar de calcular si es que las ventas han aumentado y en qué magnitud por día, por semana, mes, etc. Verificar si existen temporadas de ventas. Luego preguntar respecto al incremento relativo de ingresos. Distinguir los ingresos utilizados para el negocio (propensión a reinvertir, etc.) versus ingresos utilizados domésticamente. Se había destinado a la casa más dinero después de recibido el crédito? Cuánto más, en proporción?

2. Capacitación. Definir cuánta capacitación se ha recibido, cómo se la consideró, la están utilizando, especialmente los aspectos de contabilidad? importancia relativa que se presta a lo aprendido versus crédito si tuvieran oportunidad de elegir; o preferencia por contar con un paquete integrado. Cuánto más desearían recibir. Disposición para pagar por la capacitación.

## III. IMPACTO DEL CREDITO DENTRO DEL HOGAR

### A. Gastos

1. Más en cantidad, calidad (proteínas, frutas, vegetales) de alimentos? Cuánto más proporcionalmente?

2. Gastos de escuela para los hijos: recabar información respecto a cuántos, sus edades, cuántos asisten a escuelas y colegios, cuántos de éllos trabajan en el negocio y en qué proporción. Cálculo de lo que gastan en libros, uniformes, etc.? Cálculo en cuanto a la posibilidad de que sus hijos puedan permanecer en la escuela durante un tiempo más prolongado? (género del niño).

3. Gastos para la salud: más ahora? están más sanos los miembros de la familia? servicios adicionales utilizados? (para las mujeres: Si se establece una buena comunicación, discutir planificación familiar: necesidad, tipo que se prefiere, problemas con el marido, costos versus beneficios para los niños). (FED=miembro del plan de salud? Ha utilizado los servicios? Cuáles, cuán a menudo, para quiénes? Satisfecha?)

4. Otros gastos para los niños; ropa, etc.

5. Artículos del hogar/bienes de consumo. Revise una lista de (a) artefactos básicos: ollas y utensilios, platos, mesas, sillas, camas, ropa de cama, etc. (b) comunicaciones: T.V., equipo de sonido, grabadora, etc.; (c) artefactos electrodomésticos, (d) otros gastos "mayores" hasta incluir automóviles.

6. Gastos personales. Ropa, recreación, etc.

7. Apreciación del nivel de vida, si es mejor, y de ser así en qué sentido, en cuanto a alimentación, bienes materiales, ahorro en tiempo, etc.

8. Jefe de familia=? De haber cónyuge, relacione contribución de ME, cónyuge = X% vs. Y%.

## IV. LIMITACIONES

### A. Negocios

9. En general, cómo marchan las cosas?

10. El mayor problema. Discutirlo.

11. Ayuda por parte de NGO? Discutir su magnitud.

B. **Tiempo**

1. Cuán largo? Cuántas horas de actividades productivas? Dificultad en asistir a clases, realizar pagos, etc. debido a limitaciones de tiempo?

2. Si contase con más ingresos, los utilizaría para disminuir las horas de trabajo? A qué dedicaría el tiempo extra de que disponga?

C. **Experiencia Previa con el Crédito**

1. Ha utilizado los servicios de prestamistas (chulqueros)?

2. Problemas con/"

3. Ha tratado de recurrir al sector formal?

4. Problemas con el sector formal

5. Problemas "iniciales" especiales (costos transaccionales) = visitas repetidas, retrasos, condescendencia, dificultad con los formularios, dificultad con los garantes, problema de firma conjunta con el cónyuge, otro tipo de problemas.

D. **Limitaciones de Empleo** (en medida de lo que no se ha cubierto en A. anterior). Por ejemplo, dificultad para obtener mano de obra calificada? problemas al utilizar a los propios hijos como trabajadores, incluyendo su ausencia y/o asistencia a la escuela.

E. **Mujeres: Limitaciones Adicionales**

1. Explorar cualquier indicio que haya surgido con la presentación de los temas anteriores.

2. Dificultades legales particulares (personería jurídica, etc.)

3. Problemas de salud: es élla responsable de cuidar a los miembros de la familia que se encuentren enfermos, y de ser éste el caso, afecta esta situación a su capacidad para manejar el negocio.

# CAPITULO TRES

# LIMITACIONES Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO LOCAL PARA LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA EN EL ECUADOR

por

**Robert G. Blayney**
National Cooperative Business Association

## INTRODUCCION

Conformado por entre 250.000 y 350.000 firmas, el sector de la micro y pequeña empresa (SME) del Ecuador da empleo a alrededor de 700.000 a 1'000.000 de trabajadores - casi la mitad de la población urbana económicamente activa (PUEA). Este sector también absorbe la mayor parte del trabajo de quienes se incorporan a la fuerza laboral urbana, que se inician en empleos de baja productividad.

Dado el número relativamente grande de empresas que aparentemente se concentran en unos pocos sectores económicos, la pregunta clave para cualquier programa de apoyo al SME es la de si existe o se producirá una saturación de mercado para esos sectores que reciban el apoyo del programa. En otras palabras, los esfuerzos por promover el crecimiento y la expansión del SME deben tomar en cuenta si es que los actuales mercados domésticos estarán en capacidad de soportar el ingreso de empresas adicionales o podrán sustentar la expansión redituable para las que ya existen. Donde impera la saturación de mercados, las firmas existentes o establecimiento de nuevas resultará inevitablemente en el desplazamiento de otras. La generación sustentable de empleo solo puede producirse cuando exista suficiente demanda de mercado para absorber productos y servicios adicionales.

Este capítulo examina las oportunidades y limitaciones que el mercado interno guarda con respecto al SME del Ecuador. Estas oportunidades y limitaciones quedan determinados por una compleja serie de factores que incluyen temas de políticas clave para el Gobierno del Ecuador, las características de los empresarios mismos, idoneidad de la infraestructura de mercados, y la disponibilidad de sistemas de apoyo comercial.

La manera más directa de identificar oportunidades y limitaciones de mercado es mediante la realización de análisis subsectoriales exhaustivos y la conducción de estudios de mercados. Esto no fue posible dentro de la estructura conceptual del actual estudio - que tuvo la intención de proporcionar un amplio panorama del sector en lugar de llevar a cabo un análisis profundo y exhaustivo de los diferentes subsectores - y las limitaciones de recursos y tiempo que dicha concentración implicaba. En lugar de éllo, este estudio se centra en torno a una serie de índices más amplios relativos a la capacidad de mercados, que incluye:

Previous Page Blank

- La impresión que en cuanto a la saturación del mercado tienen los empresarios;
- Indices de expansión en ventas;
- Indices de rentabilidad, réditos sobre inversiones y réditos laborales;
- Niveles de competencia; y
- Optimismo empresarial, incluyendo planes futuros del empresario para con su negocio.

Una manera definitiva de medir la viabilidad del mercado interno es la de desarrollar un índice de valor añadido que determine si los bienes y servicios suministrados por el SME traducen o no en valor añadido para el sector. Resultados negativos (ya sea generales o según subsectores específicos), sugerirían que todos o parte de los participantes no cuentan con suficiente demanda para sus bienes o servicios, y lo que es más, que están percibiendo ingresos reales negativos o nulos por sus esfuerzos. Resultados positivos que se encuentran serían indicativos de suficiente capacidad de mercado para sostener la expansión empresarial. La comprensión de las características - tipo, tamaño, ubicación, factores de insumos, rentabilidad y capacidad gerencial de los propietarios - de aquellas empresas que tienen potencial de crecimiento ayudarán en la orientación de recursos dirigidos a apoyar el sector.

El concepto de mercadeo que se ha utilizado en este documento incluye todos los pasos que un empresario dado debe asumir para operar el negocio, desde adquirir insumos hasta movilizar su producto hacia el consumo doméstico. La coordinación de estos pasos se logra en gran manera a través de las fuerzas de mercado, aunque la intervención gubernamental puede tener y de hecho tiene importantes repercusiones sobre el proceso. La visión de estas actividades de comercialización y su interrelación dinámica se producirán como respuesta a los cambios que tomen lugar en las políticas gubernamentales, las condiciones socio-económicas que prevalezcan, y el ambiente empresarial (factores externos). El potencial de mercado también depende de la capacidad del operador, incluyendo su propia capacidad de producción, acceso a información, capital, capacidad gerencial y conocimiento intrínseco de mercados.

La información y datos que se utilizan en este capítulo provienen de cuatro fuentes principales: una encuesta de campo de alrededor de 600 micro y pequeños empresarios, diálogos con los entrevistadores de las encuetas de campo, fuentes de información secundarias, y reuniones de seguimiento en Quito, Ambato y Guayaquil con miembros de las asociaciones de la pequeña industria y artesanía, instituciones NGO de apoyo a micro y pequeñas empresas específicas. Las visitas al lugar de trabajo fueron útiles para tratar temas de mercadeo con los propietarios y para comprender de mejor manera el estilo gerencial y conocimiento de mercados que posee el empresario -- factores que contribuyen importantemente al éxito o fracaso que se obtenga en el mercado mismo.

## POLITICAS GUBERNAMENTALES Y SU IMPACTO SOBRE MERCADOS INTERNOS

Las políticas de gobierno tienen dos importantes impactos sobre el potencial comercial de los pequeños productores del Ecuador: tienden a elevar el precio de los bienes producidos por el SME y evitan que entren en sana competencia con bienes extranjeros que son menos costosos.

La estructura de políticas industriales se ha caracterizado por un alto nivel de protección a las importaciones y por políticas que subsidian el costo de capital y elevan el costo de la mano de obra. Los aranceles y ley de promoción (que otorgan exoneraciones arancelarias a los insumos industriales y los bienes de capital, y además conceden deducciones del impuesto a la renta para fines de inversión) han traído como resultado una protección efectiva mayor para los bienes de consumo (costos más altos a nivel de mercado local) y menor protección para bienes intermedios y de capital. Estos son discriminatorios en contra de los pequeños productores en el sentido de que las grandes compañías reciben exoneración arancelaria sobre los insumos que compran, mientras que típicamente, el SME debe adquirir su materia prima e insumos intermedios en grandes industrias internas (monopolísticas en algunas instancias) o en almacenes de ventas al detal, donde un artículo intermedio (como podría ser un motor eléctrico) quedaría clasificado como un bien de consumo y por lo tanto estaría sujeto a tarifas y aranceles mucho más altos.[1] Las grandes empresas también reciben exoneraciones de impuestos para fines de inversión, un beneficio al que el SME no tiene opción. Ambos factores tienden a incrementar el costo de los bienes producidos por el SME.

Alrededor del 85 porciento de las MEs encuestadas por el equipo de investigación utilizaba únicamente materia prima producida internamente para incorporarla a sus productos, mientras que el restante 15 porciento importaba parte de su materia prima.[2] Como era de esperarse, las ME más grandes eran las que más se inclinaban por utilizar materia prima importada. Los entrevistados por lo general no estaban conscientes de las tarifas arancelarias que pesaban sobre bienes importados que habían adquirido en almacenes locales.

En la actualidad el Gobierno se encuentra en el proceso de reformar el sistema de incentivos industriales. Una mejor estructura de política sería la de liberar el comercio y disminuir los factores que distorsionan los mercados. Bajo tal estructura, el precio relativo de capital y la tasa real de cambio sería mucho más alta de lo que es en la actualidad. La combinación de devaluación y menor protección incrementará los precios de bienes importados y disminuiría el prejuicio que en cuanto al SME queda sentado en las políticas actuales. Un posible resultado sería el de que empresas locales tanto grandes como pequeñas empezarían a buscar fuentes internas para abastecerse de bienes intermedios a medida que los costos reales de las importaciones crecen. Al mismo tiempo, los altos aranceles sobre productos de consumo benefician a la producción del SME restringiendo el ingreso de bienes menos costosos que

---

[1] Un poco menos del 88 porciento de quienes participaron en la encuesta se abastecen de sus bienes comprando en establecimientos de ventas al detal.

[2] Los entrevistados no distinguían entre insumos adquiridos localmente, que eran fabricados internamente de aquellos que en realidad eran importados. La utilización de materiales importados probablemente no ha recibido la atención que merece en sus respuestas.

provienen de países como Colombia, Venezuela y Perú. El ingreso del Ecuador al Mercado Comú Andino podría traer como resultado una importación a gran escala de artículos de consumo de bajo cost que desplazarían a los bienes producidos por el SME Ecuatoriano.

Además de los cambios anteriores, el Gobierno del Ecuador ha estado tomando otras medida para apoyar a la micro-empresa. En Noviembre de 1988, el GDE creó un "Frente Social" comprendid por cuatro ministerios del sector social. Se anunciaron seis programas prioritarios, de los cuale únicamente uno, el de alfabetización ha sido llevado a cabo.[3] El siguiente e importante enunciad relativo a políticas sectoriales formaba parte del Plan de Desarrollo para 1989-1992 emitido en mayo d 1989. En este plan las iniciativas originales del "Frente Social" desencadenaron en las siguientes área de acción prioritaria: a) empleo productivo, b) empleo emergente c) microempresas, d) recuperación d salarios netos, e) servicios de nutrición y salud para niños menores de cinco años y mujeres embarazadas, f) saneamiento y agua potable para los segmentos pobres de sectores rurales y urbanos, g) robustecimient del seguro social, h) mejoramiento de la cobertura y calidad de la educación básica, e i) vivienda d interés social. Debido a otras prioridades inmersas en un ambiente de austeridad fiscal, en 1989 s aprobó un limitado nivel de financiamiento para estos programas.

## FACTORES SOCIO-ECONOMICOS CLAVE Y LOS MERCADOS INTERNOS DEL SME

La demanda por bienes y servicios producidos por el SME deriva de cuatro fuentes. Ocupa luga preponderante entre éllos la demanda interna por bienes y servicios de consumo que nacen de los ingreso familiares de zonas rurales y urbanas. Un segunda fuente de demanda surge desde y hacia la vinculaciones de producción que existen entre las pequeñas empresas y otras unidades productivas no-gubernamentales de la economía interna. Los sectores gubernamental y extranjero proporcionan las otras dos fuentes de demanda para los bienes y servicios ofrecidos por el SME.[4]

El modelo de substitución de importaciones que siguiera el Ecuador desde la década de 1960 hasta mediados de la década de 1980 condujo a un acelerado crecimiento urbano y una demanda que rápidamente se hacía sentir para bienes básicos, especialmente alimentos. La agricultura en general se ha comercializado más para todo tipo de unidad agrícola, tanto debido al acelerado crecimiento de la demanda interna como debido a la mayor demanda existente para la exportación de productos agrícolas. Una gran parte de las pequeñas fincas del país han pasado a un plano de producción comercial dejando atrás el de subsistencia, acusando niveles de mercadeo que por pequeños que sean, sobrepasaban al 60 porciento de su producción.[5] La demanda por mano de obra no calificada creció aceleradamente en

---

[3] Los otros cinco - empleo, sector informal, nutrición, desarrollo rural y saneamiento - todavía se encuentran en diversas etapas de diseño.

[4] La demanda extranjera para bienes y servicios producidos por el SME constan en el Capítulo Cuatro.

[5] Información proporcionada por el Ministerio de Agricultura.

zonas urbanas, especialmente dentro de los sectores de la construcción y servicios. Esto trajo com consecuencia una mayor migración campo-ciudad, y la elevación de los salarios del sector rural.

El crecimiento poblacional en el Ecuador promedia en 2.6 porciento anual, siendo las zona urbanas las que crecen mucho más aceleradamente durante las últimas décadas, principalmente debid a la migracion campo-ciudad. En 1982, la fecha del censo más reciente, el sector agrícola fue e empleador más grande con 1.2 millones de trabajadores, pero esta participación ha disminuído desde po sobre el 59.0 porciento en 1970 al 44.7 porciento del total. La actividad maufacturera empleaba al 16.7 porciento en 1987 siendo el sector gubernamental y de servicios el que absorba el 38.6 porciento elevándose desde un 260 porciento que acusara en 1962.

Para 1988 el sector informal urbano conformó alrededor del 41.4 porciento de la població urbana económicamente activa del país. Este sector etaba compuesto por auto-empleados, propietario de negocios con empleados, empleados a sueldo, y trabajadores no remunerados. Setenta porciento del sector informal se dedica al comercio y a la provisión de servicios, con el resto dedicado al sector de l manufactura.

Siguiendo un período de expansión económica en la década de 1970, debido primordialmente a las exportaciones del petróleo, la economía del Ecuador se estancó en la década de 1980. La inflació impera y ha alcanzado un pico tan alto como el 86 porciento anual durante los últimos años. El Sucre se ha devaluado de 20 por dólar a principios de la década de 1970 a sus actuales niveles de 850 a 900 por dólar de los Estados Unidos. La pobreza se ha difundido y la distribución de ingresos sigue un patrón altamente desequilibrado. Si bien ha habido un poco de beneficios del petróleo que han filtrado hacia los segmentos pobres - principalmente a manera de mayor acceso a servicios sociales - la pobreza y problemas con la distribución de ingresos se hicieron presentes en la década de 1980 y persisten hasta el día de hoy. La disminución de ingresos reales durante la década de 1980 parece haber golpeado gravemente a los segmentos indigentes y grupos de clase media inferior. El grupo de escasos recursos que representa el 48 porciento se encontraba en situación mucho más deplorable para 1985 que en 1978 y los estratos indigentes correspondientes al 20 porciento habían retrocedido a niveles encontrados a principios de la década de 1970. El ingreso promedio per capita para 1989 correspondió a los mismos niveles que para 1978. La participación del trabajo en el producto interno bruto (PIB), según los registros nacionales, disminuyó entre 1983 y 1988, y el salario mínimo, medido en términos reales para 1989 correspondió a alrededor de tres cuartos de los niveles correspondientes a 1983.[6]

Estudios empíricos revelan una fuerte y positiva relación entre cambios de ingresos familiares y cambios en la demanda de bienes y servicios de la pequeña empresa. Dicho sencillamente, a medida que los sueldos crecen, la demanda se mantiene alta para los bienes y servicios producidos por el SME.[7] Mientras el poder adquisitivo disminuye, como ha sucedido en el Ecuador, la demanda para bienes del SME cambia, mientras la demanda de alimentos se mantiene alta (familias de menores ingresos utilizan proporciones aún más altas de ingresos monetarios destinados a alimentos). Sin embargo, el tipo de alimentos en demanda cambia para las familias de escasos ingresos, con un consumo estable de alimentos básicos y una disminución en productos alimenticios procesados o fabricados. La compra de bienes

---

[6] Banco Mundial, 1990.

[7] Liedholm, Mead, 1987.

manufacturados disminuye. La composición de servicios en demanda también varía, siendo la demanda para los de reparación y mantenimiento los que crecen y los de servicios personales los que disminuyen.

El estancamiento económico permanente de la economía Ecuatoriana constriñe el potencial de mercado para bienes y servicios producidos por el SME.

## TRANSACCIONES EMPRESARIALES Y VINCULOS DE MERCADO

En el Ecuador, como sucede en la mayor parte de los países, una fuerte demanda para los bienes y servicios del SME brota de sus vinculaciones con los demás sectores de la economía así como conexiones a través de transacciones que se mantienen con un subsector dado. Fuertes nexos intersectoriales quedan demostrados en el contacto con la agricultura, con actividades manufactureras y de servicio del SME, que se ven reflejadas en el procesamiento de alimentos, transporte, mantenimiento de maquinaria y servicios de comercialización. Los nexos que provienen de las grandes empresas y de sectores gubernamentales (arreglos de subcontratación) casi no se dan en el Ecuador. Las grandes empresas, en gran medida, se encuentran integradas verticalmente y dependen fehacientemente de las importaciones a bajo costo.

Entre los vínculos más fuertes en el Ecuador se encuentran las transacciones existentes entre ciertos subsectores de la actividad del SME. Ejemplos de éllo incluyen: arreglos independientes en la confección de ropa dentro del SME (una empresa del SME solamente se dedica a blanquear la tela de bluejean para que la confección misma se realice en Ambato); empresas metalmecánicas que producen ciertas partes para la fabricación de equipos agrícolas (Guayaquil); quienes fabrican artículos de cuero reciben la materia prima de otras fuentes quienes dependen de una sola curtiembre y unos pocos establecimientos para tinturar las pieles para los numerosos negocios de venta de ropa de cuero en la zona de Ambato.

Estas vinculaciones inter e intra-sectoriales se producen por una serie de razones, incluyendo las economías de escala que se realizan entre los productores más grandes, el mejoramiento de la calidad a través de la especialización de ciertos aspectos, así como incentivos financieros. Si bien las leyes laborales del Ecuador se perciben en general como un incentivo para que la empresa privada subcontrate el trabajo y minimice sus propios requisitos laborales (al evitar los costos sociales añadidos a los establecimientos que cuentan con más de 15 empleados), el hecho es que la cooperación intra-sectoral es a menudo más eficiente, ahorra dinero, y es positiva para todas las partes involucradas.

## CARACTERISTICAS CLAVES DEL MERCADO

### Mercados de Insumos

La disponibilidad y costo del factor insumos afectan la viabilidad de cualquier empresa privada. Las ME encuestadas por este equipo de investigación no constituyen excepción. Insumos necesarios incluyen materia prima y bienes intermedios, capital, mano de obra, transporte y demás factores de comercialización y sus costos asociados tales como almacenamiento, embalaje y promoción de ventas.

Quienes respondieron a la encuesta no percibieron problemas importantes para obtener los materiales necesarios para sus negocios, como lo mencionaron 456 de los 582 entrevistados, era fácil obtener los insumos necesarios. Las respuestas fueron consistentes en toda la muestra: respuesta de hombres y mujeres fueron similares así como las respuestas de beneficiarios y no-beneficiarios. Igualmente, las respuestas de todos los subsectores fueron similares, siendo los artesanos y talleres de reparación los que reportaron una ligera dificultad para obtener insumos frente a los demás subsectores.

El significado del problema parece aumentar para los empresarios que se encuentran en los subsectores de producción y comercio, siendo casi el 50 porciento el que ha mencionado que el obtener el factor insumos es por lo menos un poco problemático. Las preguntas de seguimiento revelaron que los temas críticos son los costos de los insumos, las restricciones a importaciones y costos de transporte (que afectan tanto a los costos de insumos como transaccionales de ventas), y no tanto la obtención misma de los insumos.

Los entrevistados tampoco opinaron que constituía problema mayor la calidad de los insumos, y 523 de los entrevistados (93.7 porciento de quienes respondieron) mencionaron que la calidad de los insumos era buena. Menos del .5 porciento de los entrevistados mencionó que los insumos eran de mala calidad.

Los micro y pequeños empresarios adquieren la mayoría o casi todos los insumos - únicamente el 9 porciento mencionó haber producido parte de su materia prima. La mayoría de estos insumos fueron adquiridos en fuentes internas.[8] Unicamente 91 entrevistados (16.3 porciento de quienes respondieron) en realidad habían adquirido materia prima importada. Había mayor tendencia entre las mujeres que entre los hombres a adquirir bienes internamente (86 versus 80.6 porciento) o de contrabandistas que los importaban (3 en comparación del 1.3 porciento). La dependencia en el contrabando es probablemente mayor para el sector comercial -- tales como pequeñas tiendas y vendedores ambulantes que tienden a tener la participación mayoritaria de la mujer. No había diferencia en cuanto a la fuente de materia prima entre beneficiarios y no-beneficiarios.

Sin embargo, sí se producían diferencias pronunciadas entre subsectores. Las empresas textiles, de productos básicos, metalmecánica, artesanía, reparaciones y grandes almacenes dependen en su

---

[8] No es posible determinar la fuente real (interna o importada) de materia prima a juzgar de las respuestas dadas a la encuesta. Los entrevistados tendían a contestar que habían comprado los materiales en lugar de mencionar su procedencia.

mayoría de las importaciones. Los productos alimenticios, madereros y productos manufacturados en cuero dependen casi exclusivamente de materia prima producida localmente.

Unicamente el 5.4 porciento de los entrevistados indicaron estar imposibilitados de importar la materia prima que necesitaban. Esto contradice una conclusión a la que se llegara en el Capítulo Cuatro en el sentido de que la mala calidad de la materia prima obstaculiza las oportunidades de exportación para los pequeños productores, pero podría reflejar solamente la poca conciencia que el productor tiene con respecto a las limitaciones que en cuanto a calidad existen.

La dificultad real, según la presenta la asociación de artesanos y socios de la cámara de la pequeña industria, radica en la obtención de bienes intermedios cuando se los precisa, y a costos que están en capacidad de sufragar. Las MEs adquieren la mayoría de sus bienes intermedios de industrias mayores (monopolísticas en algunos casos, a altos precios, debido principalmente a las leyes comerciales del GDE). Ejemplos de bienes intermedios manufacturados que están disponibles en únicamente unas pocas fuentes y a un alto costo son los envases de vidrio utilizados en la industria procesadora de alimentos, y madera secada y terminada que utilizan los fabricantes de estanterías y muebles. Muchas de las grandes compañías que abastecen de estos insumos intermedios quedan integradas verticalmente y venderán sus bienes a firmas externas siempre y cuando la empresa principal haya satisfecho sus necesidades propias de antemano. Las pequeña empresas de procesamiento de alimentos y madereras también experimentan considerable dificultad para obtener sus insumos de materia prima por razones similares.

El impacto que las restricciones a las importaciones tiene sobre la disponibilidad de insumos no fue comprendido adecuadamente por casi la mitad de los ME entrevistados. Sin embargo, un poco más de la tercera parte de los entrevistados concentrados en el subsector de la producción y MEs más grandes, anotaron que las restricciones a las importaciones constituían un problema significativo. Los socios de la cámara de la pequeña industria se mostraron abiertamente agitados por las actuales leyes comerciales (que favorecen a las grandes industrias y a la industria de substitución de importaciones), conviniendo entre sí que las leyes comerciales y arancelarias añadían un 30 porciento o más al costo de sus bienes intermedios producidos localmente, y duplicaban y más sus costos sobre los repuestos y bienes importados que constan en listas del GDE como bienes de consumo.

**Organización Interna para el Mercadeo**

Muy pocos de los entrevistados elaboran planes de comercialización. Más de tres cuartos (76.3 porciento) utilizaba dichos planes. Otro 20.6 porciento dijo que contaban con planes informales. Unicamente el 3.1 porciento manifestó contar con planes formales de comercialización.

La mayoría de los entrevistados (72.4 porciento) fijan los precios de sus productos en base a cuánto les costó producirlos. El 16 porciento mencionó basar sus precios en la competencia, mientras que otro 2.6 porciento dijo que todos venden al mismo precio. Importante número de productos alimenticios y tiendas indicaron que los precios eran fijados por el Gobierno.

La mayor parte de los entrevistados o no promueven sus productos (36.1 porciento) o confían en la promoción que pasa de boca en boca (35.7 porciento). Unicamente 96 entrevistados, es decir el 16.7 porciento de la muestra utilizó algún tipo de promoción formal. La mayoría de éllos confiaban

exclusivamente en letreros o mensajes, aunque 35 dijeron haberlo anunciado por la radio o en los periódicos.

El mercadeo no constituye una actividad altamente estructurada en la empresa. La gran mayoría de los entrevistados (427 de 562 quienes respondieron a la pregunta) realizaron las tareas de comercialización por sí mismos, mientras que otros 97 mencionaron que varios empleados de la empresa realizaban labores de comercialización de vez en cuando. Unicamente 23 manifestaron que su cónyuge se encargaba de la comercialización, y 11 mencionaron que un empleado específico tenía la responsabilidad del mercadeo. Las mujeres entrevistadas estaban más inclinadas que los hombres a manejar las funciones de mercadeo por sí mismas, pero también estaban más o menos dispuestas a dejar que su esposo o un empleado en especial se dedicara a esas labores.

## Clientes

Las micro y pequeñas empresas venden principalmente a los consumidores definitivos. Más del 82 porciento (476 de los 579 quienes respondieron a la pregunta) mencionaron al público en general como su primera respuesta. Esto es cierto para el 70.0 porciento de las MEs dentro del subsector de la producción, 89.5 porciento en el comercio, y 92.6 porciento en servicios. En el Ecuador, los más minúsculos micro empresarios no utilizan intermediarios para vender sus productos o servicios sino que manejan la comercialización y ventas internamente. En muchos casos, uno o más miembros de la familia venderán los bienes o artículos de producción en otras localidades que no estén asentadas en un domicilio. La mayoría de los manufactureros de micro escala (tales como los madereros o metal-mecánica que producen hierro forjado, puertas y ventanas) venden directamente al cliente ya que los adelantos que entrega el cliente financian el costo de los insumos.

Un importante número de empresarios venden a puestos de ventas al detal o a mayoristas, indicando que en realidad existen ciertos vínculos verticales que unen a micro y pequeñas empresas con las cadenas establecidas de mercado.

PRINCIPALES CLIENTES

| Clientes | Primera Respuesta | Segunda Respuesta | Tercera Respuesta | Total |
|---|---|---|---|---|
| Público | 476 | 50 | 15 | 541 |
| Vendedores al por menor | 60 | 80 | 7 | 147 |
| Mayoristas | 19 | 12 | 13 | 44 |
| Bajo Contrato | 12 | 7 | 4 | 23 |
| Instituciones | 10 | 2 | 2 | 14 |
| Gobierno | 0 | 0 | 1 | 1 |
| Otros | 2 | 20 | 2 | 24 |
| Totales | 579 | 172 | 45 | 796 |

Muy pocos son los que producen bajo subcontrato para otras empresas, indicando que esta forma de producción descentralizada no constituye práctica ampliamente utilizada ni se encuentra disponible. Sesenta y cinco porciento de quienes respondieron a la pregunta mencionaron que no estaban al tanto de que hayan sido empresas las que podían haber subcontratado su producción.

La gran mayoría dijo que no existe oportunidad de subcontratar con grandes empresas. Donde existe algún potencial es en las empresas productivas (28.4 porciento dijeron si, que podrían vender a otras empresas, comparado con 12.7 para el comercio - y únicamente el 15.3 para empresas del sector servicios). Los arreglos bajo subcontrato son más frecuentes en los subsectores de la madera, productos básicos y artesanía. La falta de suficientes niveles de producción, de buena calidad del producto y la excesiva competencia eran las tres principales razones por las que los entrevistados conscientes de las prácticas de subcontratación opinaban que no estarían en capacidad de obtener contratos.

## Potencial de Mercados

Quienes respondieron a la encuesta se encontraban muy optimistas en cuanto a la capacidad de sus mercados por absorber mayor producción, ya que el 78.5 porciento mencionó que venderían mucho más si tuviese la capacidad de producir más. Unicamente el 9.6 porciento dijo que no podrían ampliar los niveles de venta. Las mujeres entrevistadas se mostraron en general más optimistas respecto a su capacidad de incrementar ventas que sus contrapartes masculinas.

Tiendas grandes y pequeñas, y empresas madereras y subsectores de productos básicos eran los más optimistas respecto a su capacidad de ampliar ventas. Las empresas que incursionan en los subsectores de alimentos, artículos de cuero, artesanía, peluquerías y salones de belleza y talleres de

reparación eran los más pesimistas, aunque una gran mayoría aún de estos negocios consideraba que los montos de ventas podrían incrementarse importantemente.

Los beneficiarios estaban mucho más inclinados a creer que podrían ampliar ventas que los no-beneficiarios. Esta diferencia no puede atribuirse al impacto de los programas, ya que los datos no indican si los dos grupos eran similares antes de participar en el programa. En otras palabras, los beneficiarios podrían haber sido elegidos para afiliarse a un programa precisamente en razón de ser más optimistas respecto a sus posibilidades para ampliar sus negocios.

Coincidiendo con ésto, los propietarios de ME más grandes mencionan que proporcionan un "servicio o producto único!" La percepción de que la empresa abastece al mercado de un servicio o producto único salta del 6.2 porciento entre las MEs más pequeñas a un 18.8 porciento entre las más grandes, indicando que las MEs más grandes son mejores conocedoras del mercado y tienen confianza de poder mantenerse "a tono" con los cambios que sufra el mercado.

Los principales impedimentos para lograr mayores niveles de venta para los entrevistados que reportaron dificultad en la venta de sus productos fue la existencia de mucha competencia (citada por el 31.7 porciento de los entrevistados), falta de demanda para el producto (citada por el 20.6 porciento) y el costo relativamente alto de su producto (citado por 11.1 porciento). La mayoría de los entrevistados perciben la competencia que existe con otros productores y vendedores como un importante problema, ya que más del 71 porciento mencionó enfrentarse a mucha competencia. Los mayores niveles de competencia la sentían las empresas textiles, de artículos de cuero, metalmecánica, peluquería y salones de belleza así como las pequeñas tiendas. Las empresas que incursionan en productos alimenticios y reparaciones reportaron los menores niveles. Las mujeres percibieron un poco más de competencia que los hombres.

La competencia proviene casi exclusivamente de otros productores pequeños. Ochenta y dos porciento de los entrevistados citó a pequeños productores nacionales como sus principales competidores. Otro 13.6 porciento mencionó que su principal competencia provenía de las grandes compañías nacionales. Como era de esperarse, entre las MEs más pequeñas, la mayor parte de la competencia se la percibe entre otros pequeños empresarios. A medida que el tamaño de las MEs crece, los empresarios consideran que las grandes compañías nacionales ofrecen un reto de competencia más difícil.

Muy pocos son los que perciben un importante nivel de competencia para bienes importados, sean éstos importados legalmente o por contrabando. En realidad, cuando se les preguntó directamente si es que las actividades de contrabando tenían una repercusión sobre su negocio, únicamente el 12.1 porciento mencionó que sí logró una importante repercusión y otro 4.5 porciento dijo que había tenido algún impacto.

**Otros Factores**

Es muy poco lo que se conoce respecto al problema del transporte en el Ecuador y cómo repercute sobre los costos de mercado para el SME (en cuanto a insumos y productos). Los socios de la cámara de la pequeña industria citan al transporte como un problema, como lo hicieron sobre el 40 porciento de las empresas incluídas en la muestra que se dedican a actividades de producción y al comercio.

De igual manera, es poco lo que se conoce respecto al sistema de infraestructura de mercados en el Ecuador. La cámara de la pequeña industria y miembros de la asociación de artesanos puntualizan la falta de instalaciones adecuadas de almacenamiento (bodegas) y refrigeración, especialmente en ciudades secundarias y centros secundarios de comercialización. La refrigeración es esencial para los mercados locales así como el transporte para asegurar las condiciones de higiene y disminuir el desperdicio - y sus costos asociados - para muchos productos básicos así como carnes, pescado y algunas frutas y alimentos preparados.

Casi todas las empresas experimentan variaciones en la participación de mercados o en el volumen de ventas según la época del año. Por ejemplo, los costos de insumos para productos alimenticios se ven afectados por la temporada, con implicaciones relativas a las cantidades y calidades del abastecimiento. La demanda de ropa en el Ecuador también se ve afectada por cambios de temporada y por días festivos. La época de turismo tiene una repercusión directa sobre la venta de artículos de cuero, artesanías, comercio y servicios. El SME no se sustrae a esta tendencia general. El procesamiento de alimentos y trabajo en madera son los dos subsectores que menos se ven afectados por lo temporal de la demanda (desempeño de ventas), para los que el 64.6 porciento y 74.4 porciento de los propietarios no se ven afectados - los niveles más altos constan dentro de la muestra de campo. Los subsectores de servicios (más notoriamente peluquerías, cosmetólogas y talleres de reparación) se encontraban entre las actividades del SME menos afectados por el fenómeno temporal, en un 61.5 y 59.4 porciento, respectivamente. Los artesanos, productores de calzado y productos de cuero, así como de ropa manifestaron que eran los más afectados por las fluctuaciones temporales.

**Valor Añadido como Indice del Potencial de Mercados**

Algunos profesionales que trabajan en apoyo del SME del Ecuador se encuentran preocupados de que las MEs no cuenten con suficiente demanda de mercado para mantenerse en el negocio, peor aún para ampliarse. También existen preocupaciones respecto a la rentabilidad de las MEs y la viabilidad del sector en tiempos de mala situación económica. Se hizo un intento de contestar a algunas de estas preguntas mediante el cálculo del valor añadido en base a los datos obtenidos en la encuesta de campo.[9] El valor añadido positivo es indicativo de: a) aceptación del mercado, y b) ganancias. Si bien las ganancias pueden utilizarse teóricamente para una serie de propósitos, se presume aquí (y queda respaldado por los resultados de la encuesta) que las ganancias se utilizan para a) reinvertir en la empresa, b) pasar a manos de los propietarios, y c) pagar las cuentas e impuestos que pesan sobre la empresa.

Para fines de estos cálculos, el valor añadido se define como las ventas mensuales (conocidas por la encuesta de campo); menos el costo de oportunidad del capital (total de activos fijos utilizados en la empresa - de los que se conocen - invertidos a tasas de mercado); menos los costos de materia prima y bienes intermedios (calculados al 70 porciento de los montos de ventas mensuales*); y finalmente, menos el costo conocido correspondiente a trabajadores. Esta cifra (ventas, menos costos de capital e insumos) rinde el cálculo correspondiente al valor añadido.

---

[9] Valor Añadido (VA) se define como el precio de venta menos el costo de insumos incluídos en la producción de bienes o servicios, incluso mano de obra. Si una empresa o sector de actividad registra un valor añadido positivo, se puede presumir que existe mercado para los bienes o servicios y que dicha empresa o sector es rentable.

La evidencia del valor añadido por subsector y por tamaño de la ME es confusa. El valor añadido (VA) es positivo para todas las ME según su dimensión (en las primeras cuatro de las cinco categorías por monto). Es negativo para la categoría que corresponde a las empresas más grandes (sobrepasando el equivalente de $6.000). Se sugirió que al utilizar el 70 porciento de las ventas mensuales para el costo de insumos para todo tamaño de ME elimina eficazmente cualquier economía de escala que esté siendo alcanzada por las empresas más grandes del SME. Cuando se lo sometió a comprobación, se descubrió que el VA continúa creciendo para las ME más grandes.[10] Se encontró que la VA era la más alta entre los procesadores de alimentos del SME y la más baja entre las actividades de metalmecánica.

A medida que las MEs incrementan su monto de activos totales, los propios cálculos de propietarios con respecto a su VA ascienden dramáticamente. Las ganancias reales con relación al VA son menores entre los grupos que acusan bajos niveles de ventas y más altos entre quienes logran los más altos volúmenes de venta, y también guarda una correlación positiva con el tiempo que un negocio tiene de establecido (más bajas para los propietarios más nuevos y más altas para negocios que cuentan con siete años de vida -aunque quienes se han dedicado a los negocios durante mayor tiempo empiezan a tener tasas de relación de ganancias y VA más bajas). Finalmente, los cálculos de ganancia de propietarios con respecto al VA son menores entre aquellas empresas que tienen los menores niveles de empleo y más altos entre quienes tienen mayores niveles de empleo. Interesantemente, aquellos empresarios que nunca solicitaron un préstamo también demostraron tener altas tasas de relación de ganancias y VA.

De aquellas MEs dedicadas a los productos alimenticios, el 43.9 porciento (la mayor proporción) vende más de $700 por mes (la categoría de ventas mensuales más alta; 21.1 porciento caen en la categoría comprendida entre $300 y $700; MEs de confección de ropa y metalmecánica son las siguientes con 35.7 porciento y 48.0 porciento de los respectivos niveles de venta en la categoría comprendida entre $300 y $700, seguidos por el 24.1 porciento y el 28.0 porciento para la categoría que sobrepasa $700, respectivamente. Las empresas madereras ocupan un tercer lugar en cuanto a ventas mensuales, mientras que los artesanos, peluqueros/cosmetólogas y servicios de reparaciones ocupan los rangos inferiores con la menor proporción para cada grupo (50.0, 65.2 y 48.3 porciento, respectivamente) que venden hasta $150 por mes (la categoría de ventas más baja).

Al agrupar a los subsectores, el comercio ocupaba la mayor proporción con ventas que sobrepasaban más de $700 por mes, con escasamente bajo el 40 porciento, seguidos por las empresas productoras para las que la mayoría de entrevistados anotaban ventas mensuales de $300 a 700 por mes, mientras que la proporción más grande de MEs de servicio (39.4 porciento) únicamente lograron ventas de hasta $150 por mes.

---

[10] El utilizar el 70 porciento de las ventas mensuales para representar los costos de insumos para todo tamaño de micro-empresa da demasiada importancia al costo de bienes y servicios vendidos a las categorías de mayor envergadura dentro del SME. Esta premisa fue comprobada al examinar el VA contra una tasa de relación de ganancias con respecto al VA. Las empresas más grandes tienen una tasa de relación de rédito-VA mucho más altas, sugiriendo economías de escala para costos de insumos entre dichas MEs.

Estos datos indican que las MEs se encuentran sobreviviendo en el Ecuador y que algunas de éllas hasta se han expandido. También parece ser que se están logrando ganancias, aunque bajas en muchos casos, y que los empleados del SME ganan sueldos muy bajos. Los datos también demuestran que las MEs que incursionan en ciertos subsectores y actividades tienen mayor éxito que otras. Generalmente, las empresas más grandes generan mayores niveles de valor añadido y cuentan con una tasa de relación de ganancias y valor añadido más altas que las menores. Como promedio, las actividades productivas producen los más altos niveles de ganancias al valor añadido, seguidas por el comercio, estando ambos subsectores en mejores condiciones que las empresas de servicios. Entre las actividades manufactureras, los productos alimenticios toman la delantera, seguidos por la confección de ropa, metalmecánica y madereras. Para todas las empresas existe una variación considerable del desempeño alcanzado según su ubicación, repercutiendo más pronunciadamente sobre la manufactura. Se desconoce cuáles son las actividades comerciales que están por delante en términos de valor añadido y ganancias. Dentro del subsector de servicios, las peluquerías/salones de belleza y servicios de reparación corresponden a la escala inferior.

Las MEs parecen generar tasas positivas de valor añadido y ganancias; sin embargo, los ingresos que "se llevan a casa" parecen ser muy bajos para la mayor parte de propietarios de MEs y empleados por igual. El sector sí promueve la generación de ingresos entre hogares de escasos recursos y entre quienes se incorporan a los mercados laborales urbanos, especialmente aquella parte de la población que tiene los nivles más bajos de educación. Además, el sector proporciona fuentes alternas de ingresos para la población rural así como para una importante parte de la población económicamente activa del sector informal.

## FACTORES LOCALES Y LA PARTICIPACION DEL SME EN EL MERCADO

Los factores de ubicación juegan un papel importante en la determinación de la concentración de actividades pertenecientes a un subsector y su potencial para viabilidad económica y financiera. Determinantes clave incluyen vínculos urbano-rurales (flujo de artículos de producción y temporalidad del mercado); las concentraciones de población local y zonas con exceso de productos agrícolas; la disponibilidad de materia prima; sistemas de transporte (el sistema de ferrocarril no es utilizado por MEs, de manera que las carreteras de acceso y sus condiciones constituyen factores clave); infraestructura de mercados tales como bodegaje e instalaciones refrigeradas; y sistemas institucionales que involucran servicios de apoyo gubernamentales y no gubernamentales, tales como información y disponibilidad de capital, bancos de datos comerciales, y representación política.

Muchos propietarios de MEs, especialmente aquellos que pertenecen al sector informal, tienden a operar en o en torno a la residencia familiar, en cuyo caso la ubicación se ve principalmente influenciada por la tradición familiar y patrones de asentamiento. Sin embargo, para aquellos empresarios que establecen un nuevo negocio o amplían aquel que existía, es importante que los factores de ubicación se tomen en cuenta dentro de sus estudios de factibilidad y diseño.

En su mayoría, la proximidad a una de las ciudades principales (Quito o Guayaquil) o a centros comerciales secundarios que están estratégicamente ubicados (tales como Ambato, Latacunga y Manta,

situados en ciudades de intenso tránsito y tráfico) generalmente combinan el mayor número de factores positivos de ubicación que van en apoyo de la empresa privada. Sin embargo, restan varios grados de ventaja de ubicación para las MEs dependiendo de su tamaño, subsector de gestión y tipo de producción o resultados en ventas.

Por ejemplo, la micro y pequeña industria pujante de la provincia de Tungurahua es bastante diferente a la de la provincia del Chimborazo. Cada una de estas provincias cuenta con ventajas particulares en cuanto a fuentes de materia prima. Tungurahua, con una ventaja de ubicación ligeramente mejor (es decir, su proximidad a Quito y un sistema de comercialización inter-zonal altamente desarrollado) cuenta con una ventaja comparativa para textiles (ropa, incluyendo artículos de cuero), productos alimenticios y servicios de distribución, seguidos por productos madereros y metálicos (que incluyen maquinaria y equipos).

La tabla que se presenta a continuación ilustra las actividades productivas más salientes del SME del Chimborazo. La tabla muestra el promedio de producción anual y el desempeño de ventas para 1989 por cada subsector y tamaño de empresa. Los datos fueron obtenidos a través de una encuesta de campo, llevada a cabo por INSOTEC en 1989 y sirve como una medida directa del abastecimiento y demanda interna de acuerdo al subsector. Con excepción de productos alimenticios y procesamiento de la madera, las demás pequeñas empresas y subsectores experimentaron una ligera sobreproducción en comparación con sus ventas durante el año.

**PRINCIPALES ACTIVIDADES PRODUCTIVAS DEL SME EN EL CHIMBORAZO**

(Promedio de Producción Anual y de Ventas por Subsector)
(000s de Sucres – 1989)

| | Micro-Industria | | Pequeña Industria | |
|---|---|---|---|---|
| SUBSECTOR | Producción | Ventas | Producción | Ventas |
| Procesamiento de Alimentos | 11.7 | 9.9 | 56.2 | 56.0 |
| Ropa | 11.2 | 10.9 | 12.2 | 10.7 |
| Productos Madereros | 1.2 | 1.2 | 12.0 | 12.0 |
| Minerales | 6.6 | 5.2 | 12.4 | 11.7 |
| Productos Metálicos | 8.0 | 8.6 | 14.4 | 16.1 |

Las cifras correspondientes a la micro-fabricación demuestran, en el caso de los subsectores de alimentos, ropa y minerales no-metálicos, una tendencia similar -- si no grande --hacia la sobreproducción. Pese a éllo, las micro-empresas de productos metálicos acusan ventas para 1989 que exceden su producción. El personal de INSOTEC en Ambato explicó que los mayores montos de ventas con respecto a cifras de producción podrían representar las ventas de inventarios de productos terminados cuyos saldos son resíduos de períodos contables anteriores. En general, las cifras son dignas de admiración para demostrar la habilidad que tienen estos empresarios en particular para "leer lo que el

mercado necesita" y para vender en la mayoría de los casos, casi todo o más de lo que se había producido durante 1989. Desafortunadamente, no constituyen las cifras correspondientes al valor añadido o rentabilidad de que se dispuso para la encuesta.

## UNA CLASIFICACION DE MERCADOS PARA EMPRESAS DEL SME

En base a la encuesta de campo del SME, los contactos de seguimiento iniciados por establecimiento y datos secundarios de investigación, cierto número de amplias generalizaciones pueden hacerse para caracterizar a los micro y pequeños empresarios del Ecuador. Mientras más cualitativas sean las características, tales como actitudes empresariales, niveles de educación, capacidad gerencial y agresividad de mercados, pueden correlacionarse con medidas más cuantitativas tales como tamaño de la empresa, nivel de ventas y viabilidad empresarial general, a fin de recortar un perfil de los atributos que esas empresas tienen y que han encontrado el mayor de los éxitos en el sector ME del Ecuador.

Los empresarios del SME incluídos en la muestra de campo se clasifican en tres categorías, para ayudar a organizar el carácter cualitativo de las MEs en el Ecuador. Las tres categorías corresponden a empresarios a nivel de subsistencia, conformistas y progresivos.

Dentro de la categoría de subsistencia, que se calcula abarca el 45 porciento de la muestra de campo, se encuentran principalmente micro empresarios del sector informal quienes perciben a sus empresas como una actividad económica de supervivencia. Los practicantes en el campo sugieren que, de un número total de microempresas en el Ecuador, alrededor del 45 porciento caben bajo esta categoría. Existen ciudades secundarias donde esta proporción sería mucho más alta y en cambio existen otras comunidades donde todos parecen tener la vena del "verdadero empresario" como sucede en Cuenca y Ambato. Los empresarios que pertenecen al grupo de subsistencia están tan preocupados or sentar sus bases que a menudo su auto-estima es escasa, tienen muy bajos niveles de educación formal y únicamente escasa capacitación práctica adquirida de primera fuente. Tienen tendencia a concentrarse en las actividades comerciales y subsectores de servicios personales, y también a concentrar el más alto número de mujeres empresarias.

Muchas de las MEs que pertenecen a la categoría de subsistencia no se encuentran generando suficientes ingresos para servir de sustento a propietarios y trabajadores de la familia según los niveles de salarios mínimos establecidos por el GDE. Las mujeres del mercado que caben dentro de esta categoría se encuentran en su "puesto" por razones que incluyen la conformidad cultural ("mi abuela hizo esto") así como la necesidad y posibilidad de alimentarse a sí mismas y a sus hijos. La capacidad de planta empresarial, sin importar cuál sea la actividad subsectorial, es extremadamente baja, y la planta o almacén tecnológicamente concebidos corresponden a las más básicas. El propietario de la empresa se encarga de los clientes a medida que ingresan por la puerta (comercio de ingreso a locales). No buscan a sus clientes, ni tampoco poseen estrategias de mercado para incrementar la participación comercial de la empresa y su productividad para permitirles sobrellevar tiempos de dificultades económicas.

**CARACTERISTICAS CLAVE DE LA PEQUEÑA EMPRESA**

| Rasgos del Empresario y de su Empresa | Categorías de Empresarios | | |
|---|---|---|---|
| | Subsistencia | Conformista | Progresiva |
| Propósito de la Empresa | Supervivenc. | Status quo | Expansión |
| Mayoría de la Escala | Micro | Micro/peque. | Pequeña |
| Porcentaje de MEs Locales | 45 | 35 | 20 |
| Niveles Educativos | Muy bajos | Bajos/Modera. | Moder./altos |
| Subsector Principal | Com./Serv. | Com./Repar. | Prod./Comerc. |
| Niveles de Ingreso | Muy bajos | Bajos | Mod./high |
| Capacidad de Planta/Almacén | Muy Baja | Baja | Mod./good |
| Info./Tecnología | Baja | Baja/Moder. | Adecuada |
| Estrategia de Mercados | Ingreso | Directa | Plan Comerc. |
| Ubicación | Mercados/Hogar | Hogar/Planta | Planta/varios |

Por lo general los locales son pobres para aquellas MEs que acusan los extremos en términos de montos de activos y capacidad de ventas. Los "comedores" de barrio y "venta de alimentos" a menudo se encuentran ubicados en la casa, no están bien situados para captar la atención de ingentes números de personas que comen fuera todos los días. Los estudios llevados a cabo por la "International Labour Office" (ILO) han sugerido que por sobre el 60 porciento de la gente involucrada en el sector informal por lo menos come una comida al día lejos de sus casas. Aunque las mujeres del mercado se encuentran a menudo al extremo de la escala de ingresos entre las MEs, el hecho de que a menudo ofrecen sus bienes y servicios (preparación de alientos) dentro de mercados centrales en donde pueden obtener el máximo de su ventaja de ubicación con respecto a las salidas de ventas locales, aunque una mayor competencia en el mercado podría desbalancear las ganancias provenientes de una ubicación más central.

Los empresarios que engrosan las filas de la categoría correspondiente a conformistas expresan a menudo su aspiración de ampliarse, pero típicamente es muy poco lo que hacen para lograrlo. Los entrevistadores en el curso de la encuesta los han caracterizado como "quedados o gente que se apega a lo que tiene y conoce." Estos empresarios tienden a involucrarse en ventas en mercados centrales, servicios de la construcción y de reparación. Se considera que esta categoría corresponde a alrededor el 35 porciento del número total de MEs en el Ecuador. Los niveles educativos y de experiencia práctica son algo más altos que para los empresarios que permanecen en la categoría de subsistencia. Los niveles de planta o almacenes que cuentan con bajas o moderadas capacidades instaladas perciben niveles de ingreso que son bajos. Una mayor proporción de los empresarios que caben bajo esta categoría se encuentra al tanto de la información de mercados, y una mayor parte de éllos basan los precios de sus

productos o servicios en los costos reales en que se ha incurrido, en lugar de comparar simplemente con lo que sus vecinos cobran. La mayoría de las ventas se las realiza directamente al cliente, con ventas principales en lugares que están alejados de la casa.

Los empresarios conformistas todavía tienden a contar con un conocimiento inadecuado respecto a dónde comprar insumos a los mejores precios. El precio de insumos (materia prima y bienes intermedios) cambia radicalmente, a menudo en cuestión de una semana. Los empresarios más minúsculos del SME dijeron haber comprado sus insumos de cualquier proveedor que "se encontraba a mano" y/o de quienes habían proporcionado materiales mediante crédito del proveedor.

Los datos de la encuesta revelaron que tanto los empresarios de subsistencia como los conformistas contaban con una muy limitada capacidad para fijar los costos unitarios y llegar a puntos de equilibrio (ventas necesarias para cubrir costos fijos). De casi el 70 porciento de entrevistados incluídos en la encuesta que dijeron fijar los precios de sus productos o servicios en base a los costos reales y sus márgenes de ganancia establecidos, la mayoría correspondía a micro-empresarios más grandes quienes se caracterizaban por ser progresistas.

El microempresario progresista está empeñado en ampliar su negocio, y está dispuesto a asumir considerable nivel de riesgo. La mayoría de quienes se encuentran en esta categoría cuentan con más de una empresa de este tipo y/o están en capacidad de variar su línea de producto/servicio durante períodos económicos difíciles. Además, los empresarios incluyen, a propósito, por lo menos dos calidades/precios a nivel de mercado para ampliar su clientela. La mayoría son más bien empresas pequeñas que micro-empresas, correspondiendo a alrededor del 20 porciento de toda la población del SME. Estos empresarios deben hacer enormes sacrificios para obtener capacitación profesional y generalmente cuentan con niveles más altos de educación que los demás empresarios. Los empresarios progresistas se han concentrado en los sectores manufactureros y el comercio y están representados en las categorías superiores para la relación ganancias y valor añadido. Tienden a poseer capacidades instaladas que van de moderadas a buenas así como un buen nivel tecnológico. También tienden a tener una idea clara en cuanto a costos y la combinación adecuada de factores de insumo que les permita crecer.

Además de las ventas directas a consumidores, muchos de estos empresarios progresistas venden su producto a través de intermediarios, y algunos participan en los mercados de exportación. Si bien los márgenes de ganancia por unidad de producción/artículo vendido son generalmente menores cuando el propietario utiliza un intermediario, los empresarios se concentran en lo que conocen mejor y cuentan con lo que consideran ser la manera más confiable de comerciaizar su producto. Los participantes afortunados que pertenecen a esta categoría a menudo cuentan con más de una planta o local de expendio.

Si bien la jerarquerización que se haga de los empresarios por sus características de acuerdo a esta encuesta de campo no siempre coinciden exactamente con las observaciones de otros practicantes, estos resultados todavía pueden resultar útiles para incluir a beneficios del SME para ciertos tipos específicos de programas de apoyo. Por ejemplo, las clases relativas a mercados de exportación podrían no resultar de utilidad alguna para los empresarios que se encuentran en la categoría conformista.

## SERVICIOS DE APOYO COMERCIALES PARA LAS MEs

Durante los últimos cinco años, el Ecuador ha sido testigo de un tremendo incremento en el número de programas públicos y privados tendientes a proporcionar capacitación, asistencia técnica y crédito al SME. Existen por sobre cuarenta fundaciones que han sido aprobadas por los varios ministerios para trabajar con la micro y pequeña empresa del Ecuador. Pese a éllo, la cobertura de la demanda que existe en el SME para contar con apoyo es extremadamente baja, y los costos de programación son altos.

Unicamente un puñado de instituciones cuenta con importante experiencia para canalizar la gama completa de capacitación, asistencia técnica y crédito al sector,[1] y son menos aún quienes cuentan con experiencia en comercialización. Las actividades de apoyo de mercados, coordinación regional de proyecto y desarrollo de nexos comerciales con el SME (sean éstos internos o de exportación) son particularmente débiles.

Existe necesidad de orientar mejor los servicios de apoyo que se prestan al SME, para tomar en consideración el tamaño y características particulares de sus empresarios. Por ejemplo, los microempresarios precisan contar con más cursos sobre los conceptos básicos de mercado, aprender a medir los costos por unidad, y a aprovechar las oportunidades de mercado y correlaciones de costos para la fijación de precios.

Las cámaras de la pequeña industria, artesanos y cooperativas de ahorro y crédito han proporcionado importantes servicios de apoyo a sus socios del SME, pero tienden a pasar desapercibidos para el Gobierno y la comunidad donataria como vehículos o canales de apoyo al sector. En Guayaquil y Ambato, por lo menos un tercio de los socios de la cámara de la pequeña industria califican como micro o pequeños empresarios, y desde luego todos los artesanos socios de cámara pertenecen al SME. Como podría esperarse, las cámaras artesanales cuentan con menos recursos y tiene una organización menos sólida. Una cámara de la pequeña industria ofrece a sus socios representación política, información bancaria computarizada que incluye el tipo, ubicación, niveles de producción y tamaño de sus socios; e información actualizada sobre precios de materia prima. También ha desarrollado un club de adquisiciones para adquirir materiales de insumo al por mayor. Esta misma cámara se encuentra en el proceso de organizar una cooperativa de ahorro y crédito que también ofrecerá una serie de características de una compañía de seguros crediticios.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Generales

El crecimiento poblacional, niveles de ingresos a hogares rurales y urbanos, distribución de ingresos, y factores de ubicación que repercuten sobre los nexos transaccionales inter e intra-sectoriales y su eficiencia son las determinantes de mercado bajo los que e desarrollan los productos y servicios de SME. Durante momentos económicos difíciles los bienes y servicios que comparten las más altas

elasticidades de ingresos de la demanda son las más proclives a la supervivencia. La población de bajos y moderados ingresos familiares del Ecuador, tanto urbanos como rurales, constituyen la mayor demanda interna de mercado para los bienes y servicios del SME. Siendo los más bajos niveles de ingresos y la distribución de ingresos más pobre entre los segmentos de la población Ecuatoriana, los mercados internos para bienes y servicios del SME continuarán experimentando difíciles momentos así como períodos de consolidación.

Los micro y pequeños empresarios seguirán produciendo y vendidos bienes y servicios que encuentran un mercado primario en consumidores individuales finales. La mayoría de estos consumidores corresponden a los estratos de bajos y medios ingresos, aunque en ciertos subsectores (cuero y artesanías) los productos podrían orientarse hacia audiencias más afluentes. Estos bienes y servicios tienden a ser poco diferenciables, y de mala calidad.

La mayor parte de los micro y pequeños empresarios entrevistados durante el estudio opinaban que los mercados internos daba amplias oportunidades de expansión empresarial. Una gran mayoría consideraba que podían ampliar montos de ventas si es que estuvieran en la posibilidad de producir más.

En realidad, sin embargo, la competencia es fuerte, y existe evidencia fehaciente (favor referirse al Capítulo Uno de este informe) en el sentido de que el ambiente del mercado interno limita el posible crecimiento de la micro y pequeña empresa. La economía se está contrayendo, lo que significa menos disponibilidad de ingresos para posibles consumidores de bienes y servicios producidos por el SME. Los márgenes de ganancia son escasos (especialmente para empresas más antiguas y grandes), la mayoría de las empresas acusan tasas de relación de costos beneficios sociales negativas, y la expansión de ventas para la mayoría de éllas era negativa en términos reales. Todo lo anterior apuntan hacia un deterioro en la condición de los mercados.

**Políticas Gubernamentales**

El gobierno se encuentra reformando su sistema de incentivos industriales y deberá continuar adoptando leyes de reforma comercial, monetaria y laboral para liberar al SME de los prejuicios que pesan sobre él. Uno de los posibles resultados será el de que las pequeñas empresas domésticas se tornarán cada vez más competitivas en cuanto a precio y aprovecharán de mejor manera su participación en los mercados internos, siendo las empresas más progresistas las que abran mercados internacionales. Simultáneamente, muchas pequeñas empresas sufrirán los estragos de una mayor competencia a medida que las restricciones a las importaciones se vayan levantando.

Entre los programas propuestos por el GDE en los aspectos de reforma socio-económica, existe necesidad de que se utilice parte del gasto público en la redistribución de ingresos entre los pobres. En el corto plazo, hay necesidad de adoptar medidas para mejorar el acceso del SME a factores de insumos que incluyen capacitación, tecnología y crédito. A mayor plazo, es necesario promocionar el empleo a través de actividades productivas, orientadas hacia su expansión. El GDE debe apoyar un ambiente administrativo más ágil dentro del cual los recursos financieros fluyan hacia agencias ejecutoras probadas y capaces, incluyendo NGOs, cooperativas de ahorro y crédito y también cámaras que tengan socios pertenecientes al SME.

Existen dos programas propuestos por el Gobierno, los mismos que sí son orientados hacia los grupos más vulnerables y de menores ingresos, podrían financiarse bajo el programa Social del GDE, y así debería ser. Uno de los programas contempla la capacitación a empleados del sector informal que podrían utilizar las instalaciones de que está dotado el SECAP. Para poder hacer óptimo uso de las oportunidades que se asocian con este enfoque, el SECAP debería adaptar sus políticas de capacitación para hacerlas más receptivas a las necesidades del mercado. El segundo programa proporciona a las jefes de familia mujeres con la posibilidad de optar por el crédito. Los dos programas complementan el programa de crédito empresarial que en la actualidad está financiado por USAID/Ecuador así como para aquél que será financiado por el BID.

Si bien es cierto que los grandes márgenes de precios que según se entiende obtienen los intermediarios y las variaciones extremas en la producción por temporadas sugieren varios aspectos de reforma a mercados, no es suficiente hacerlo simplemente a través de la reducción de monopolios o oligopolios, o promoción de la inversión del sector público en infraestructura de mercados. La reforma de mercados en el Ecuador precisaría contar con la gestión coordinada del GDE y donatarios, intereses urbanos y rurales, así como de diseño e inversiones en proyectos de desarrollo. Los pequeños industriales enfatizan la necesidad del desarrollo gubernamental y comunal que vaya en apoyo de las evoluciones económicas regionales, centrándose sobre ciudades secundarias. Los esfuerzos que se sugieren incluyen proyectos de mejoramiento a mercados municipales, dotación de bancos de información públicos que mantenga información de precios actualizada, mejor control de pesos y medidas, y el desarrollo de oportunidades de asociación municipal y del SME para manejar empresas públicas similares a las "casas de campesinos" que operan públicamente.

**Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa**

Una alta prioridad seria la de asegurar un mejor acceso del SME a apoyo financiero a corto y largo plazo que resulta muy importante. Los proyectos de apoyo a la microempresa abundan en el Ecuador, de manera que no parece existir necesidad de organizar programas gubernamentales adicionales ni NGOs que laboren en el sector. Sin embargo, la cobertura de la demanda generada por el SME todavía se mantiene demasiado por debajo de las necesidades, mientras que los costos de programación son altos. Se reporta que el diseño y ejecución de proyectos de apoyo a mercados es particularmente pobre con respecto a los empresarios del SME y a funcionarios gubernamentales que se ocupan de estos campos.

Debe existir disponibilidad de financiamiento que ayude a transformar muchos de los programas de servicio social y apoyo de NGOs en organizaciones más empresariales con proyectos que estén orientados hacia la dinámica de mercados, para los que existan controles mejor supervisados y mayor nivel de recuperación de costos incurridos en el proyecto.

El Gobierno y la comunidad donataria deben auspiciar estudios tendientes a investigar la factibilidad de crear una corporación privada de garantías de crédito que incentive a los bancos del sector privado a conceder préstamos al SME. Como parte del estudio, los pre-requisitos para que las cooperativas de ahorro y crédito se conviertan en parte activa del financiamiento al SME para satisfacer necesidades de crédito a corto y largo plazo también debe investigarse. Una o más de las mayores cooperativas de ahorro y crédito podría sujetarse a estudio para determinar la posibilidad de convertirla

en una facilidad de préstamo y descuento de nivel secundario al servicios de las cooperativas de ahorro y crédito, pero independiente y que pudiera formar parte de las cámaras de la pequeña industria.

Las agencias del GDE y NGO's que prestan apoyo al SME deben mejorar la orientación de sus servicios de apoyo según el tamaño y características del microempresario. Como ejemplo, hay necesidad de contar con más cursos (de mercado) en beneficio de micro-empresarios que vierta conceptos básicos. Hay necesidad de tratar respecto a ejercicios para determinar los costos unitarios y oportunidad de mercados así como para formular correlaciones de precio.

El Gobierno y NGOs deberían dirigirse hacia recursos de apoyo del SME hacia las ciudades secundarias y centros regionales de expansión. Los donatarios necesitan saber manejar las carteras de apoyo a proyectos MEs de manera integrada. Parece haber una duplicación de actividades y recursos debido a que la orientación de un proyecto es rural, mientras que otro va dirigido hacia el desarrollo urbano o humano. Dentro de una agencia donataria dada, los proyectos de desarrollo rural y urbano deben integrarse para aprovechar los complementos naturales de ambos aspectos.

Existen ciertas cámaras de la pequeña industria que son activas y están bien organizadas, y que podrían contemplarse como posibles receptoras directas de financiamiento que las ayude a organizar sus propios proyectos de apoyo al SME (expansión de mercados). Una idea preliminar que se originó en discusiones en el seno de más de una cámara de la pequeña industria y artesanal, tenía que ver con la provisión de financiamiento para lanzar un proyecto piloto que ayude a que dichas cámaras traigan uno o más expertos para llevar a cabo un seminario de mercadeo. El enfoque deberá ser el de capacitación de instructores, dirigido directamente hacia los dirigentes de las cámaras (que constituyen los empresarios más progresistas del SME) de manera que estos socios puedan a su vez capacitar a los demás socios de la cámara. La capacitación estaría dirigida hacia proyectos clave para el desarrollo de mercados (internos) por subsector y actividad, proporcionando también manuales y materiales de apoyo. Los temas de estas clases o seminarios de mercadeo deberán incluir:

- Clasificación, denominación y embalaje que se ciñan a normas uniformes;
- Control de calidad, lo que significa y cómo puede el empresario del SME mejorar este control de calidad a costos bajos;
- Identificación de todos los costos relacionados con las buenas prácticas de mercado;
- Procedimientos de evaluación que son de ventaja competitiva en una serie de mercados internos (receptores) y de exportación;
- Estrategias de ventas y comercialización, y el desarrollo empresarial;
- Facturación a clientes;
- Análisis transaccional y cómo mejorar su eficiencia; y
- Qué se requiere para exportar?

# ANEXO D

## DESEMPEÑO DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA (PI) EN EL MERCADO ECUATORIANO

En base a las cuentas nacionales presentadas en un estudio que INSOTEC llevara a cabo en 1987, todos los subsectores de la pequeña industria (SSI) acusaron una expansión en su valor añadido entre 1975 y 1980. Los años subsecuentes entre 1980 y 1987 denotan un período de consolidación y menor demanda para todos los subsectores incluídos en el análisis. Las actividades más sólidas durante la década de 1980 corresponden al procesamiento de alimentos, productos minerales no-metálicos que incluyen cerámica. Aunque sus desempeños correspondieron a menos de un cuarto y sexto del período anterior, respectivamente. Además de una alta demanda del consumidor por los productos de aimentos procesados, este subsector en particular tuvo una alta demanda (bienes intermedios) por parte de otros subsectores provenientes de las vinculaciones manufactureras o inter-industriales.

**Valor Añadido por Subsector de la Pequeña Industria**
(millones de Sucres, a precios de 1975)

Subsector según Código Industrial Uniforme (CCI)

| Año | (31) | (32) | (33) | (34) | (36) | (37) | (38) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1975 | 444.9 | 445.4 | 144.9 | 157.7 | 71.7 | 17.0 | 411.7 |
| 1980 | 890.4 | 689.6 | 342.1 | 254.2 | 214.6 | 32.8 | 759.2 |
| 1987 | 1,161.6 | 450.9 | 266.7 | 189.5 | 274.1 | 27.2 | 476.8 |
| Crecimiento Anual | | | | | | | |
| 1975-80 | 14.9 | 9.1 | 18.7 | 10.0 | 24.5 | 14.0 | 13.0 |
| 1980-87 | 3.9 | -5.9 | -3.5 | -4.1 | 3.6 | -2.6 | -6.4 |

Código de Clasificación Industrial Uniforme (CCI): (31) productos alimenticios que incluyen bebidas y cigarrillos; (32) textiles, confecciones de ropa que incluyen artículos de cuero; (33) productos de la madera incluyendo muebles; (34) productos de papel e imprenta; (36) productos minerales no-metálicos que incluyen cerámica; (37) productos metálicos básicos tales como verjas de hierro; (38) producción de productos metálicos, maquinaria y equipos.

Aunque la expansión en las tasas de expansión del VA para 1987 eran considerablemente más bajas que en los años anteriores, la pequeña industria respondió bien durante este período de consolidación. La pequeña industria llevaba la delantera con los productos alimenticios (S/.271.2 millones en VA) durante el período comprendido entre 1975 y 1980, productos minerales no-metálicos que incluían cerámica (S/.59.5 millones) y aunque por debajo de los niveles correspondientes a 1980, los productos metálicos, ropa y madereros acusaron desempeños respetables. Del valor añadido total por industria para 1987 (32.1 porciento), la manufactura a pequeña escala tomó la delantera con 33.1 porciento, seguido por la gran industrial a razón de 32.8 porciento y la mediana escala a razón de 29.6 porciento. Durante los difíciles períodos económicos comprendidos entre 1980 y 1987, la pequeña

Previous Page Blank

empresa mantuvo altos valores reales para el consumo de bienes intermedios, nuevamente acusando altas demandas del consumidor para estos productos específicos y fuertes nexos de mercados con y entre subsectores manufactureros (INSOTEC, 1987).

1. Haven, et. al., 1990.

# CAPITULO CUATRO

# LIMITACIONES Y OPORTUNIDADES DE EXPORTACION PARA LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA ECUATORIANA

por

**Joseph F. Burke**
Consultor Independiente
Development Alternatives, Inc.

## RESUMEN EJECUTIVO

### Circunstancias Generales

Las exportaciones tradicionales del Ecuador, que incluyen petróleo, productos agrícolas frescos y productos marinos frescos comprenden una vasta mayoría de las exportaciones anuales del país. Las oportunidades de exportación que les asisten a micro y pequeñas empresas (MEs) en el Ecuador consisten principalmente de bienes fabricados y procesados, que constituyen menos del 10 porciento -- alrededor de $200 millones por año -- de todas las exportaciones. Las exportaciones de la nación para este tipo de bienes manufacturados y procesados ha disminuído tanto en términos absolutos como en términos relativos durante los últimos años, acusando niveles que de $231.8 (10.6 porciento del total) para 1986 se vinieron abajo a $207.7 (8.8 porciento) para 1989.

### Limitaciones Externas a las Exportaciones

La exportación de productos no-tradicionales - particularmente manufacturas - se ven limitadas por las políticas de substitución de importaciones (o de protección industrial) que el país ha adoptado desde hace tiempo atrás. Dichas políticas - que contemplan la importación de insumos para la industria protegida sobre los que no pesan aranceles o para los que se aplican muy bajos impuestos, la aplicación de altísimos impuestos sobre productos importados que entran en competencia con sus líneas de producción, y la imposición de una serie de controles no-tarifarios[1] - han traído como consecuencia tanto la indisponibilidad de insumos importados necesarios como una baja calidad de los insumos locales con los que fabricar productos. Como resultado de todo éllo, muchos exportadores en potencia se encuentran en desventaja competitiva en términos tanto de calidad como de costos.

---

[1] Que abarcan desde depósitos por adelantado para recibir licencias de importación hasta la prohibición expresa del ingreso de ciertos productos.

Previous Page Blank

Varias otras políticas comerciales del Gobierno del Ecuador tienen efectos negativos similares contra las posibles exportaciones. Esta predisposición en contra de las exportaciones se pone de manifiesto, por ejemplo, en las actuales políticas cambiarias que forzan a los exportadores a recibir alrededor del 12 porciento menos por dólar que la tasa de mercado libre, lo que a su vez les forza a incrementar precios, perdiendo otra oportunidad más de poder entrar en competencia. La aereolínea estatal y la compañía naviera se encuentran protegidas contra la competencia extranjera "excesiva", volviendo a fomentar un servicio de inferior calidad y la ausencia de servicios a ciertos mercados. Finalmente, las transacciones de exportación son tan envueltas en un ambiente normativo oneroso que evita la entrada de posibles exportadores.

Recientemente el Gobierno del Ecuador ha tomado medidas para tratar de liberar las políticas de intercambio comercial, lo que podría eventualmente generar nuevas oportunidades de exportación para la micro y pequeña empresa.

## Limitaciones Internas a las Exportaciones del SME

Si bien el ambiente general de políticas tiene un impacto negativo sobre todas las actividades de exportación, ciertos problemas sectoriales intrínsecos añaden limitaciones para la micro y pequeña empresa. Entre éstos se encuentra el escaso acceso a financiamiento y crédito, la falta de tecnologías de producción adecuadas, de capacidad gerencial y de acceso a contactos e información de mercado.

## Oportunidades de Exportación para el SME

Contando con una política comercial más neutra, así como imponiendo una simplificación de los controles normativos, las MEs podrán encontrar mayores oportunidades para exportar productos manufacturados y procesados al Perú, Colombia, los Estados Unidos y otros mercados. El Ecuador forma parte de la "Iniciativa para las Américas" de la Presidencia de Bush, que incentiva el libre comercio y ya ha otorgado concesiones tarifarias al país. Los cinco miembros del Pacto Andino están destinados a convertirse en una zona de libre comercio para fines de 1995. Para entonces deberán producirse amplias oportunidades de exportación de madera tallada, textiles y bienes agrícolas procesados destinados a estos mercados.

## Estructuras de Exportación para el SME

La pequeña empresa individualmente carece en general de la escala y sofisticación necesarias para competir exitosamente en los mercados de exportación. Por lo tanto, arreglos de exportación por grupos podrían proporcionar ventajas y oportunidades para las micro y pequeñas empresas. Entre las estructuras que podrían probar ser factibles se encuentran:

- La comercialización a través de exportadores ya establecidos;
- La producción de ciertos bienes intermedios o acabados bajo contrato;

- La creación de cooperativas especializadas (una técnica que ha probado tener éxito en el norte de Europa);
- La incorporación de compañías en grupos; y
- La creación de zonas francas (como parte de la Ley de la Maquila).

La índole específica de cada mercado independientemente (por ejemplo los Estados Unidos o Colombia), y si la exportación debe realizarse directamente o mediante un exportador, determinarán en gran medida la factibilidad de las varias alternativas.

## INTRODUCCION

### Objetivo del Informe

Este informe trata de identificar limitaciones al potencial que la micro y pequeña empresa de Ecuador tenga para poder optar por exportaciones desde el sitio de producción o desde los muelles de exportación. Las recomendciones propondrán varias maneras de aumentar la exportación de bienes fabricados por este sector. Se espera contar con el apoyo de instituciones tanto Ecuatorianas como internacionales que se interesen por el mejoramiento de la economía general del país y de la micro y pequeña empresa en particular, tomando en cuenta que constituye la roca fundamental de fuerza productiva y fuente de empleo.

### Clasificación de las Exportaciones

Las exportaciones Ecuatorianas se clasifican normalmente bajo tres titulares principales Tradicionales, Petroleras y Derivados, y No-tradicionales. Los productos tradicionales incluyen banano, café, cacao y azúcar. Los productos no-tradicionales se subdividen en primarios (productos frescos de mar y productos agrícolas frescos) y bienes manufacturados. La división de exportaciones por su clasificación y valor durante los dos últimos años calendarios se produjo de la siguiente manera:

**TABLA 30**

**EXPORTACIONES SEGUN PRINCIPALES CATEGORIAS**

| Clasificación | 1988 FOB US$(000) | % del Total | 1989 FOB US$(000) | % del Total |
|---|---|---|---|---|
| TOTAL | 2'192.9 | 100.0 | 2'353.9 | 100.0 |
| 1. Tradicionales | 532.9 | 24.3 | 572.3 | 24.3 |
| 2. Petróleo y Derivados | 976.1 | 44.5 | 1'147.4 | 48.7 |
| 3. No-Tradicionales | 683.9 | 31.2 | 634.2 | 27.0 |
| a. Primarios | 457.7 | 20.9 | 426.5 | 18.1 |
| -Camarón | 387.0 | 17.6 | 328.2 | 13.9 |
| -Otros | 70.7 | 3.2 | 98.3 | 4.3 |
| b. Manufacturados | 226.2 | 10.3 | 207.7 | 8.8 |

Fuente: FEDEXPOR/Banco Central, se han omitido Re-exportaciones y la Exportación de Materiales de Desperdicio.

## Exportación de Manufacturas, por Producto

El posible enfoque para la actual y futura participación de la micro y pequeña empresa en el comercio de exportación sería desde el sector manufacturero que acusa el siguiente comportamiento para los próximos cinco años:

**TABLA 31**

**EXPORTACIONES MANUFACTURADAS**

| Año | FOB US$(000) | % del Total de Exportaciones |
|---|---|---|
| 1985 | 228.4 | 7.8 |
| 1986 | 231.2 | 10.6 |
| 1987 | 209.4 | 10.9 |
| 1988 | 226.2 | 10.3 |
| 1989 | 207.7 | 8.8 |

Fuente: FEDEXPOR/Banco Central. No constan ni Re-exportaciones ni Materiales de Desperdicio.

El desglose de bienes de exportación manufacturados durante los últimos dos años calendario puede verificarse en la Tabla 32.

**TABLA 32**

**DETALLE DE EXPORTACIONES MANUFACTURADAS**

| Categoría | 1988 FOB US$(000) | % de Total | 1989 FOB US$(000) | % de Total |
|---|---|---|---|---|
| TOTAL | 226.2 | 100.0 | 207.7 | 100.0 |
| Manufacturas metálicas | 10.7 | 4.7 | 17.5 | 8.4 |
| Productos Químicos/Farmac. | 10.1 | 4.4 | 6.9 | 3.3 |
| Café Procesado | 17.5 | 7.7 | 19.9 | 9.6 |
| Productos de mar procesados | 86.6 | 38.3 | 56.7 | 27.3 |
| -Preparados de pescado | 59.5 | 26.3 | 29.6 | 14.3 |
| -Otros | 27.1 | 12.0 | 27.1 | 13.0 |
| Productos del Cacao | 47.7 | 21.1 | 52.8 | 25.5 |
| Sombreros de paja toquilla | 3.8 | 1.7 | 7.1 | 3.4 |
| Electrodomésticos | 0.5 | 0.2 | 0.2 | 0.1 |
| Jugos/conservas de fruta | 1.8 | 0.8 | 1.6 | 0.8 |
| Productos de banano | 12.6 | 5.6 | 6.3 | 3.1 |
| Conservas vegetales | 0.4 | 0.2 | 0.6 | 0.3 |
| Flour/cereal products | 1.1 | 0.5 | 1.7 | 0.8 |
| Cárnicos y lácteos | 0.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| Bebidas | 0.2 | 0.0 | 0.1 | 0.0 |
| Aceites/extractos vegetales | 1.9 | 0.8 | 2.7 | 1.3 |
| Otros alimentos | 3.3 | 1.4 | 2.7 | 1.3 |
| Alimento animal | 0.5 | 0.2 | 0.3 | 0.1 |
| Extractos de piretro | 0.1 | 0.0 | 0.1 | 0.0 |
| Madera terciada | 9.2 | 4.0 | 7.7 | 3.7 |
| Productos madereros | 2.2 | 1.0 | 2.2 | 1.2 |
| Productos Eléctricos | 0.4 | 0.2 | 0.4 | 0.2 |
| Canastería | 0.0 | 0.0 | 0.1 | 0.0 |
| Elaborados de Papel | 0.6 | 0.3 | 0.7 | 0.4 |
| Artículos de fibra textil | 2.8 | 1.2 | 4.4 | 2.1 |
| Artículos de cuero y plástico | 3.4 | 1.5 | 2.1 | 1.0 |
| Artesanías | 1.0 | 0.4 | 2.3 | 1.1 |
| Otras | 8.0 | 3.8 | 10.3 | 5.0 |

Fuente: FEDEXPOR/Banco Central. Neto sin tomar en cuenta Re-exportaciones ni Materiales de Desperdicio.

## Destino de las Exportaciones

Los Estados Unidos constituyen el principal mercado para las exportaciones Ecuatorianas, ya que cerca del 46 porciento de todas las exportaciones se comercian con destino a los Estados Unidos. Los países Asiáticos, el Mercado Común Europeo y el Pacto Andino así como "otros" países Americanos llenan el restante 46 porciento, aunque ningún país incluído dentro de estas categorías representa un principal mercado de exportación.

**TABLA 33**

**DESTINO DE LAS EXPORTACIONES**

| País/Zona | 1988 FOB US$(000) | % de Total | 1989 FOB US$(000) | % de Total |
|---|---|---|---|---|
| TOTAL MUNDIAL | 2'192.9 | 100.0 | 2'353.9 | 100.0 |
| TOTAL AMERICAS | 1'602.5 | 73.1 | 1'937.5 | 82.3 |
| Canada | 2.3 | 0.1 | 4.1 | 0.2 |
| Estados Unidos | 1'006.2 | 45.9 | 1'367.6 | 58.1 |
| Centroamérica | 14.0 | 0.6 | 44.9 | 1.9 |
| FTA Caribeño | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| Panamá | 34.8 | 1.6 | 61.7 | 2.6 |
| Asoc. L.A. Integ. | 95.8* | 4.4 | 130.0 | 5.5 |
| Pacto Andino | 177.1 | 8.1 | 183.0 | 7.8 |
| Otro (Américas) | 272.3 | 12.4 | 146.1 | 6.2 |
| TOTAL EUROPA | 232.1 | 10.6 | 236.5 | 10.0 |
| MCE | 202.6 | 9.2 | 208.4 | 8.8 |
| EFTA | 4.5 | 0.2 | 4.8 | 0.2 |
| Comecon | 23.6 | 1.1 | 16.9 | 0.7 |
| Yugoeslavia | 1.3 | 0.1 | 3.5 | 0.1 |
| Otros (Europa) | 0.1 | 0.0 | 2.9 | 0.1 |
| TOTAL ASIA | 338.4 | 15.4 | 156.0 | 6.6 |
| TOTAL AFRICA | 9.7 | 0.4 | 10.8 | 0.5 |
| TOTAL OCEANIA | 10.2 | 0.5 | 10.4 | 0.5 |
| NO CLASIFICADO | 0.0 | 0.0 | 2.8 | 0.1 |

Fuente: Banco Central del Ecuador, Boletín Anuario No. 12 1989-1990
*Se ha omitido la parte correspondiente al Pacto Andino.

Las estadísticas de que se dispone en el Banco Central no verifican las categorías de exportación mediante el cruce de tabulaciones según el país de destino. Las exportaciones Ecuatorianas carecen de estabilidad y continuidad, haciendo que esta doble verificación sea por demás conveniente. Por ejemplo, en Agosto la compañía estatal petrolera Petroecuador exportó 300 mil barriles de petróleo al Perú.[2] Eso correspondió al 6.5 porciento del total de exportaciones de ese mes. En base a los precios correspondientes a 1989, esto equivaldría a alrededor de $67.5 millones, o aproximadamente la mitad de las exportaciones del Ecuador al Perú para 1989. Las proyecciones son especulativas ya que el patrón de exportaciones del país es impredecible.

Se cuenta con estadísticas crudas a través del Banco Central y del Ministerio de Finanzas. Resultaría útil que quienes se interesen por la promoción de exportaciones y por los exportadores mismos

[2] *Hoy*, Quito, "Facturación obsta venta de crudo," 9/10/90.

que estas entidades refinen sus tabulaciones estadísticas para generar información que guíe mejor y proporcione datos más significativos.

La Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPOR) se encuentra recibiendo apoyo internacional para afianzar su capacidad de tabular estadísticas sobre exportaciones y productos no-tradicionales. El incremento de este financiamiento permitiría a FEDEXPOR incluir bienes procesados y manufacturados dentro de sus tabulaciones - aspectos en los cuales la micro y pequeña empresa se encuentra bien representada.

## OPORTUNIDADES DE EXPORTACION PARA EL SME

### Participación Actual

Las estadísticas oficiales de exportaciones para el Ecuador no incluyen la clasificación del productor segun su tamaño, lo cual imposibilita determinar cuál es el nivel de participación de la micro y pequeña empresa partiendo de estas fuentes de información. El incluir la tabulación de este tipo de información dentro del programa de apoyo para FEDEXPOR (Federación Ecuatoriana de Exportadores) ayudaría a generar las estadísticas que se necesitan sobre el sector. Con la esperanza de recibir mejores oportunidades de exportación en los años venideros haciendo uso de la liberación comercial y de la simplificación de los procedimientos y trámites de exportación, el momento es oportuno para dejar sentados los datos y sistemas básicos que permitan efectuar estas comparaciones.

Se ha recopilado información muy escasa sobre la participación de pequeñas empresas en las actividades de exportación. En la encuesta micro-empresarial básica que se llevara a cabo como parte de este estudio, únicamente el 3.8 porciento de las 625 personas entrevistadas indicaron que habían tomado parte en exportaciones ya sea directamente (1.0 porciento) o como proveedores de un exportador (2.8 porciento). Se desconoce cuánto de esta participación en la actividad de exportación se ha realizado a través de canales registrados y cuánto ha sido simplemente contrabando. Igualmente, no se conoce qué parte del 22.9 porciento que dijo haber producido bajo contrato se ha visto involucrado en actividades de exportación.

Un estudio independiente llevado a cabo por USAID/Ecuador en 1984 demostró que 13 de las 20 pequeñas empresas manufactureras de Guayaquil se involucraron en operaciones de exportación. Tres de éllas (15 porciento del total) se encontraban exportando por sobre el 40 porciento de su producción. Los fabricantes de productos metálicos eran quienes más participaban de las actividades de exportación.

Un "consorcio" de exportación[3] compuesto por siete pequeños fabricantes de muebles y productos madereros en Quito dice que ha alcanzado un volumen de exportación promedio de US$125.000 por mes.

---

[3] En el Ecuador, la palabra *consorcio* se utiliza para describir el conjunto de compañías o personas naturales que se agrupan con el fin específico de exportar sus productos.

Esto representa casi el 70 porciento del monto registrado en estadísticas oficiales de exportación para esta categoría en 1989.

Las exportaciones registradas para 1989 totalizaron US$41.4 millones para Colombia y US$135.1 millones para el Perú. El contrabando, que representa una gran parte del comercio internacional entre estos tres países, fluctúa grandemente de año a año, dependiendo principalmente en los cambios que se produzcan en las políticas monetarias y de control de precios así como en otros tipos de controles al comercio. La demanda de contrabando versus importaciones legales y rubros de exportación podrían disolverse bajo la liberación del comercio bajo el Pacto Andino, si es que en realidad resulta en la simplificación de trámites y ausencia de aranceles para 1995. Las microempresas podrían asumir un papel protagónico en la exportación de bienes a Colombia y Perú, ya que las necesidades de contar con un mercado especializado, y conocimiento técnico, empresarial y cultural son mucho menores que para exportaciones que se realicen a otras zonas del mundo, especialmente países no-hispánicos.

**Rubros para los que Existen Oportunidades de Exportación**

Las oportunidades de exportación para micro y pequeñas empresas se limitan al sector "productivo". Las MEs que pertenecen a los sectores comercial y de servicios no estarían en condiciones de participar en mercados de exportación. Aunque existen alrededor de 60 a 84 mil pequeñas empresas que pertenecen al sector llamado "productivo", el número de las que estarían en capacidad de producir un artículo de exportación es mucho más reducido.[4]

Una revisión de las categorías de bienes manufacturados de exportación (Tabla 32) indica que las pequeñas empresas que podrían optar por este tipo de participación podrían ser las de productos metálicos, sombreros de paja toquilla, productos alimenticios, procesados de madera, canastería, textiles, artículos de cuero, y artesanías. Las expediciones de compras personales llevadas a cabo por personal del equipo de proyecto pusieron de manifiesto lo atraactivo de los productos de cuero, joyería y artesanías. Sin embargo, no existe razón para descontar la participación de la pequeña empresa en productos tradicionales tales como café procesado y derivados del cacao. Como ejemplo, un pequeño productor en Costa Rica tuesta y empaca con todo éxito atractivas presentaciones de café bajo el nombre de marca "Britts".

Los bienes artesanales (tales como productos de cuero, artículos textiles y tallas de madera) son campos que podrían involucrar a un gran número de pequeños productores, aún cuando la dinámica comercial, la disponibilidad de crédito, y los trámites engorrosos estén en su contra. De una población de 10.7 millones, alrededor de 200.000 se dedican a las artesanías, con un alto porcentaje de éllos constituído por mujeres indígenas del sector rural. Al estimular las exportaciones, se abre un gran potencial para elevar el nivel de vida de muchas de estas personas, preservar, y propagar sus destrezas únicas a la vez que brindarles la oportunidad de evitar tener que emigrar hacia la ciudad.

La alta demanda que existe para los productos madereros y madera en sí tanto en Japón, como en los Estados Unidos y Europa también indica un posible mercado para los productos Ecuatorianos. El

---

[4] La ausencia de un censo al sector de la pequeña empresa perjudica la realización de un análisis más detallado de las empresas.

sector maderero contituye un segmento muy dinámico y versátil que característicamente cuenta con negocios a pequeña escala. La tala, secado, transportación y fabricación de productos madereros, así como la comercialización son procesos llevados a cabo en su mayoría por pequeños productores.

Otro campo que ofrece grandes posibilidades es el procesameinto de productos agrícolas con miras a la exportación. Más de dos millones de personas se dedican a la agricultura, y el Ecuador ha demostrado su potencial para producir una amplia gama de productos agrícolas. Este campo (incluyendo la expansión y exportación de bienes no-tradicionales frescos tales como flores) ha recibido un considerable apoyo de parte de instituciones de desarrollo nacionales e internacionales, así como un gran nivel de promoción desde fuentes gubernamentales - aunque en la práctica se hayan mantenido las políticas de substitución de importaciones. Si bien es frecuente escuchar a quienes se involucran en la promoción de estas actividades que "los resultados (de la exportación) no han sido los esperados", en realidad el éxito frente a tantos factores adversos vendría como una verdadera sorpresa. Pese a éllo, si se cuenta con la adecuada etimulación por parte de políticas gubernamentales y la eliminación de barreras, este sector podría recibir apoyo para desempeñarse "más allá de las expectativas." Indudablemente los grandes y medianos exportadores jugarán el más importante papel en los mecanismos directos de exportación, pero debe darse cabida a las operaciones de pequeños exportadores también, lo cual taería un importante incremento de empleo fuera de la finca.

Dentrode estas categorías de bienes manufacturados yprocesados existe amplia oportunidad para quela pequeña y aún la micro empresa amplíe su particiación en el campo de las exportaciones. Para que puedan hacerlo, debe facilitarse el trámite de controles a la exportación (con sus complicados trámites yaltos costos implicados), limitaciones de costo y calidad de la materia prima y materiales intermedios, y prejuicios en contra de la exportación (paridad cambiaria, aranceles, eliminación de tarifas) de manera que los costos de oortunidad constituyan una motivación en lugar de un desincentivo para la micro y pequeña empresa. Una vez que se hayan aligerado estas exageradas limitaciones externas a la exportación e importación, lcs materiales inermedios de buena calidad ycostos razonables podrán llegar a manos de los productores del SME. En ese punto, puede ser eficaz elapoyo tendiente a resolver las limitaciones internas relativas a financiamiento, tecnología y destrezas gerenciales, así como de información y acceso a mercados.

## PRINCIPALES LIMITACIONES AL INCREMENTO DE EXPORTACIONES POR PARTE DEL SME

### Limitaciones Externas

La largamente establecida política de subtitución de importaciones implantada por el Gobierno del Ecuador ha edificado prejuicios intrínsecos en contra de la exportación que han vencido a políticas de equilibrio tendientes a promocionar los productos no-tradicionales de exportación - particularmente los de exportación desde la finca, desde los muelles, en los que podrían participar pequeños productores, procesadores e intermediarios. La paridad cambiaria y trámites de importación/exportación también tienden a estancar la exportación de productos manfacturados.

Las principales limitaciones a la exportación y comercio que confrontan los empresarios del país tienen que ver con:

- Bajos aranceles sobre la importación de materia prima y bienes de capital para las industrias protegidas;
- Altos aranceles de importación y cargos sobre productos acabados que compiten con aquellos producidos por las industrias protegidas;
- Controles de importación que van desde depósitos por adelantado hasta prohibición de importaciones;
- Exención de impuestos de importación para las industrias protegidas;
- Tipos de cambio desfavorables para los exportadores (para Agosto de 1990 los exportadores se encontraban recibiendo alrededor del 12 porciento menos bajo la tasa oficial obligatoria de lo que podrían haber recibido en el mercado libre);
- Tipos de cambio favorables para los importadores. La industria protegida es el principal importador autorizado[5] y, por lo tanto, el principal beneficiario en términos de adquirir dólares "baratos" generados por la exportaciones realizadas por otros sectores de la economía; y
- Trámites de importación/exportacióin onerosos en términos de tiempo y dinero. Las grandes industrias (protegidas) cuentan con los recursos materiales y humanos para sobrellevar otros trámites, pero la micro y pequeña empresa no.

Los resultados directos que estas políticas y procedimientos tienen sobre los posibles exportadores son:

- Baja calidad de los insumos domésticos;
- Alto costo de los insumos domésticos;
- Indisponibilidad de insumos domésticos;
- Acceso limitado a los insumos domésticos;
- Alto costo y selección limitada de insumos importados; y
- Tipo cambiario inferior al del mercado libre a causa de la venta obligatoria de los montos en dólares al Banco Central.

---

[5] Dos tercios de las importaciones que ingresan al país según su valor se destinan a materia prima y bienes de capital para la industria.

Los exportadores Ecuatorianos de productos manufacturados estarían en probabilidad de confrontar lo siguiente:

- Calidad inadecuada que en parte se debe a los insumos locales;
- Precio exagerado debido a costos de insumos y tipos de cambio;
- Dificultades con la entrega que se deben en parte a la falta de disponibilidad de insumos;
- Inestabilidad de precios debida a la paridad cambiaria y a la incertidumbre en torno a la disponibilidad de insumos.

Además, el Ecuador protege a su línea aérea estatal y transportadores marítimos mediante el estricto control de la competencia, con el resultado de que la disponibilidad de espacio no cubre la demanda existente. Esta situación se ve agravada por lo poco adecuado de los horarios, frecuencias y destinos que se ofrecen y los precios competitivos. Esta situación afecta más a los pequeños exportadores que a los grandes exportadores quienes están encapacidad de influir sobre el transportador. La liberación de la protección y la mayor competencia entre transportadores es necesaria de manera que los exportadores reciban el estímulo de poder abrir nuevos mercados.

Tomándolas en conjunto, estas políticas y procedimientos han contribuído en gran manera a la baja constante del 24 porciento en el valor de las exportaciones no-tradicionales desde 1979 hasta 1989.[6]

El Gobierno del Ecuador se ha comprometido por escrito y está tomando las medidas iniciales para realizar la liberación y simplificación de trámites de exportación. Si lleva a cabo las reformas contempladas, el entorno en el que se desarrollarán las actividades de exportación se volverá favorable. Sin embargo, existen poderosas industrias del sector protegido que ejercerán incontables presiones para diluir la eficacia de las políticas destinadas a revitalizar el comercio internacional e interno, los niveles de competencia y la eficacia y calidad de la producción.

Todas la barreras que obstaculizan la expansión de la pequeña empresa dentro de las actividades de exportación, las políticas de substitución de importaciones y la actual transición de cambio quedan revisadas exhaustivamente en el capítulo correspondiente a "Políticas de Comercio y Entorno Normativo" que forma parte de un Informe independiente sobre Etructuras de Políticas.

**Limitaciones Internas**

Las limitaciones que la pequeña empresa debe superar para ingresar y encontrar el éxito en las actividades de exportación son más pesadas que aquellas que debe enfrentar para la producción ventas internas. Además de las limitaciones externas y de políticas que se han revisado en la sección previa, existen complejidades que surgen por el desconocimiento de mercados y a causa de su creciente nivel de exigencia. Lo que es más, los aranceles y regulaciones varían de país a país y deben estudiarse *ad hoc.*

---

[6] *Reforma Estructural al Sistema Arancelario 1990*, Ministerio de Finanzas, Quito, p. 14.

El elemento de atracción para que una empresa piense en sus posibilidades de exportación es el potencial de mercado que ofrecen. El Ecuador cuenta con menos de once millones de habitantes. La mayoría de éllos son pobres. Los países vecinos cuentan con poblaciones mucho mayores que las del Ecuador -pero también son pobres. Los Estados Unidos cuenta con una población inmensa y es rico - pero la competencia es seria.

Antes de revisar los modos cómo la micro y pequeña empresa podrían ir más allá de sus limitados mercados locales, es necesario identificar sus negocios y sus limitaciones de mercado. Esto proporcionará una mejor comprensión de los obstáculos que deben superarse como prerequisito para el éxito en las exportaciones.

**Financiamiento y Crédito**

Además de las dificultades encontradas para optar por préstamos operativos y para inversión de capital (también experimentadas por empresas que se dedican a propósitos netamente domésticos),[7] los exportadores deben contar a menudo con capital de trabajo durante períodos más prolongados para acumular existencias por lo que deben tener plazos mayores; capital de inversión para cubrir requisitos especiales de producto y producción; y/o financiamiento de materia prima o importación de insumos intermedios.

FOPEX (el Fondo de Promoción de Exportaciones) se ha creado con el propósito exclusivo de proporcionar apoyo a las actividades de exportación. Sin embargo, no responde particularmente a las necesidades de los pequeños exportadores. Si bien proporciona préstamos a tasas favorables "de preferencia" (sub-comerciales), los requisitos para calificar para éllo son similares a los aplicados por bancos comerciales, es decir, estados financieros aceptables y garantías de préstamo. Esto hace que la calificación sea extremadamente difícil para la pequeña empresa. El funcionario de FOPEX al que se entrevistó sí habló de "conducir" a un exportador indígena de artesanías a lo largo de todo el proceso de aprobación de préstamo pero la historia era anecdótica. Más típico es el caso de un exportador mediano de productos frescos a quien se entrevistó, y quien había presentado una solicitud por 45 millones de Sucres (alrededor de $55.000) seis meses antes de precisar el préstamo. Para el momento en que la aprobaión se dió, nueve meses después, el pudo utilizar únicamente algo más que la mitad de la suma en cuestión.

FOPEX sí aprobó préstamos por alrededor de $9 millones[8] en 1989; sin embargo, es poco lo que parece haber sido destinado a la utilización de micro y pequeñas empresas. Un grupo de expotadores de productos madereros y un exportador de artesanías no tenían acceso a los préstamos de FOPEX debido a que no pudieron cumplir con los prerequisitos de garantía y de estados financieros.

FOPINAR (el Fondo de la Pequeña Industria y Artesanía) es un fondo de garantía de préstamos administrados por la CFN. Si bien está dedicado al apoyo de préstamo para la micro y pequeña empresa,

---

[7] Véase el informe independiente sobre finanzas y crédito para la micro y pequeña empresa preparado por Richard Meyer, John Porges, Martha Rose y Jean Gilson.

[8] Memoria 1989, Corporación Financiera Nacional, Quito, p. 31.

no ha respaldado a esquemas de exportación en ningún grado aparentemente significativo. Durante 1989 FOPINAR concedió alrededor de $4.5 millones en préstamos nuevos.[9]

El Banco Popular de Fomento es también una fuente de préstamos para la micro y pequeña empresa; pero nuevamente, los préstamos para actividades de exportación son insignificantes.

**Producción y Tecnología**

Por lo general los mercados extranjeros tienen niveles mucho más alto de competencia y discernimiento que los mercados Ecuatorianos, donde la eficiencia de la producción y el control de la calidad sufren bajo un política de protección industrial que ha traído como consecuencia la presencia de un mercado más dócil. En realidad, los productos de exportación no solamente que necesitan corresponder a una calidad que pueda entrar en competencia, sino que deben contar con un diseño comerciable en los países de destino. Esta aseveración es verdadera aún en las exportaciones hacia Colombia donde, dada la magnitud de su mercado, existe más competencia industrial aunque también ha seguido políticas de substitución de importaciones durante muchos años. Por lo tanto es raro el caso en que un producto producido para el mercado interno será aceptable "tal cual" para la exportación.

Un problema importante confrontado por el socio de un consorcio de muebles fue la importación de bisagras adecuadas para cunas, ya que aquellas que se fabricaban localmente (y que estaban protegidas por impuestos muy altos) eran de calidad inaceptable para la exportación. Los fabricantes de artículos de cuero en el pueblo de Cotacachi se quejaban del problema que tenían para conseguir broches y cierres de buena calidad así como ganchos especializados que eran necesarios para producir vestimentas "de moda" que fuesen aceptables. Estos casos constituyen un ejemplo de dos maneras en que las políticas de substitución de importaciones impiden las exportaciones: baja calidad de insumos intermedios producidos localmente, y dificultad para abastecerse de los insumos importados necesarios a un precio que sea efectivo. El medio local, en el que bienes un poco mal hechos pueden mantenerse funcionando debido a que los costos de reparación son baratos, ha tendido a generar tecnologías de producción que no ponen cuidado en la calidad ni en la durabilidad del producto.

La limitación de calidad va más allá del problema de insumos inadecuados. Aún cuando se utilice materia prima de óptima calidad, el diseño y acabado tiende a ser pasado de moda y burdo. Esto puede observarse fácilmente en los trabajos de artesanías. Un sweater de lana puede resultar "rústico" - puede no ser perfectamente bien cortado o estar pasado de moda. Zapatos diseñados partiendo de patrones Europeos no son comerciables en los Estados Unidos. Chaquetas de cuero fabricadas en el Ecuador utilizan cierres "unisex" que están colocados en el lado equivocado para los habitantes de género masculino en los Estados Unidos; el potencial de mercados para los Estados Unidos se ve limitado de esta manera.

La capacidad de antelarse a los cambios en la demanda de mercados es difícil para cualquier productor. Los micro y pequeños productores en su mayoría no han viajado fuera del país y se encuentran en mayor desventaja aún, ya que no pueden conceptuar la diferencia de gustos en el consumidor, los productos que hay en la competencia, y no pueden desde luego anticipar cambios. Sacos

---

[9] *Idem*, p. 35.

de lana de colores fuertes pueden estar de moda en una temporada, para ser reemplazados por diseños en tonos neutros la próxima. Las chaquetas de cuero pueden tener un acabado suave o áspero; la mayoría de las chaquetas que están a la venta en el Ecuador en este momento tienen un acabado áspero, pese a que el estilo que prevalece en los Estados Unidos tiende a favorecer las chaquetas de acabado suave. Los micro y pequeños empresarios se encuentran en gran desventaja para tratar de comprender y anticiparse a estos cambios.

Las artesanías se ven sujetas a tendencias más excéntricas en la demanda. En su mayoría, estos artículos son populares un año y ya no el próximo. La satisfacción de la demanda en este campo es un negocio muy riesgoso que requiere de habilidad para cambiar las líneas de producción de manera casi inmediata. Los compradores comerciales lo hacen mediante la selección de varias fuentes, no esperan a que un proveedor cambie su producto u oferta. Los micro y pequeños empresarios por lo general carecen de conocimientos de mercado, destrezas de producción y capacidad de absorber el riesgo que introducir tales cambios entraña.

En breve, para poder encontrar el éxito en mercados internacionales, los fabricantes Ecuatorianos, tanto a gran escala como a micro escala, deben centrar su atención más en la calidad y diseño si es que deben utilizar óptimamente sus ventajas comparativas - notablemente, mano de obra a menor costo. En realidad, deben hacer lo mismo para continuar teniendo éxito en su propio mercado interno a medida que la liberación comercial progrese y las protecciones arancelarias y no arancelarias se vayan disminuyendo. Lo que se necesita no es una producción "de alta tecnología" sino la utilización eficiente y creativa de los recursos materiales y humanos de que se dispone localmente.

### Volúmenes de Producción

Otro impedimento que pesa sobre la participación exitosa en mercados de exportación es la capacidad de pequeños productores de producir suficientes cantidades de productos standard que satisfagan la demanda del consumidor. Aunque pequeños, las almacenes independientes y especializadas de ventas al detal en los Estados Unidos y Europa deben contar con suficiente s artículos para llenar una línea de producción. Cadenas más grandes y almacenes y firmas que ordenan por correo y que realizan importaciones para satisfacer órdenes masivas, precisan contar con volúmenes aún más grandes para llenar sus establecimientos de venta o para responder a las órdenes colocadas a nivel nacional por correo. Por ejemplo, los almacenes de ventas de zapatos en los Estados Unidos que importan bajo marcas tradicionales, colocan órdenes rutinarias que corresponden a miles de pares de zapatos. Los pequeños productores, actuando independientemente, no pueden desarrollar el volumen de producción que precisan para ingresar a estos mercados.

### Conocimientos Gerenciales

El bajo nivel de destrezas empresariales que se detectan entre micro-empresarios constituye a las claras un impedimento para su participación en los mercados de exportación. De los 285 entrevistados en la encuestas quienes se mostraron interesados por exportar, 216 dijeron no saber cómo involucrarse en esa actividad.

El tratar con mercados y clientes de exportación precisa de conocimientos empresariales y destrezas personales que van más allá de las utilizadas en el mercado interno. Dichas características incluyen el conocimiento de regulaciones y documentación requerida (en el Ecuador y en el país de destino); conocimiento de transacciones de intercambio comercial extranjero, fijación de precios, términos e instrumentos de pago, embalaje, variables y costos de embarque, y comunicaciones. Este último aspecto se refiere no solamente al conocimiento de Inglés (necesario para exportaciones que salen de América Latina), sino a la capacidad de proporcionar respuesta claras y oportunas. El cumplimiento de órdenes en términos de tiempo y calidad del producto es de importancia primordial dentro de mercados industrializados de exportación, mientras que el incumplimiento de compromisos dejan insubstanciales cualesquier otros esfuerzos por obtener órdenes y contar con la lealtad de clientes.

Si bien la complejidad administrativa involucrada en los manejos de exportación es evidente, no es necesario que cada micro y pequeño empresario conozca todos los requisitos para poder participar en esta actividad. Existen una serie de maneras que facilitan la participación de micro y pequeños empresarios en estas actividades, según se discutirá más adelante en este capítulo.

**Acceso e Información de Mercados**

La falta de información de mercados y el acceso eficáz a posibles compradores son impedimentos importantes para la participación del pequeño productor en las actividades de exportación.

Como sucede en el caso de los mercados internos, el exportador debe estar en capacidad de identificar los productos que su mercado quiere, los canales de distribución apropiados para aprovechar esos mercados, y los términos y condiciones bajo las cuales la competencia opera dentro de los mercados que se tiene en mente. Los aspectos a cubrirse incluyen:

- Quiénes participan y qué proporción de ventas les corresponde?
- Cuáles son sus precios y presentaciones?
- Qué publicidad y métodos de promoción utilizan?
- Cuáles son los precios de ventas al detal?
- Cuáles son las políticas de ajuste?
- Cómo funciona la fijación de precios y estructuras de costos a través de canales, desde Quito o Guayaquil hasta el establecimiento de ventas de un cliente en Los Angeles?

Esto es mucho más complejo y costoso que cerciorarse de lo que acontece en los mercados internos. Mientras más refinado sea un producto y mayor sea el mercado para él, más detallado tendrá que ser el conocimiento de comercialización. Por ejemplo, la venta de babaco envasado y etiqueteado en los Estados Unidos entrañaría mucha más finesa de mercado que la exportación de babaco fresco.

El llevar a cabo estudios prácticos de mercado sobre posibles productos de exportación para la micro y pequeña empresa constituye una función valiosa que puede ser llevada a cabo por parte de

organizaciones de apoyo. Además de los Estados Unidos, Colombia (mirando la posibilidad de cero aranceles bajo el Pacto Andino para 1995), Europa Occidental y Japón son todos mercados apropiados que tener en la mira.

Como se había discutido en la sección correspondiente a limitaciones externas, los controles impuestos por el Gobierno del Ecuador, y sus caros y complejos procedimientos, así como las políticas anti-exportación y prejuicios de paridad cambiaria han aniquilado los incentivos para la expansión de exportación del SME. Una estadística muy decidora a este respecto es la de que las exportaciones no-petroleras para 1989 fueron un 24.4 porciento inferiores a aquellas de 1979 en valores constantes en dólares de 1979.[10] Lo que es más, si bien la totalidad de las exportaciones Ecuatorianas se incrementaron por 7.3 porciento desde 1988 a 1989 (Tabla 33), la parte manufacturada (en que reside el principal potencial de exportación del SME) disminuyó en un 8.2 porciento (Tabla 32).

## ESTRUCTURAS DE LA EXPORTACION PARA LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

Dadas las limitaciones externas e internas que se han revisado anteriormente, las oportunidades tanto para micro como para pequeñas empresas son mayores a través de enfoques conjuntos y colaborativos en lugar de esfuerzos directos, personalizados e independientes. Los principales tipos de estructuras que podrían utilizarse incluyen:

- Exportadores ya establecidos;
- Suministro contractual;
- Cooperativas;
- Consorcios de compañías;
- Zonas francas;
- Compañías Independientes.

Las maneras más eficaces de que las micro y pequeñas empresas participen del comercio de exportación difieren normalmente unas de otras. Esto se debe a las diferencias en niveles de sofisticación, en cuanto a cultura empresarial, diferencias en cuanto a acceso a capital, y la estructura informal frente a la estructura formal de la otra.

---

[10] Véase nota de pie 3.

## Enfoque de la Exportación por parte de la Micro-Empresa

Los canales y métodos que mejor se adaptan a la micro-empresa incluyen las ventas canalizadas a través de exportadores o compradores, producción bajo contrato con productores establecidos, cooperativas de orientación exportadora, y ventas a través de pequeños comerciantes.

### Exportadores/Compradores ya Establecidos

Entre las categorías de productos de interés en este estudio, las artesanías y manualidades son la categoría más común y más viable para exportación directa e indirecta por parte de micro-empreas. Los productores venden tanto a empresas establecidas localmente como a compradores provenientes del exterior, éstos últimos típicamene los propietarios de negocios de tiendas de regalos en los Estados unidos. Parte importante de este comercio involucra el que el comprador lleve consigo la mercadería como parte de su equipaje. Sin embargo, la insistencia del Banco Central en cuanto a métodos de exportación y restricciones en el intercambio comercial y que son estrictamente observadas limitan la expansión de este canal de expendio.

Los trámites involucrados y controles de intercambio también limitan la exportación de artesanías desde el Ecuador. Como los embarques de artesanías son típicamete pequeños, la repetición de órdenes, la motivación para invertir en este negocio va mermando a medida que el costo (en tiempo y dinero) del cumplimiento de regulaciones se acrescenta y consume todo el margen de ganancias.

### Aprovisionamiento bajo Contrato

El mecanismo que sigue este método no se diferencia del aprovisionamiento de un artículo o elemento dado dentro de una venta interna. Sin embargo, la Ley de Maquila, aprobada en Agosto de 1990 pudiera generar oportunidades para los micro-empresarios dentro de ciertas ciudades secundarias para abastecer bajo contrato a las nuevas compañías que se establezcan dentro de la Zona Franca a fin de tomar ventaja del trabajo por obra cierta.

A medida que los aranceles bajan y se tornan más uniformes, deberá haber mayor oportunidad de abastecer contratos en empresas no incluídas en las zonas francas pero que se dedican a las exportaciones. Por ejemplo, un trabajador del cuero pudiera ser contratado para fabricar correas para bolsos.

### Cooperativas

Pese a que, en teoría, la estructura cooperativa pudiera ser apropiada para facilitar las ventas locales y la exportación de artesanías, este hecho no tiene un antecedentes de éxito en el Ecuador. Se producen problemas de favoritismo en la compra, se hace presente la corrupción en aspectos administrativos, de control de calidad y cumplimiento de órdenes. Las cooperativas han producido resultados mixtos en otros aspectos también: promoción de ventas de producto de socios que han generado competencia interna para con los servicios de la cooperativa. Por otra parte, las coopertivas de adquisición que compran y abastecen de insumos importados permiten que los socios compren

cantidades al detal pero a precios de ventas al por mayor. Por ejemplo, los trabajadores del cuero en Cotacachi se están agrupando justamente para este propósito.

La falta de acceso que tienen los micro y pequeños productores a insumos importados plantea tanto una limitación a la exportación como al comercio interno. La ayuda crediticia y organizativa que se preste a las empresas en este campo coadyuvaría a incrementar su capacidad para competir en términos de precios y calidad tanto a nivel internacional como de mercados internos.

### Comerciantes Independientes

Aunque los indios Otavaleños viajan ocasionalmente a los Estados Unidos para vender sus sacos de lana y tapetes de pared, esta práctica más bien contituye una excepción más no una regla. La mayor parte de los micro-exportadores llevan a cabo sus negocios en las fonteras con Colombia y Perú. Gran parte de este comercio pasa desapercibido estadísticamente y constituye contrabando. Se espera que los gobiernos de los países del Pacto Andino sigan los pasos necesarios para dejar establecida una zona franca para Diciembre de 1995. Entonces este comercio ilícito de cruce de frontera podrá convertirse en un comercio de exportación respetable. El libre comercio dará una gran ímpetu a los micro-empresarios ya que existen muchos rubros de alimentos, textiles y manufacturas básicas que pueden ser comerciadas dentro de los países miembros.

## Enfoque de Exportación por parte de la Pequeña Empresa

Debido a las ventajas relativas de escala, la pequeña empresa del sector formal de la economía cuenta con más avenidas que la micro-empresa del sector informal mediante las cuales ingresar directamente al comercio de exportación. Entre las más importantes de estas alternativas se encuentran los grupos de exportación, zonas francas, y exportaciones directas como compañías independientes.

### Grupos de Exportación (o Consorcios)

Un grupo para la exportación de productos madereros se encuentra operando desde Quito con sus siete socios, y en la actualidad está exportando a Puerto Rico. El grupo recibe el apoyo organizacional y logístico de la Cámara de Pequeños Indutriales de Pichincha (CAPEIPI). A despecho de muchas limitaciones, este grupo sigue adelante y puede servir de modelo para grupos en sectores tales como alimentos procesados, fabricación de sombreros de paja toquilla y metal-mecánica.

Las principales limitaciones del grupo, y las posibles soluciones incluyen:

- Transporte. El costo del transporte hasta San Juan es sumamente alto, $2.600 por un contenedor de 40 pies comparado con $1.800 con destino a Miami. Los madereros, CAPEIPI y FEDEXPOR se encuentran gestionando ante el Gobierno la obtención de mejores servicios para los exportadores.

- Necesidades de Insumos. El abastecimiento local de insumos importados constituye importantes obstáculos. En respuesta a éllo, los madereros han

iniciado una cooperativa de adquisiciones. Al comprar en cantidad, pueden obtener mejores precios sobre insumos locales. En cuanto a importaciones, todavía confrontan el requisito de tener que tener permiso de importación y efectuar los depósitos por adelantado. Sin embargo, estos controles deberán ser eliminados paulatinamente en meses venideros.

- Administración. Para poder ser eficaces, los madereros deben contar con una gestión gerencial que tenga experiencia en exportaciones; sin embargo, ninguna de las siete empresas es lo suficientemente grande como para absorber los costos implicados independientemente. Por lo tanto, las empresas han formado una compañía limitada llamada CETRIMA, que realiza el mercado y trámite de exportación para todo el grupo.

**Zonas Francas (Maquiladoras) y Trabajo por Obra Cierta**

El Ecuador ha ingresado tardíamente a la asamblea de Zonas Francas (ZFs), que fueran iniciadas en Irlanda y Mauricius y luego fueran introducidas a América por México, la República Dominicana y Costa Rica entre otros países. La ley Ecuatoriana que establece las ZF fue aprobada recientemente en Agosto de 1990. La promoción de inversiones que tienen que ver con esta ley todavía no se ha iniciado. A la fecha se han establecido ZF en Manta, Esmeraldas y en las fronteras con Perú y Colombia. La ley contempla la contratación de trabajo por obra cierta así como el trabajo a medio tiempo y el ingreso temporal a la zona franca de todos los elementos de re-exportación como parte del producto terminado. Además, no se aplica el Código Laboral en toda su extensión. Específicamente, se han eliminado las estipulaciones que contemplan pesados costos de jubilación y de estabilidad laboral. La posibilidad de contratar trabajo a medio tiempo no se limita a las ZF sino que aplica a todo el país.

El costo y eficiencia de la mano de obra Ecuatoriana no parecen plantear una ventaja particularmente sólida en comparación con otros países Latinoamericanos ni tampoco con respecto a países del lejano Oriente tales como China, Tailandia y las Filipinas. Pese a éllo, dada la gran reserva de mano de obra que existe en el Ecuador y que poseen destrezas artesanales, pudieran aprovecharse oportunidades insospechadas. Los pequeños negociantes podrían vincularse mediante contratos con compañías extranjeras que se interesen por el conjunto de ZF en el Ecuador.

**Empresas Independientes**

Con el cambio que se ha promulgado para liberar las políticas de intercambio comercial así como el medio comercial (incluyendo procedimientos de exportación y los costos asociados), el apoyo que se dé a pequeñas empresas con el producto y potencial gerencial para tener éxito pueden rendir resultados muy promisorios. Las empresas que tengan potencial probado podrían calificar para asistencia programática en mercadeo hacia países vecinos y/o los Estados Unidos, Europa y Japón, si el propietario/socio cuenta con conocimientos culturales, de idioma y de comercio exterior (véase Recomendaciones).

## RECOMENDACIONES

En vista de la inminente liberación del comercio por parte del Gobierno de Ecuador y del compromiso del Pacto Andino en cuanto a la zona libre para 1995, el panorama que circundaría a las actividades de exportación mejorará en años venideros. Por lo tanto, nuevas iniciativas de ayuda para apoyar a la pequeña empresa ampliarían las oportunidades de comercio en este sector.

### Políticas de Intercambio Comercial

- La continuación de la liberación comercial, la unificación de tasas de cambio a valores del mercado libre, y la simplificación y abaratamiento de los trámites de exportación constituyen todos pre-requisitos para que la pequeña empresa encuentre el éxito en las actividades de exportación. El dejar de lado el marasmo de controles arancelarios y no arancelarios así como imposiciones que favorecen a un sector contituirán los pasos más importantes para estimular la participación de la pequeña empresa en las actividades de exportación. Quienes apoyan la expansión económica, y un sector de exportación vital y con amplia base no debe vacilar en confrontar la oposición que se haga a sus objetivos para lograr metas.[11]

Incentivar a funcionarios del Banco Central y del Ministerio de Finanzas para que hagan una excepción que permita la exportación de artesanías hasta un cierto nivel (por ejemplo $10.000) desde los aeropuertos de Quito o Guayaquil, satisfaciendo un mínimo de controles de exportación e intercambio comercial internacional. Sin embargo, esta actividad de exportación debe ingresar a las estadísticas oficiales, un proceso que se produce muy esporádicamente hoy en día.

### Administración

- Establecer criterios para que la micro y pequeña empresa pueda calificar para recibir apoyo programático.

### Comercialización

- Tabular las ventajas comparativas que le asisten a la pequeña industria del Ecuador según categoría y línea de producto (en términos de costos actuales), dados varios cambios arancelarios y no arancelarios proyectados, y la idoneidad de participación en la asamblea de ZFs.
- Llevar a efecto estudios específicos de mercados en los Estados Unidos y los países del Pacto Andino (el MCE y Japón en una segunda etapa) para aquellas categorías de productos para los que

---

[11] Para recomendaciones más detalladas, refiérase a un informe independiente sobre limitaciones de política que pesan sobre el desarrollo de la micro y pequeña empresa. Bruce Herrick, Gustavo Márquez y Joseph Burke, *Policy Framework*, Washington, D.C.: Development Alternatives, Inc., 1990. Véase especialmente pp. xxx-xxx.

la micro y pequeña empresa Ecuatoriana podrían tener ventaja. Estos estudios deberán incluir costos CIF necesarios para competir y deberán retornar con precios FOB Quito o Guayaquil que los productores deberán estar en capacidad de satisfacer para poder competir. Difundir información mediante el correo así como a través de charlas con las correspondientes cámaras de industrias y comercio y sus grupos subsectoriales de interés.

- Traer muestras de productos sobre las que se basen los estudios de mercado para demostrar la calidad/modelo requeridos para lo precios calculados. Estas muestras pueden exhibirse en cámaras cooperativas de industrias y comercio, poniendo énfasis especial sobre las Cámaras de Pequeñas Industrias y las Cámaras Artesanales en toda la nación.

- Información de suministros sobre canales comerciales en los Estados Unidos que incluyan suscripciones a revistas industriales y contactos con compradores regionales al por mayor o de ventas al detal, particularmente para quienes los requisitos de aprovisionamiento pudieran caber dentro de las capacidad de produccción de la pequeña industria en el Ecuador.

- Financiamiento de la comprobación de mercado en los Estados Unidos para productos que califiquen entre clientes que califiquen, para evaluar las oportunidades que existan para un programa de apoyo futuro. (Véase el Anexo F que contiene una lista de asesores de mercado debidamente calificados).

- Cotejamiento de posibles compradores y vendedores de los Estados Unidos y Europa bajo contrato con compradores y con inversionistas y pequeñas empresas que participen de las ventajas que ofrecen los mecanismos de ZFs/Maquila.

- Auspiciar la participación de clientes en los apropiados predios feriales tanto en los Estados Unidos como en Europa.

- Conversar con Ecuatoriana de Aviación y Transnave respecto a temas relacionados con el servicio prestado, tarifas y destinos o puertos en beneficio de los programas de exportación. Esto puede hacerse conjuntamente con miras a intevenir en mercados secundarios tales como Atlanta y Houston, dependiendo de los indicios que existan respecto a la investigación de mercados.[12]

**Técnicas/Producción**

- Específicamente para artesanías: proporcionar ayuda en cuestión de diseño, producción y control de calidad en los insumos. Una forma en que esto podría llevarse a cabo sería la de que el Cuerpo de Paz asigne voluntarios que programen y supervisen la producción y cumplimiento de órdenes a intermediarios y exportadores.

---

[12] Véase también la recomendación que consta en informe independiente relativo a la interacción de políticas comerciales con los niveles de protección y pronóstico de espacio de carga que tienen los transportadores oficiales del Gobierno del Ecuador.

- Proporcionar asistencia técnica, de producción y diseño a clientes que tienen potencial de exportación mediante la utilización de expertos con conocimientos actualizados en cuanto a requisitos de mercados externos.

**Crédito**

- Integrar el elemento de crédito para capital de operación, y ampliación del capital de inversión, o coordinar mediante fuentes programáticas independientes.

**Capacitación**

Los programas de capacitación deben diseñarse para satisfacer expresamente las necesiades de grupos cohesivos, e incluyen los siguientes elementos en forma integrada y a niveles de sofisticación que sean adecuados para cada grupo y su situación particular (véase la sección sobre Capacitación incluída en este estudio):

- Principios para el manejo de exportaciones:
    - Metas del proyecto;
    - Requisitos de organización;
    - Proyecciones de costos/réditos;
    - Manejo de materias primas e insumos.
- Comercialización:
    - Cotejamiento de mercados y productos;
    - Comparaciones con la competencia (en términos de calidad, diseño, precio, embalaje, presentación, promoción);
    - Canales de distribución y estructuras de precios;
    - Embalaje y etiquetas para transporte aéreo, marítimo y terrestre;
    - Embarque (alternativas, costos, seguro, destinos, transbordos);
    - Comunicaciones eficaces;
    - Políticas de ajuste.

- Procedimientos de Exportación:
    - Regulaciones Ecuatorianas (descripciones, enfoques, inversión de tiempo y dinero);
    - País de destino, regulaciones y su cumplimiento.
- Aspectos Técnicos/de Producción:
    - Materias primas e insumos;
    - Técnicas de producción;
    - Control de calidad.
- Crédito y Financiamiento:
    - Identificación de costos;
    - Fijación de Precios;
    - Proyecciones Financieras;
    - Necesidades crediticias, fuentes y presentación de solicitudes.

**Margen de Referencia para Proyectos**

El momento es oportuno para recibir el apoyo renovado y redirigido por parte de organizaciones locales e internacionales de desarrollo en beneficio de la micro y pequeña escala en cuanto a exportaciones no-tradicionales, desde la finca o desde los muelles porque:

- Las políticas de liberación del comercio que ha adoptado el Ecuador y la simplificación de los trámites de exportación crearán mayores oportunidades para ingresar y encontrar éxito en el sector de exportación, a medida que las actuales políticas disminuyen y a medida que los insumos importados de precio competitivo y buena calidad estén disponibles;

- Que el Gobierno del Ecuador continúe con sus medidas tendientes a liberar el comercio, en base a los incentivos derivados del éxito de las exportaciones y la generación de empleos inherentes a la situación, compensando los crecientes niveles de importación de bienes terminados y el deterioro de industrias que anteriormente gozaban de protección y que carecen de ventajas comparativas ara prosperar o aún sobrevivir; y

- El éxito que tenga la Iniciativa para las Américas de Bush y su meta a largo plazo de lograr que se establezca un Convenio de Libre Comercio para todo el hemisferio depende en gran medida de la progresiva liberación del comercio que resulte ventajosa para cada uno de los países involucrados.

- Cabe anotar que las asociaciones Ecuatorianas que apoyan al SSEs y merecen consideración para ser incluídas en actividades de apoyo podrían ser: la Cámara de Pequeñas Indutrias de Pichincha (CAPEIPI), la Cámara de Pequeñas Industrias del Guayas, Cámara de Pequeñas Industrias de Azuay, Cámara de Pequeñas Industrias de Tungurahua, la Federación Nacional de la Pequeña Industria (FENAPI), y la Federación de Exportadores (FEDEXPOR).

- El apoyo del proyecto a pequeños productores deberá centrarse en torno a las siguientes actividades:

  - Mejoramiento del diseño del producto, del control de calidad, para mejorar la comerciabilidad de los productos;

  - Mejores técnicas y métodos productivos;

  - Ampliación de contactos de mercado con posibles compradores.

# ANEXO E

## LISTA SELECCIONADA DE ASESORES DE MERCADO DE LOS ESTADOS UNIDOS

Business Trend Analysts. 2171 Jericho Turnpike, Conmack, NY 11725. (516) 462-5454.

Find/SVP. 625 Avenue of the Americas, New York, NY 10011. (800) 346-3787.

Market-Opinion-Research. 550 Washington Blvd., Detroit, MI 48226. (313) 963-2414.

Willmark Research Corporation. 561 Westchester Avenue, Rye, NY 10580. (914) 937-3200.

Georgetown Venture/Trading Co. P.O. Box 21662, Washington, DC 20009. (202) 462-8469.

TREICO. 93 Willets Drive, Syosset, NY 11791. (516) 496-8740.

International Technology Investment, Ltd. 131 Rollins Avenue, Rockville, MD 20852. (301) 984-9500.

Interworld Marketing Inc. 7720 Wisconsin Avenue, Bethesda, MD. (301) 951-0798.

IMCC. 1601 North Kent Street, Suite 904, Arlington, VA 22209. (703) 524-2600.

IPAC. 450 5th Street, N.W., 10th Floor, Washington, DC 20001. (202) 626-1300.

The Americas Group. 3 Bethesda Metro Center, Suite 700, Bethesda, MD 20814. (301) 493-5323.

# APENDICE A

# LISTA DE ENTREVISTAS

# APENDICE A

## LIST OF ENTREVISTAS

Banco La Previsora
- Juan Gortaire

Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha (CAPEIPI)
- Hernán Carrera
- Daniel Hinojosa

Cámara de la Pequeña Industria del Guayas (CAPIG)
- Martha Aguirre
- Enrique Calderón
- Lily Cevailos
- Gerardo Larrea
- Mauricio Pizarro
- César Rodríguez
- José Suscal

Cámara de la Pequeña Industria de Tungurahua (CAPIT)
- Walter López
- Marco Mayorga
- José Moya
- Patricio Navarrete
- Enza Saraste de Arias

Cámara de la Pequeña Industria del Azuay
- Gerardo Arevalo

Cámara de Artesanos de Pichincha
- Hernán Mena

Cámara de Artesanos de Tungurahua
- Jenny Kattan

CARE Internacional
- Louis Alexander

Centro de Estudios Regionales de Guayaquil (CER-G)
- Paul Velasco

Centro Nacional de la Pequeña Industria y Artesanía (CENAPIA)
- Edgar Guevara
- Gonzalo Herrero
- Angela Pazmiño

CIPEP
Rafael Andrade

Federación Nacional de Comerciantes Minoristas del Ecuador (FENACOMI)
Angel Alvarez
Luis Erazo
José Yanez

Fundación Austral de la Microempresa (FADEMI)
Fernando Pozo
Hernán Toral

Fundación Guayaquil
Luis Orellana

Instituto de Estrategias Agropecuarias (IDEA)
Neptalí Bonifaz
Edmundo Brown
Hugo Ramos
Pablo de la Torre

Instituto de Investigaciones Socio-Económicas y Tecnológicas (INSOTEC)
Fernando Fernández
Isabel Murillo
Luis Bonilla
Jorge Epiza
Jorge Grijalva
Wimper Nissagran
Jenny Pérez

International Executive Service Corps (IESC)
Aldo B. Sparzani
Carmen Tobar de Carpio

Ministerio de Bienestar Social
Tatiana Cisneros

USAID/Ecuador
David Alverson
Maruska de Burbano

Otras

Humberto Balarezo
Marcela Blacio
Lucía Carrión
Milton González
Gonzalo Larrea
Jenny Valencia

# APENDICE B

# LISTA DE SIGLAS

# APENDICE B

## LISTA DE SIGLAS

| | |
|---|---|
| ADEMEC: | Apoyo al Desarrollo de la Microempresa Ecuatoriana -INSOTEC- |
| AICO: | Asociación Iberoamericana de Cámaras de Comercio. |
| AID: | Agencia para el Desarrollo Internacional. |
| AITEC: | Acción Internacional Técnica. |
| AME: | Acción de Mujeres Ecuatorianas. |
| ANDE: | Asociación Nacional de Empresarios. |
| BCE: | Banco Central del Ecuador. |
| BEDE | Banco Ecuatoriano de Desarrollo |
| BID: | Banco Interamericano de Desarrollo. |
| BNF: | Banco Nacional de Fomento. |
| CARE: | Cooperative for American Relief Everywhere. |
| CAPEIPI: | Cámara de Pequeños Industriales de Pichincha. |
| CECIM: | Comisión Interamericana de Mujeres Ecuador. |
| CEBCA: | Comisión Ecuatoriana de Bienes de Capital. |
| CEDECO: | Corporación Ecuatoriana para el Desarrollo de la Comunicación. |
| CEDIME: | Centro de Documentación e Información de los Movimientos Sociales del Ecuador. |
| CEDOC: | Central Ecuatoriana de Organizaciones Clasistas. |
| CEDOIN: | Centro de Documentación e Información -INSOTEC- |
| CENAPIA: | Centro Nacional de la Pequeña Industria y Artesanía. |
| CENDES: | Centro de Desarrollo Industrial. |
| CEPAL: | Comisión Económica para América Latina y el Caribe. |
| CEPAM: | Centro Ecuatoriano para la Promoción y Acción de la Mujer. |
| CEPLAES: | Centro de Planificación y Estudios Sociales. |
| CEPSE: | Centro Empresarial de Perfeccionamiento Socio-Económico. |
| CEPESIU: | Centro de Promoción y Empleo para el Sector Informal Urbano. |
| CER-G: | Centro de Estudios Regionales del Guayas. |
| CFN: | Corporación Financiera Nacional. |
| CIDAP: | Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares. |
| CIDEM: | Compañía Ecuatoriana de Investigación de Mercados. |
| CIDER: | Centro Interdiciplinario de Estudios Regionales de la Universidad de los Andes. |
| CIE: | Centro de Investigaciones Económicas. |
| CIEDC: | Centro de Investigaciones Educativas y Culturales -INSOTEC- |
| CIEDLA: | Centro Interdisciplinario de Estudios sobre el Desarrollo Latinoamericano. |
| CIESE: | Centro de Investigaciones y Estudios Socioeconómicos. |
| CIPTE: | Centro de Investigación Planificación y Tecnología Educativa. |
| CISE: | Cuerpo Internacional de Servicios Ejecutivos. |
| CITA: | Centro de Investigación y Tecnologías Adecuadas. |
| CLADES: | Centro Latinoamericano de Documentación Económica y Social. |
| CLAT: | Confederación Latinoamericana de Trabajadores. |
| CONADE: | Consejo Nacional de Desarrollo. |
| CONAUPE: | Corporación Nacional de Apoyo a las Unidades Populares Económicas. |
| CONANPYMI: | Confederación Andina de la PYMI. |

| | |
|---|---|
| CRS: | Catholic Relief Services. |
| CYTED: | Ciencia y Tecnología para el Desarrollo. |
| ESPOL: | Escuela Politécnica del Litoral. |
| FEE: | Fundación Eugenio Espejo. |
| FED: | Fundación Ecuatoriana de Desarrollo. |
| FEDEXPORT: | Federación Ecuatoriana de Industrias Exportadoras. |
| FENAPI: | Federación Nacional de Cámaras de Pequeños Industriales. |
| FESO: | Fundación Ecuatoriana de Estudios Sociales. |
| FIAD: | Fundación de Investigación Acción para el Desarrollo. |
| FODERUMA: | Fondo de Desarrollo Rural Marginal. |
| FONAPRE: | Fondo Nacional de Preinversión. |
| FOPIAL: | Programa de Fomento a la Pequeña y Mediana Industria en América Latina - INSOTEC-. |
| FUNDAGRO: | Fundación para el Desarrollo Agropecuario. |
| FUNDES: | Fundación de Desarrollo Económico y Social. |
| FUNDESCOL: | Fundación para el Desarrollo de Santo Domingo de los Colorados. |
| FUNQUEVEDO: | Fundación Quevedo. |
| ICI: | Instituto de Cooperación Iberoamericana. |
| IDAMPEI: | Programa de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa Industrial. |
| IDEA: | Instituto de Estrategias Agropecuarias. |
| IIE.UCG: | Instituto de Investigaciones Económicas. Universidad Católica de Guayaquil. |
| ILDIS: | Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales. |
| INDDA: | Instituto Nacional de Desarrollo Agroindustrial. |
| INEDES: | Instituto Ecuatoriano para el Desarrollo Social. |
| INEM: | Instituto Nacional de Empleo. |
| INEN: | Instituto Nacional de Normalización. |
| INFOLAC: | Programa Regional para el Fortalecimiento de la Cooperación entre Redes y Sistemas Nacionales de Información para América Latina y el Caribe. |
| INSOTEC: | Instituto de Investigaciones Socio-Económicas y Tecnológicas |
| INTI: | Instituto Nacional de Tecnología Industrial. |
| KAS: | Fundación Konrad Adenauer. |
| MAG: | Ministerio de Agricultura y Ganadería. |
| MAS: | Movimiento Acción Social. |
| MEC: | Ministerio de Educación y Cultura. |
| MICIP: | Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca. |
| OCEPA: | Oficina de Comercialización y Exportación de Producciones Artesanales. |
| OEA: | Organización de los Estados Americanos. |
| OIT: | Organización Internacional del Trabajo. |
| OLADE: | Organización Latinoamericana de Energía. |
| ONUDI: | Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial. |
| OSCUS: | Obra Social y Cultura Sopena. Ministerio de Industrias. Departamento de Promoción de Exportaciones. |
| SAIT: | Sistema Andino de Información Tecnológica. |
| SECAP: | Servicio de Capacitación Profesional. |
| SENA: | Servicio Nacional de Aprendizaje. |
| SERCOTEC: | Servicio de Cooperación Técnica. |
| UNESCO: | Fondo de las Naciones Unidas para la Educación y Cultura. |

UNEPROM: Unidad Ejecutora del Programa de Microempresas.
UNICEF: Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia.
UNIFEM: Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer.

# APENDICE C

# ENCUESTA DE MICROEMPRESARIOS EN ECUADOR

# ENCUESTA DE MICROEMPRESARIOS EN ECUADOR

_____[1] Número de Boleta

## A. IDENTIFICACION DEL CUESTIONARIO

Fecha de la Entrevista

Número del Encuestador; Nombre _____

Nombre del supervisor _____

Beneficiario de un programa para microempresarios ___(1), o no ____(2)

*(En caso de ser beneficiario, ¿Con cuál programa?)*

_____[4]

| | | |
|---|---|---|
| (1) INSOTEC-AID | (12) BCO. PACIFICO | (23) HUANCAVALICA |
| (2) INSOTEC-OTRO | (13) FUND. GUAYAQUIL | (24) ROCAFUERTE |
| (3) CIPEP | (14) IGLESIA CATOLICA | (25) FUMICRO |
| (4) FUNQUEVEDO | (15) CFN | (26) UNIV. CATOLICA |
| (5) FUNDESCOL | (16) CEPESIU-CTE | (27) FUNDAUSTRO |
| (6) FED | (17) BNF | (28) CENAPIA |
| (7) CONAUPE-ONGs | (18) FUNEC/CREA/SECAP | (29) FADEMI |
| (8) FEE | (19) BCO. POPULAR | (30) FUNDESA |
| (9) UNEPROM | (20) CORFE | (31) FUNDIEMPRESA |
| (10) FUNHABIT | (21) SIMON BOLIVAR | (99) NO DATA |
| (11) FUND. AUSTRAL | (22) QUITUS | |

## B. DATOS DEMOGRAFICOS

Localidad: Quito ___(1), Guayaquil ___(2), Manta ___(3), Portoviejo ___(4), Santo Domingo ___(5), Esmeraldas ___ (6), Quevedo ___(7), Cuenca ____(8), Ambato ___(9), Otro ___(10), _____.

Cargo específico que lleva en la empresa: Dueño ___(1); Socio ___(2); Gerente ___(3); Otro ___(4), _____. *(Nota: En caso de ser micro o pequeña empresa, solo se entrevista a dueños o socios principales. En sociedades anónimas se puede entrevistar al gerente. Si no tiene estas caracteristicas, abandone la entrevista.)*

Edad (años) ____[4] Sexo: hombre ___(1); mujer___(2).

Estado Civil: Soltero(a) ____(1); Casado(a) ___(2); Union Libre ___(3); Viudo(a) ___(4); Divorciado(a) ___(5); Otro ___(7), _____.

Nivel de educación formal alcanzado *(Escoja el nivel más alto)*: No tiene ninguna educacion formal ___(0); Algo de primaria ___(1); Primaria ___(2); Escuela técnica ___(3); Algo de secundaria ___(4); Secundaria ___(5); Algo de universidad ___(6); Título universitario ___(7)

¿Cuántas personas viven normalmente (la mayor parte del año) en la casa.

Es usted jefe de familia? sí ___(1); no ___(2).

¿Cuántas personas dependen económicamente de usted?

¿Es usted socio de un gremio o asociación relacionado con su negocio? Sí ___ (1); no ___(2). ¿Cuál? _____

¿Es usted socio de una cooperativa? sí ___(1); no ___(2).

*(En caso de ser socio de una cooperativa, pregúntele:)*

¿Esta cooperativa se relaciona de alguna forma con su negocio, como una cooperativa de artesanos, o de producción, o de mercadeo? sí ___(1), no ___(2)

## C. NATURALEZA DE LA EMPRESA

A qué se dedica en este negocio? _____

*(Nota al encuestador: escoja la clasificación que mejor corresponda al entrevistado. Si produce lo que vende es productor.)* Sector económico principal: Industria/productor ____(1); Agropecuario/productor ___(2); Servicio ____(3); Comercio ___(4); otro ____(5), _____.

*(El encuestador debe calificar el negocio según la descripción más adecuada. De no poder decidir, escriba exactamente lo que hace el entrevistado para que el supervisor puede tomar una decisión.)* Clasificación por sector económico:

(1) Productos alimenticios, comidas y bebidas
(2) Textiles, ropa
(3) Zapatos, articulos de cuero
(4) Carpintería, ebanistería
(5) Productos de papel
(6) Productos quimicos
(7) Productos no-metálicos
(8) Metales Basicos
(9) Metal Mecánica
(10) Tapicería
(11) Joyería
(12) Artesanía en general
(13) Servicio de comida
(14) Peluquería/Salon de Belleza
(15) Reparaciones
(16) Tienda
(17) Vendedor de mercado
(18) Vendedor ambulante
(19) Agricultura/cría de animales
(20) Otro, _____

*(A criterio del encuestador:)* El local de este negocio está ubicado:
(1) En o junto a la casa del dueño
(2) En un local dedicado exclusivamente al negocio
(3) En un puesto permanente o semi-permanente en la calle o mercado
(4) Ambulante en la calle

¿Qué tipo de empresa tiene? Dueño, por si solo ___(1); dueño, junto con el conyuge u otro pariente ___(2); dueño, con socios no familiares ___(3); o sociedad anónima ____(4)

En el caso de tener socios, ¿Cuántos socios tiene?

¿En que año se inició esta empresa (o negocio)?

¿Este negocio ya existía antes ___(1), o fue usted mismo quien lo fundó ____(2)?

¿En qué trabajaba usted antes de iniciar este negocio?
(1) No trabajaba, primer negocio
(2) Desempleado
(3) Trabajos domesticos
(4) Trabajo familiar, con o sin remuneración
(5) Trbajo particular
(6) Trabajos a jornal
(7) Trabajo remunerado en otro compañia o negocio
(8) Tenía otro negocio personal
(9) Otro: _____

¿Cuál fue su motivo principal en iniciar este negocio?
(1) Quería ser independiente
(2) Oportunidad de ganar más
(3) Continuó un negocio familiar
(4) No podía conseguir un empleo remunerado
(5) No tuvo más remedio
(6) Le ofrecía mejores oportunidades
(7) Continuó en negocio familiar
(8) Otro: _____

## D. EMPLEO

¿El trabajo en este negocio es permanente durante todo el año ___(1), o se concentra en alguna época específica ___(2)?

¿Se dedica usted exclusivamente a trabajar en este negocio (empresa) ___(1), o se dedica también a otros trabajos o actividades rentables ___(2)?

*Si se dedica a otras actividades, pregúntele:*

_____[3] ¿A cuál otra actividad se dedica?
(0) NA (1) Otro negocio
(2) Trabajo remunerado (3) Trabajos ocasionales
(4) Agricultura (5) Otro;_____

_____[4] ¿Cuál de estas le proporciona más ingresos durante el año?
(0) NA (1) La empresa
(2) Trabajo en otro negocio (3) Trabajos remunerados
(4) Trabajos ocasionales (5) La agricultura
(6) Otro; _____

*(En caso de que el entrevistado se dedique también a otra actividad, explíquele que esta entrevista solo abarcan sus trabajos en esta micro-empresa.)*

Cuando usted inició este negocio, ¿cuántas personas (incluyendose usted) trabajaban en él?
(1) Solo el entrevistado
(2) El entrevistado y 1 persona más
(3) El entrevistado y 2 o 3 personas más
(4) El entrevistado y 4 o 5 personas más
(5) El entrevistado y 6 a 9 personas más
(6) El entrevistado y 10 o más personas

¿Trabaja usted ahora por si solo(a) ____(1), o trabajan otras personas consigo ___(2)? *(Sugiera posibilidades, tales como esposo, hijos, otros parientes, y otras personas no-familiares)*

*Si dice que "no trabajan" otras personas, pase a la seccion "E. ACTIVOS FIJOS". Si dice que trabajan otras personas en el negocio, hágale las siguientes preguntas.*

D.1. Empleo Familiar

_____[7] ¿Trabaja o ayuda su esposo (esposa o cónyuge) en las actividades de este negocio, o en forma permanente o parcial? NA ___(0), si ___(1), no ___(2).

*(Si la respuesta es "sí")* ¿Cuáles cargas o funciones desempeña? *(Indique todos los que aplican)*
___[8] Ninguna
___[9] Participa en la elaboración del producto
___[10] Compra de materia prima
___[11] Vende o mercadea el producto
___[12] Mantiene la contabilidad
___[13] Cuida el taller (tienda, puesto, etc.)
___[14] Otro (especificar) _____

_____[15] *(También, si la respuesta es "sí")* ¿Este trabajo o ayuda de su cónyuge es permanente ___(1), parcial ___(2), o por temporada ___(3).

¿Trabaja o ayuda alguno de sus hijos en las actividades de este negocio, o en forma permanente o parcial? NA ___(0), si ___(1), no ___(2).

*(Si la respuesta es "sí", que algún niño ayuda)* ¿Cuáles cargas o funciones desempeña? *(Indique todos los que aplican)*

___17 Ninguna
___18 Compra de materia prima
___19 Participa en la elaboración del producto
___20 Vende o mercadea el producto
___21 Mantiene la contabilidad
___22 Cuida el taller (tienda, puesto, etc.)
___23 Otro (especificar) _____

_____24 *(También, si la respuesta es "sí")* ¿Este trabajo es permanente ___(1), parcial, como cuando no tiene que asistir a la escuela ___(2), o por temporada ___(3).

D.2. Empleo No-Familiar

25 ¿En esta empresa trabajan también personas ajenas a la familia? sí ___(1); no ___(2).

*Si la respuesta es "sí", consiga los siguientes datos. Si la respuesta es "no," pase a la seccion E.*

Número que trabaja:

| A Tiempo Completo | A Tiempo Parcial o Ocasional |
|---|---|
| _____26 Hombres | _____27 Hombres |
| _____28 Mujeres | _____29 Mujeres |

30 ¿Diría usted que es facil ___(1) o dificil ___(2) conseguir mano de obra calificada?

En total, incluyendose a usted y sus familiares y también trabajadores no-familiares, ¿Cuántas personas trabajan a tiempo completo en este negocio actualmente?

_____31 Hombres
_____32 Mujeres

¿más o menos cuantas personas, incluyendose a usted y sus familiares y también trabajadores no-familiares, trabajan a tiempo parcial -- o en epocas especiales o cuando hay mucho trabajo?

_____33 Hombres
_____34 Mujeres

¿Puede estimar cuánto paga normalmente en total cada mes en sueldos o jornales a sus empleados? _____ sucres

## E. ACTIVOS

Este local donde trabaja, ¿Es de su propiedad ___(1), es alquilado o arrendado ___(2), o solo se utiliza sin costo ___(3).

¿Aproximadamente cuánto valen los activos que tiene invertido en el negocio, si, por ejemplo tuviera que venderlos, cuánto valdrían?

_____ Valor del edificio, almacen, etc.
_____ Muebles
_____ Herramienta y equipos
_____ Vehículo
_____ Inventario
_____ Otro
_____ Total (en sucres)

*(El encuestador debe responder a esta pregunta según su propio juicio; no la presente como pregunta directa.)* ¿En qué estado se encuentran los activos fijos que tiene? Muy bueno ___(1); bueno ___(2); regular ___(3); malo ___(4); malisimo ___(5).

162

## F. INSUMOS (MATERIA PRIMA)

¿Es fácil ___(1) o difícil ___(2) conseguir la materia prima que necesita?

La mayor parte de la materia prima que utiliza en su negocio ¿Es: Local, nacional ___(1); importada legalmente ___(2); de contrabando ___(3); N/A ____(0).

*Si tiene materia prima importada, pregúntele:* En cuanto a materia prima importada, ¿que porcentaje del costo de la materia prima corresponde a tarifas de importación?

(0) No sabe
(1) No es aplicable, no importa materias primas
(2) 0 a 20%
(3) 21 al 40%
(4) 41 al 60%
(5) 61 al 80%
(6) Mas de 80%

¿Se puede importar materias primas en caso de que no haya en el país?

(0) No Sabe
(1) Si, es posible
(2) No, es dificil
(3) No es aplicable

¿La materia prima que usted utiliza para elaborar su producto es suya ____(1) o comprada de otros ____(2)?

¿Cómo considera usted la calidad de la materia prima que utiliza? No aplica, la suministra el cliente ___(0); No sabe, no opina ___(1); Buena ___(2); Regular ___(3); Mala ___(4).

## G. PRODUCCION, VENTAS y MERCADEO

¿Cómo han sido las ventas durante este año (1990) comparado con las del año pasado (1989)?

(0) NA, recién creada
(1) No opina, no sabe
(2) Han aumentado mucho
(3) Han aumentado un poco
(4) No ha habido cambio
(5) Han disminuido un poco
(6) Han disminuido mucho

¿Cómo están sus ventas en relación con otras personas de esta localidad? *(Nota: quizás haya que modificar las palabras un poco para incluir también a servicios)*

(0) No sabe
(1) Soy el único productor (vendedor) de este tipo en esta localidad
(2) Vendo más que cualquier otro negocio del mismo tipo en esta localidad
(3) Vendo igual que lo demás negocios de este tipo en la localidad
(4) Vendo menos que lo demás negocios de este tipo en la localidad

Las ventas de su negocio, ¿son más o menos constantes durante todo el año, o varían bastante de mes a mes o según la temporada?

(1) Constantes
(2) Varían

*(Si dice que varían, hagale las siguientes tres preguntas; si no, pase a la pregunta No. 5)*

¿En que meses son más altas las ventas? _____

Y ¿en que meses son más bajas las ventas? _____

_____[4] ¿Y qué hace usted en las épocas de ventas bajas?
(0) No sabe
(1) Prepara productos para la venta
(2) Mercadea o hace promoción
(3) Produce otro artículo
(4) Trabaja para otra persona o compañia
(5) Tiene otro negocio
(6) No tiene trabajo
(7) Otro _____

_____[5] ¿Cuánto estima que es su promedio mensual de ventas?
_____ sucres

_____[6] ¿Cuál fue el monto total de sus ventas durante el año pasado (1989)?

_____[7] ¿Existe buen mercado aquí para sus productos o servicios?. Es decir, ¿podria vender más si tuviera más producción o producto? ¿Cuál de las siguientes frases describe mejor sus posibilidades?
(1) Podría vender mucho más si tuviera más producto
(2) Quizas podría vender un poco más, pero no mucho
(3) Creo que no podría vender más, el mercado es limitado

_____[8] ¿Quién es el principal comprador de sus productos?
(1) Público
(2) Minoristas
(3) Mayoristas
(4) Otra empresa o negocio, bajo contrato
(5) Gobierno
(6) Instituciones
(7) Exportadores
(8) Otro _____

_____[11] ¿Participa su empresa en una forma directa o indirecta en la exportación? ¿En qué forma?
(0) No Sabe
(1) No, ninguna relación con la exportación
(2) Exporta directamente, o por medio de su cooperativa o asociación
(3) Vende servicios a otras empresas que exportan
(4) Produce materia prima que se utilize en productos destinados a la exportación
(5) Otro: _____

_____[12] ¿Tiene usted alguna idea de como se podría hacer factible la exportación de sus productos?
(1) No, no es factible porque el producto suyo no es exportable
(2) No, no tiene ninguna idea de como se podría hacer factible aunque tiene productos que podrían venderse
(3) Si, vender a otros productores un producto terminado
(4) Si, sub-contratos con firmas más grandes para producir componentes de productos para ensamblar
(5) Otro: _____

_____[13] ¿Cuál es el factor que más le restringe en el campo de las exportaciones?
(0) No Aplicable
(1) Falta de información sobre posibilidades
(2) Falta de crédito para expandir
(3) Falta de administración gerencial
(4) Falta de operación o producción
(5) Burocracia u otro impedimiento similar
(6) Calidad del producto
(7) Otro: _____

____[14] ¿Hay compañías que compran productos como los suyos bajo contrato, o para reventa o para usar en su propia producción? si ___(1); no ___(2).

_____[15] ¿Tiene contractos para vender a estas empresas? si ___(1); no ___(2). *Si dice que no, pregúntele*

_____[16] ¿Por qué no?
(1) No Sabe
(2) No tiene contactos
(3) Calidad del producto
(4) No puede producir suficiente
(5) Hay mucha competencia
(6) Otro _____

____[17] ¿Tiene problemas en vender todo lo que produce? Sí ___(1); no ___(2).

_____[18] ¿Cuál es el factor principal que le impide vender más?
(0) No sabe
(1) Falta de demanda
(2) Mucha Competencia
(3) Costo del producto
(4) Problemas de Calidad
(5) No sabe como venderlo
(6) Otro _____

____[19] ¿Existe mucha ___(1), o poca ____(2) competencia en la venta de sus productos?

____[20] ¿Con quién(es) compite principalmente?
(1) Grandes empresas nacionales
(2) Pequeños productores y vendedores locales
(3) Importadores legitimos
(4) Contrabandistas
(5) Otro _____.

____[21] ¿Le afecta mucho el contrabando? Mucho ___(1), Regular ___(2), Poco ___(3), Nada ___(4), No Sabe ____(5).

____[22] Tiene Ud. un plan de mercadeo?
(1) No es aplicable
(2) No, no tiene plan de mercadeo
(3) Si, plan muy informal y no escrito
(4) Si, un plan de mercadeo elaborado

____[23] ¿Cómo determina el precio de sus productos o servicio?
(0) No sabe
(1) No es aplicable
(2) Precio fijado por el gobierno
(3) Todos venden al mismo precio
(4) Precios de acuerdo con el mercado y la competencia
(5) Por el costo del producto más ganancia deseada
(6) Otro_____

____[24] ¿Cómo promociona su producto?
(0) No sabe
(1) No hace promoción
(2) Vendo pero no hay promoción formal; no hay promoción
(3) Promoción informal en la comunidad; clientes "corren la voz"
(4) Promoción informal (rótulos, etc.)
(5) Promoción formal (periódicos, radio)
(6) Promoción mediante un contrato
(7) Otro_____

___[25] ¿Quién se encarga de la venta, mercadeo, transporte, y comercialización?
(0) No sabe
(1) El entrevistado hace todo
(2) El cónyuge hace estas tareas
(3) Un empleado específico se encarga
(4) Varias personas lo hacen, no hay tarea especifica

165

26 Primera
27 Segunda
28 Tercera

(1) Crédito para capital de trabajo
(2) Crédito para activos fijos
(3) Más equipo
(4) Más espacio
(5) Mejor acceso a materia prima
(6) Más mano de obra
(7) Ayuda para mejorar la técnica
(8) Capacitación
(9) Asesoría o asistencia técnica
(10) Otro: _____

## H. INGRESOS Y UTILIDADES

¿Cómo compara los ingresos que recibió de la empresa durante este año (1990) con los obtenidos en el año pasado (1989)? Diría usted que eran: Mucho mayores ____(1); mayores ___(2); más o menos igual ___(3); menores ___(4); mucho menores ___(5), NA, por ser nuevo ___(0).

_____[2] ¿En qué porcentaje?

¿Cómo considera lo que usted gana en su negocio en relación al trabajo o esfuerzo que hace? No sabe ___(0); Es poco ___(1); Es justo ___(2); Es mucho ___(3).

¿Cree usted que este negocio le da mejores ____(1) o peores ___(2) ingresos de lo que podría ganar en un puesto remunerado?

¿Esta operando actualmente con ganancia ___(1) o perdida ___(2)?

¿Más o menos cuáles son las ganancias o perdidas promedio de esta empresa? _____ sucres por mes.

¿Cómo compara las utilidades durante 1990 con las obtenidas en el 1989? Diría usted que eran: NA, nueva empresa ___(0); Mucho mayores ____(1); Mayores ___(2); más o menos igual ___(3); menores ___(4); mucho menores ___(5), No sabe/no responde ___(6).

_____[8] ¿En qué porcentaje?

## I. PERCEPCION DE PROBLEMAS

¿Cuál es el mayor problema que confronta su negocio -- el problema que más le impide realizar sus metas con la empresa? *(Nota: esta respuesta tiene que ser codificada después)* _____

¿Le afecta mucho a su negocio el tipo de cambio? ¿Diría usted que:
(0) No Sabe
(1) Perjudica mucho
(2) Perjudica un poco
(3) Realmente no afecta, o no sabe
(4) Ayuda un poco
(5) Ayuda mucho

¿Le afecta mucho a su negocio las tasas de interés? ¿Diría usted que:
(0) No Sabe
(1) Perjudican mucho
(2) Perjudican un poco
(3) Realmente no afecta, o no sabe
(4) Ayudan un poco
(5) Ayudan mucho

¿Tiene problemas en conseguir materia prima? ¿Diría usted que:
(0) No Sabe
(1) Es problema sumamente grave
(2) Es problema bastante serio
(3) Es problema poco serio
(4) Realmente no importa
(5) NA

¿Le afecta mucho a su negocio el código laboral? ¿Diría usted que:
(0) No Sabe
(1) Perjudica mucho
(2) Perjudica un poco
(3) Realmente no afecta
(4) Ayuda un poco
(5) Ayuda mucho
(6) No lo conoce

¿Tiene problemas con el transporte? ¿Diría usted que:
(0) No Sabe
(1) Es problema sumamente grave
(2) Es problema bastante serio
(3) Es problema poco serio
(4) Realmente no es problema

¿Le afectan mucho a su negocio las restricciones que pesan sobre las importaciones? ¿Diría usted que:
(1) Perjudica mucho
(2) Perjudica un poco
(3) Realmente no afecta
(4) Ayuda un poco
(5) Ayuda mucho
(6) No las conoce

¿Tiene usted dificultad para conseguir divisas para compra de materia prima o mercadería? ¿Diría usted que:
(0) No Sabe
(1) No se aplica, no necesita divisas
(2) Es problema sumamente grave
(3) Es problema bastante serio
(4) Es problema poco serio
(5) Realmente no es problema

¿Le afectan mucho a su negocio los trámites administrativos que usted tiene que hacer para cosas tales como pagar cuentas, conseguir licencias, pagar cargos, asentamientos u otros impuestos, etc.? ¿Diría que:
(0) No Sabe
(1) Es problema sumamente grave
(2) Es problema bastante serio
(3) Es problema poco serio
(4) Realmente no es problema
(5) No aplicable

¿Tiene algun problema en conseguir los permisos necesarios? ¿Diría usted que:
(0) No Sabe
(1) Es problema sumamente grave
(2) Es problema bastante serio
(3) Es problema poco serio
(4) Realmente no es problema
(5) No aplicable

¿Le afecta mucho a su negocio el sistema de impuestos? ¿Diría usted que:
(1) Es problema sumamente grave
(2) Es problema bastante serio
(3) Es problema poco serio
(4) Realmente no es problema
(5) No paga impuestos, no los conoce

Reconociendo que los impuestos son un mal necesario, ¿creé usted que el actua sistema tributaria es justo? Si ___(1); no ___(2); no opina ___(3).

¿Tiene usted dificultad para conseguir capital de trabajo? ¿Diría usted que:
(0) No Sabe
(1) Es problema sumamente grave
(2) Es problema bastante serio
(3) Es problema poco serio
(4) Realmente no es problema

¿Tiene usted dificultad para conseguir capital para activos fijos? ¿Diría usted que:
(0) No Sabe
(1) Es problema sumamente grave
(2) Es problema bastante serio
(3) Es problema poco serio
(4) Realmente no es problema

De los problemas que acabamos de mencionar, ¿cuál es el que le perjudica más a usted como empresario?

(1) Tipo de cambio
(2) Tasas de interés
(3) Falta de materia prima
(4) Controles sanitarios
(5) Código laboral
(6) Transporte
(7) Restricciones sobre importaciones
(8) Obtención de divisas
(9) Trámites administrativos
(10) Conseguir permisos
(11) Sistema de impuestos
(12) Capital de trabajo
(13) Capital para activos fijos
(14) Otro: _____

_____[16] ¿Cuál de estas es la segunda en importancia?
_____[17] ¿Y la tercera?

¿Está su negocio debidamente legalizado (registrado en la municipalidad, registrado en el impuesto a la renta, inscrito en seguro social y con número del RUC?)
Sí ___(1); no ___(2).

¿Cuál es el motivo principal por el cual ha decidido no registrar su negocio?
(1) No ve la necesidad, no ve ningún beneficio
(2) No se le ocurrió
(3) El trámite es demasiado dificil
(4) El trámite cuesta demasiado
(5) No conviene tener que someterse al código de trabajo
(6) Tendría que pagar impuestos más altos
(7) Otro_____

Segundo motivo _____[21] Tercer motivo

## J. OPTIMISMO/PESIMISMO

En general ¿cuán satisfecho está usted con este negocio? ¿Diría que está:
(1) Muy satisfecho, anda muy bien
(2) Satisfecho, anda bastante bien
(3) Anda regular, ni bueno ni malo
(4) Insatisfecho, anda un poco mal
(5) Muy insatisfecho, anda bastante mal

Si tuviera usted la posibilidad, ¿cuál de las siguientes cosas haría usted?
(1) Abandonar este negocio e ir a trabajar en una compañia
(2) Abandonar este negocio y formar uno nuevo
(3) Continuar con este negocio tal como está
(4) Ampliar este negocio

¿Cuál cree que va a ser el futuro de este negocio? Cree que va a ser muy bueno, que crecerá mucho ____(1); cree que va a ser regular, y quedar más o menos tal como está ahora ___(2); o cree que andará mal ___(3).

¿Que es lo que más necesita para ampliar su negocio?

_____4 Lo más necesario
_____5 Segunda en importancia
_____6 Tercera en importancia

(1) Acceso a materia prima
(2) Acceso a capital de trabajo
(3) Acceso a capital para activos fijos
(4) Acceso a nuevas técnicas
(5) Más conocimientos técnicos
(6) Capacitación en asuntos de negocios
(7) Apoyo técnico a través de un experto
(8) Asesoría
(9) Otro _____

En general, ¿piensa usted que tiene necesidad de entrenamiento para mejorar su empresa? No Sabe ___(0); sí ___(1); no ___(2)

¿Qué tipo de entrenamiento le ayudaría más en su empresa?
(0) No Sabe
(1) Contabilidad
(2) Administración General
(3) Producción
(4) Comercialización y Mercadeo
(5) Uso de Crédito; relaciones con financieras
(6) Manejo de la empresa
(7) Adquisición de suministros
(8) Leyes, regulaciones
(9) Otros: _____

¿Qué tipo de entrenamiento es más apropriado para Ud?
(0) No Sabe
(1) Curso formal, corta duración, la misma afinidad
(2) Curso formal, corta duración, grupos mixtos
(3) Curso formal. larga duración, más de 80 horas
(4) Curso informal, esporádico
(5) Otro: _____

¿Está usted dispuesto a pagar por este entrenamiento? No sabe ___(0); sí ___(1); no ___(2)

¿Conoce usted a otra persona que haya recibido entrenamiento ultimamente y que ha manifestado que el entrenamiento ha ayudado para el mejoramiento de su empresa? No Sabe ___(0); sí ___(1); no ___( )

En su opinión, ¿el entrenamiento debería estar relacionado con la asistencia técnica? O sea, debería tener uno u el otro, o los dos conjuntamente?
(0) No Sabe
(1) Solamente entrenamiento
(2) Los dos en relación y conjuntamente
(3) Solamente asistencia técnica

Lleva registros contables? Específicamente:

¿Mantiene libro mayor? Sí___(1); no ___(2).

¿Mantiene lista de ingresos y egresos (libro diario)? Sí___(1); no ___(2).

¿Mantiene estados financieros (balances y resultados)? Sí___(1); no ___(2).

¿Elabora planilla o recibo de pago de empleados? Sí ___(1); no ___(2).

## K. PARTICIPACION EN MERCADOS FINANCIEROS

¿Cómo acostumbra pagar por las materias primas que utiliza en fabricar su producto (o, en caso de un vendedor) que vende?

(0) NA
(1) Paga por adelantado
(2) Paga al contado
(3) Paga después, en fecha determinada
(4) Paga después de vender el producto
(5) Paga cuando tiene suficentes rentas
(6) Otro: _____

Los vendedores que le abastecen de insumos o materiales ¿acostumbran darle un plazo para pagarlos?

(0) No applicable
(1) Sí, frequentemente
(2) Raras veces
(3) Casi nunca

Durante el último año, ¿solicitó un préstamo por cualquier motivo, como para gastos familiares, uno de los siguientes motivos?

_____3 Cosas personales (bienes, ropa, etc.)
_____4 Gastos familiares (médicos, ropa, educación, etc.)
_____5 Negocio

¿Durante el último año (digamos, 1989 y 1990), ¿ha solicitado usted un credito (prestamo) para su negocio ante alguna de las siguientes instituciones o programas?

CUADRO A

| ¿Solicitó? sí=1,no=2 | Institución o Programa | (Si solicitó) ¿Le fue concedido? (sí=1, no=2) |
|---|---|---|
| 7 | 1. Un banco comercial | 8 |
| 9 | 2. Un banco del estado (como el Banco de Fomento, Corporación Financiera Nacional) | 10 |
| 11 | 3. Una cooperativa de ahorro y crédito | 12 |
| 13 | 4. Otro tipo de cooperativa | 14 |
| 15 | 5. Un programa o proyecto especial para microempresas | 16 |
| 17 | 6. Otro programa o proyecto del gobierno | 18 |
| 19 | 7. Otro | 20 |

¿Qué opina usted del monto del crédito que recibió? Ha sido:
(1) Adecuado a sus necesidades
(2) Inadecuado a sus necesidades

¿Cuál fue el motivo principal para este préstamo?
(1) Comprar materia prima (o productos a vender)
(2) Comprar servicios
(3) Pagar otras deudas
(4) Pagar empleados
(5) Comprar equipos o herramientos
(6) Aumentar inventario
(7) Comprar o alquilar local
(8) Otro _____

¿Cuántas visitas tuvo que hacer a la oficina de esta institución para conseguir el crédito? _____número

¿Tuvo que asistir a un curso de orientación o capacitación para poder conseguir el crédito? Sí ___(1), no ___(2).

¿Tuvo que pagar algo para conseguir el crédito? ¿Cuánto tuvo que pagar? _____ (monto)

¿Tuvo que abrir una cuenta de ahorros para conseguir el crédito? Sí ___(1), no ___(2)

¿A que plazo se concedió el préstamo? _____ (dias, semanas, meses)

¿Qué opina usted del plazo de los créditos que ha recibido? Han sido:
(1) Adecuados a sus necesidadas
(2) Demasiado corto para sus necesidades

_____ (monto) que pagó por intereses
o
_____ (porcentaje -- indicar si fue por el plazo del préstamo __; o por día ___; o por semana ___; o por mes ___; o por año ___)

¿Qué opina usted de las tasas de interés que le están cobrando? Cree que son: más altas que las que están cobrando otros ___(1); Justas ___(2); más bajas que las que están cobrando otros ___(3).

rante el último año (digamos 1989 y 1990) ha recibido usted créditos, adelantos u otra ilidad para postergar pagos por parte de una de los siguientes fuentes, para uso en su ocio?

CUADRO B

| | Indicar la Frecuencia | | |
|---|---|---|---|
| | Frecuentemente (1) | Raras Veces (2) | Nunca (3) |
| [33] 1. Prestamista | | | |
| [34] 2. Parientes/Familia | | | |
| [35] 3. Amigos/Vecinos | | | |
| _____ [36] 4. Los vendedores que le venden insumos o materia prima, y que cobran después | | | |
| _____ [37] 5. Sus clientes, que le pagan por adelantado | | | |
| [38] 6. Otro: | | | |

39 En caso de haber más de un crédito (no incluye adelantos) ¿Cuál [illegible] el crédito más importante?

40 ¿Cuál fue el monto de este préstamo, en sucres?

41 ¿Cuál fue el motivo principal para este préstamo?
(1) Comprar materia prima (o productos para la venta)
(2) Comprar servicios
(3) Pagar otras deudas
(4) Pagar empleados
(5) Comprar equipos o herramientos
(6) Incrementar inventario
(7) Comprar o alquilar local
(8) Otro _____

¿Tuvo que pagar algo para conseguir el crédito? ¿Cuánto tuvo que pagar?
_____ (monto)

¿A que plazo se concedió el préstamo? _____(número)

_____ 44 ¿Esto fué en dias ___(1), semanas ___(2), meses ___(3), años ___(4)?

¿Cuánto cree usted que necesita en crédito para hacer funcionar bién su negocio? _____ sucres

Si se ofreciera un programa que tuviera un límite en los prestamos que podría otorgar, de digamos, S/.300 mil, ¿qué opina usted de tal limite?
(1) Sería suficiente para cubrir mis necesidades de crédito
(2) Sería poco, tendría que sufrir bastante
(3) Sería muy poco, tendría que buscar recursos de otra fuente
(4) No valdría la pena buscar fondos del proyecto

Durante este año, ¿ha prestado dinero a cualquier otra persona, como un pariente, un vecino, o un cliente, permitiendo que le devuelve la plata después? si ___(1); no___(2)

ene depositos o ahorros en alguna institución financiera? Por ejemplo, ¿tiene ahorros

_____ 49 un banco? si___(1); no ___(2)
_____ 50 una mutualista? si___(1); no ___(2)
_____ 51 una financiera? si___(1); no ___(2)
_____ 52 una cooperativa de ahorro y crédito? si___(1); no ___(2)
_____ 53 otra institución? si___(1); no ___(2)

ene ahorros depositado con un pariente, un conocido, un prestamista, o alguién másu ı? Por ejemplo, ¿tiene ahorros con:

_____ 54 un pariente? si___(1); no ___(2)
_____ 55 un conocido? si___(1); no ___(2)
_____ 56 un grupo de ahorros? si___(1); no ___(2)
_____ 57 otra? si___(1); no ___(2)

¿Tiene cuenta corriente (con cheques) en alguna institución financiera?
si___(1); no___(2).

## L. APOYO INSTITUCIONAL

¿Há recibido usted ayuda a manera de de asistencia técnica, asesoria, capacitación o crédito de cualquier organizacion Sí.___(1); no ___(2).

(0) No sabe, no opina
(1) Ha tratado de conseguir ayuda pero no le han aceptado
(2) No conoce los programas
(3) No ve la necesidad de buscar ayuda
(4) No confía en estas instituciones
(5) No se siente calificado
(6) No vale la pena, no percibe ningún beneficio
(7) No tiene tiempo
(8) Otro, _____

¿Há recibido asistencia de alguna de las siguientes instituciones?

| | | |
|---|---|---|
| (1) INSOTEC-AID | (12) BCO. PACIFICO | (23) HUANCAVALICA |
| (2) INSOTEC-OTRO | (13) FUND. GUAYAQUIL | (24) ROCAFUERTE |
| (3) CIPEP | (14) IGLESIA CATOLICA | (25) FUMICRO |
| (4) FUNQUEVEDO | (15) CFN | (26) UNIV. CATOLICA |
| (5) FUNDESCOL | (16) CEPESIU-CTE | (27) FUNDAUSTRO |
| (6) FED | (17) BNF | (28) CENAPIA |
| (7) CONAUPE-ONGs | (18) FUNEC/CREA/SECAP | (29) FADEMI |
| (8) FEE | (19) BCO. POPULAR | (30) FUNDESA |
| (9) UNEPROM | (20) CORFE | (31) FUNDIEMPRESA |
| (10) FUNHABIT | (21) SIMON BOLIVAR | (99) NO DATA |
| (11) FUND. AUSTRAL | (22) QUITUS | |

Capacitación o Entrenamiento

¿Há recibido usted entrenamiento ultimamente en relación con la empresa? No Sabe ___(0); sí ___(1); no ___(2)

¿Que clase de entrenamiento ha recibido?
(1) Producción
(2) Mercadeo
(3) Ventas
(4) Contabilidad
(5) Administración Gerencial
(6) Técnica en la empresa (metalmecanica, procesamineto del producto, etc.)
(7) Uso de crédito
(8) Otros
(9) No sabe, pero sí recibio

¿Cuánto tiempo duró el entrenamiento?
(0) No sabe
(1) 10 horas o menos
(2) 11 a 20 horas
(3) 21 a 3o horas
(4) 31 a 50 horas
(5) 51 a 80 horas
(6) Más de 80 horas

¿Qué opina usted de los cursos de capacitación que ha recibido? Que han sido:
(0) No Sabe
(1) Muy buenos
(2) Buenos
(3) Regulares
(4) Deficientes
(5) Muy deficientes

173

¿Cuál materia le gustó más?
(0) No sabe
(1) Contabilidad
(2) Mercadeo y Ventas
(3) Manejo de Crédito
(4) Relaciones humanas
(5) Aspectos Legales
(6) Otro: _____

En general, con relación a nueva <u>información</u>, ¿considera que recibió nueva información en el entrenamiento? ¿Diría que recibió:
(0) Nada nuevo
(1) Poco novedoso
(2) Algo nuevo
(3) Bastante nuev
(4) Muchisimo nuevo
(5) Totalmente nuevo

¿Há podido poner en práctica lo que aprendió en los cursos? ¿Diría que ha puesto en práctica:
(1) Todos los conceptos que aprendió
(2) La mayor parte de los conceptos que aprendió
(3) Algunos de los conceptos
(4) Ninguno de los conceptos que aprendió

¿Podría darnos algunos ejemplos de como está poniendo en práctica lo que aprendió en el entrenamiento?

En su opinión, ¿vale la pena recibir el entrenamiento tomando en cuenta el costo del entrenamiento y su tiempo? Repetiría otra vez?
(0) No sabe. No Responde
(1) No, no vale la pena; no repetiría
(2) Sí, vale la pena un poco
(3) Sí, vale la pena algo
(4) Sí, vale la pena bastante
(5) Sí, vale la pena muchisimo
(6) Sí, vale la pena todo

En su opinión, ¿debe ser el entrenamiento un <u>requisito</u> para recibir el crédito? No sabe ___(0); sí ___(1); no ___(2)

¿Hay alguna barrera que le impida recibir el entrenamiento que usted necesita?
(0) No Sabe
(1) Disponibilidad de tiempo
(2) Costo de entrenamiento
(3) No hay entrenamiento disponible
(4) Entrenamiento disponible no es aplicable
(5) Otro: _____

Asistencia Técnica o Asesoría

¿Há recibido usted asistencia técnica de alguna forma en su empresa ultimamente? No Sabe ___(0); sí ___(1); no ___(2)

¿Que tipo de asistencia técnica o consultoría ha recibido ultimamente?
(0) No Sabe; pero sí recibió
(1) Producción
(2) Mercadeo
(3) Ventas
(4) Contabilidad
(5) Administración Geroncial
(6) Técnica en la materia
(7) Entrenamiento práctico en la materia
(8) Otros

En su opinión, ¿cuál fue el resultado de la asistencia técnica o consultoría?
(0) No Sabe
(1) Malo
(2) No muy bueno
(3) Algo bueno
(4) Bastante bueno
(5) Excelente

¿Cómo se siente usted con la assistencia técnica que ha recibido? ¿Diría que ha sido:
(1) Muy satisfecho
(2) Satisfecho
(3) Ni satisfecho ni insatisfecho
(4) Insatisfecho
(5) Muy insatisfecho
(0) No sabe contestar

En general, en relación con nueva <u>información</u>, ¿considera usted que recibio nueva información en la asistencia técnica?
(0) Nada nuevo
(1) Un poco nuevo
(2) Algo nuevo
(3) Bastante nuevo
(4) Muchisimo nuevo
(5) Totalmente nuevo

En su opinión, ¿vale la pena recibir la asistencia técnica tomando en cuenta el costo de la misma y su duración? Repetiría otra vez?
(0) No sabe
(1) No, no vale la pena; no repetiría
(2) Sí, vale la pena un poco
(3) Sí, vale la pena algo
(4) Sí, vale la pena bastante
(5) Sí, vale la pena muchisimo
(6) Sí, vale la pena todo

En su opinión, ¿debe ser la asistencia técnica un <u>requisito</u> para recibir el crédito? No sabe ___(0); sí ___(1); no ___(2)

¿Hay alguna barrera que le impida recibir la asistencia técnica que necesita?
(0) No Sabe
(1) Disponibilidad de tiempo
(2) Costo de la asistencia técnica
(3) No hay la asistencia técnica disponible
(4) Asistencia técnica disponible no es aplicable
(5) Otro: _____

## M. OPINIONES

ıtinuación, Ud. encontrará una serie de observaciones, indique para cada una de ellas :ado de acuerdo o desacuerdo, así:

1 Totalmente en desacuerdo
2 En desacuerdo
3 No esta seguro o no sabe
4 De acuerdo
5 Totalmente de acuerdo

Yo puedo cambiar mi empresa únicamente con más entrenamiento y/o asistencia técnica.

Normalmente una persona debería pagar para recibir entrenamiento o asistencia técnica porque los beneficios son para la persona o su empresa.

El gobierno tiene la obligación de ayudar a los micros y pequenas empresas con el entrenamiento y asistencia técnica porque tienen que competir con las empresas grandes.

Yo puedo competir favorablemente con empresas medianas y grandes si es que estoy preparado y tengo mis propios planes.

175

Yo tomo las decisiones en mi empresa con la información adecuado.

Yo asumo riesgos en mi empresa cuando pienso que puede haber posibilidades de beneficio.

Me gusta la gente que sigue la regla "Primero el trabajo, despues el placer".

Mis problemas más grandes en la empresa se deben a mis propias decisiones.

Me gusta competir y estoy dispuesto de hacerlo.

Ultimamente he puesto en práctica un nuevo cambio en mi empresa que ha tenido resultados favorables.

Muchas gracias, queremos agradecerle por su gentil colaboración. Sabemos que ha sido una molestia de nuestra parte y estamos muy agradecidos. Ahora bien, tenemos interes en entrevistar a una o dos personas mas que son similares a usted -- el mismo negocio y tamaño de empresa -- pero que no hayan recibido ningun tipo de asistencia del programa. ¿Conoce usted a una o dos personas que trabajan por aquí cerca que podría recomendar? ¿Quiénes?

En caso de que tengamos que aclarar una cosa, ¿como podemos comunicarnos con usted?

_____ [11] Nombre del Entrevistado

_____ [12] Nómbre del negocio o de la empresa
*(NA si no tiene nombre especial)*

_____ [13] Dirección Exacta de la Empresa
_____ [14]

[15] Teléfono

176

# APENDICE D

# BIBLIOGRAFIA

# APENDICE D

## BIBLIOGRAFIA


Alarcón Costta, César. *Los Informales.* Quito: Fundación Ecuatoriana de Desarrollo, 1990.

Alarcón Costta, César. *Sector Informal: Problema o Solución?* Quito: Fundación Ecuatoriana de Desarrollo, 1989.

Anderson, Tommy D. *Profit in Small Firms. A Model Based on Case-Studies from the Informal Sector in a Developing Country.* London, 1987.

Baca Carbo, Raúl. "Plan Nacional y Masivo de Apoyo a las Unidades Populares Económicas." *Programas de Micro y Pequeña Empresa en el Ecuador* Quito: Instituto de Investigaciones Socio-Económicas y Tecnológicas (INSOTEC), 1989.

Balarezo, Humberto. "Actividades Microempresariales: Guayaquil, Mapacingue." *Estudios de Casos Sobre la Realidad de la Mujer Ecuatoriana en Sectores Críticos del Desarrollo.* Quito/Cuenca: USAID/PUCE, 1990.

Banco Central del Ecuador. *Boletín Anuario, various issues.* Quito: Banco Central del Ecuador.

Banco Central del Ecuador. *Información Estadística Mensual, various issues.* Quito: Banco Central del Ecuador.

Banco del Pacífico. *Jornada de Capacitación para Clientes del Programa de Desarrollo.* Quito: Banco del Pacífico, 1989.

Banco Central del Ecuador. *Boletín de Información Financiera, quarterly, various issues.* Quito: Banco Central del Ecuador.

Banco Central del Ecuador. *Información Estadística Mensual*, No. 1,636. Quito: Banco Central del Ecuador, 1990.

Banco Central del Ecuador. *Memorias 1985, 1986, 1987, 1988, 1989.* Quito: Banco Central del Ecuador.

Becker, Alfredo; Velasco, Paul; and Villavicencio, Gaitán. *"Los Desafíos de la Economía Popular en una Etapa de Crisis."* *Pobreza Urbana.* Guayaquil: Corporación de Estudios Regionales Guayaquil (CER-G/FIA), 1988.

Berger, Marguerite and Buvinic, Mayra. *La Mujer en el Sector Informal: Trabajo Femenino y Microempresarial en América Latina.* Quito: Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales (ILDIS)-Editorial Nueva Sociedad, 1988.

Berry, Albert; Lofredo, Gino; Hochschwender, James; and Valenzuela, Liza. *A Small Enterprise Development Program for Ecuador: Strategy Paper.* Washington D.C.: Partnership for Productivity International, 1985.

Blacio, Marcela. "Actividades Informales en Comercio y Servicio: Guayaquil, Parroquia Febres-Cordero/El Cisne I." in *Estudios de Casos Sobre la Realidad de la Mujer Ecuatoriana en Sectores Críticos del Desarrollo.* Quito/Cuenca: USAID/PUCE, 1990.

Blumberg, Rae Lesser; and Revere, Elspeth. *Evaluation of Guatemala's Urban Microenterprise Multiplier System (SIMME).* Guatemala: USAID/Guatemala, 1989.

Blumberg, Rae Lesser. "Income Under Female vs. Male Control: Hypotheses from a Theory of Gender Stratification and Data from the Third World." *Journal of Family Issues*, Vol. 9, No. 1., 1988.

Blumberg, Rae Lesser. *Making the Case for the Gender Variable: Women and the Wealth and Well-being of Nations.* Washington, D.C.: USAID/Office of Women in Development, 1989.

Blumberg, Rae Lesser. "Entrepreneurship, Credit and Gender in the Informal Sector of the Dominican Republic: the ADEMI Story." *Women in Development: A.I.D.'s Experience 1973-1985*, Vol. II. Washington, D.C.: USAID/Center for Development Information and Evaluation, 1989.

Blumberg, Rae Lesser. *Gender and Development in Ecuador.* Quito: USAID/Ecuador, 1990.

Blumberg, Rae Lesser; and Reibel, Jaime. *Guatemala's Urban Microenterprise Multiplier System (SIMME): Program Appraisal.* Presented to USAID/Guatemala: Arthur Young/Management Systems International, 1988.

Blumberg, Rae Lesser; and Colyer, Dale. *Social Institutions, Gender and Rural Living Conditions.* Working paper No. 12, USAID/Ecuador Agricultural Sector Assessment. Quito: USAID/Ecuador, 1989.

Blumberg, Rae Lesser. "Work, Wealth and a Women in Development "Natural Experiment" in Guatemala: The ALCOSA Agribusiness Project in 1980 and 1985." *Women in Development: A.I.D.'s Experience, 1973-1985*, Vol. II. Washington, D.C.: USAID/Center for Development Information and Evaluation, 1989.

Bolten, Steven E. *Essentials of Managerial Finance: Principles and Practice.* Illinois: Houghton Mifflin Company.

Boomgard, James J. *A.I.D. Microenterprise Stock-Taking: Synthesis Report. A.I.D. Evaluation Occasional Paper.* Washington, D.C.: USAID, 1989.

Bruch, Mathias. *Financial Sources of Small-Scale Manufacturers: A Micro-Analysis for Malaysia.* Unpublished paper. Kiel, Germany: Kiel Institute of World Economics, 1982.

Buvinic, Mayra; Berger, Marguerite; and Jaramillo, Cecilia. "Impacto de un Proyecto de Crédito Dirigido a Microempresarios en Quito, Ecuador." in *La Mujer en el Sector Informal*. Quito: Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales (ILDIS)-Editorial Nueva Sociedad, 1988.

Calderón, René. "Rol de la Micro y Pequeña Empresa en la Generación de Empleo." *Programas de Micro y Pequeña Empresa en el Ecuador*. Quito: INSOTEC, 1989.

Cámara de Pequeñas Industrias de Azuay. *Diagnóstico de Pequeñas Industrias de Azuay*. Quito: CAPEIPA, 1989.

Carbonetto, Daniel. *El Sector Informal Urbano en los Países Andinos*. Guayaquil: Centro de Promoción y Empleo para el Sector Informal Urbano (CEPESIU), 1985.

Carrasco, Santiago. *El Gobierno, Las Entidades Privadas y la Microempresa: Análisis, Comentarios, Sugerencias*. Quito: INSOTEC, 1989.

Catholic Relief Service. *Programa de Asistencia Técnica en Ecuador*. Quito: Catholic Relief Service, 1989.

Cazar C., Salvador. "Políticas para el Desarrollo de la Microempresa en el Sector Artesanal y Microempresarial." *Programas de Micro y Pequeña Empresa en el Ecuador*. Quito: INSOTEC, 1989.

Centro de Estudios Regionales-Guayaquil. *Cartilla de Cursos para Capacitación de Microempresarios*. Guayaquil: CER-G, 1990.

Chang, John; Cannellas Andrew A.; and Poyo, Jeffrey. *A.I.D. Microenterprise Stocktaking: Ecuador*. Evaluation Ocassional Paper No. 26. Washington, D.C.: A.I.D., 1989.

Christen, Robert Peck. *Manual del Director Financiero para Operadores de Programas de Crédito a la Micro Empresa*. Cambridge: Acción International, Fundación Calmeadow, 1989.

Comisión Nacional del Desarrollo. *Población y Cambios Sociales*. United Nations Family Planning Agency, 1987.

CONAUPE. *Programa de Apoyo a las Unidades Populares Económicas*. Quito: CONAUPE, 1989.

Confederación Latinoamericana de Cooperativas de Ahorro y Crédito (COLAC). *La Intermediación Financiera Cooperativa*. Quito: COLAC, World Council of Credit Union, 1990.

Conway, Francis; and Fuentes, Eduardo. *Creating a Viable, Market-Based Housing Finance System in an Inflatory Economy: How to Manage Long Term Lending Risks in Conditions of Wage and Price Instability*. 1990.

Corporación Financiera Nacional. *Normas Operativas*. Quito: Corporación Financiera Nacional, 1990.

Corporación Financiera Nacional. *Elaboración y Presentación de Solicitudes de Crédito FOPINAR.* Quito: Corporación Financiera Nacional, 1989.

Cortez, Mariluz; Berry, Albert; and Ishaq, Ashfaq. *Success in Small and Medium-Scale Enterprises - - The Evidence from Colombia.* New York: Oxford University Press, 1987.

Cueva, Juan M.; Pozo, Eliana; and Samaniego, Pablo. *Análisis de la Situación de la Pequeña Industria a 1987.* Quito: Instituto de Investigaciones Socio-Económicas y Tecnológicas (INSOTEC), 1987.

Cuevas, Carlos E. *Baseline Study of the Togo Credit Union Movement.* Columbus: The Ohio State University, 1987.

Da Ros, Giuseppina. *El Cooperativismo de Ahorro y Credito en El Ecuador.* Quito, Ecuador: Ediciones de la Pontificion Universidad Catolica del Ecuador, 1985.

De Soto, Hernando. *The Other Path.* New York: Harper & Row, Publishers, 1987.

Departamento de Investigaciones Industriales, INSOTEC. *Diagnóstico Socio-Económico y Financiero de la Micro y Pequeña Industria de la Provincia del Chimborazo.* Quito: INSOTEC, 1989.

Development Alternatives. *A Manual to Evaluate Small-Scale Enterprise Development Projects.* Washington D.C.: USAID, 1985.

*Ecuador Country Economic Memorandum, Report No. 7321.* Washington D.C.: World Bank, 1988.

Escobar, Weimar. *Crédito y Costo del Dinero.* Quito, 1989.

Escobar, Weimar. *La Gerencia de Empleo, Razón de Ser de los Programas MICROS.* Quito, 1990.

Farbman, Michael. *The Pisces Studies: Assisting the Smallest Economic Activities of the Urban Poor.* Washington D.C.: USAID, 1981.

Farrell, Gilda. "Los Microcomerciantes del Sector Informal Urbano: Los Casos de Quito y Guayaquil." in *El Sector Informal en los Países Andinos.* Quito and Guayaquil: ILDIS/CEPECIU, 1985.

Federación Nacional de Cooperativas de Ahorro y Crédito del Ecuador (FECOAC). *Plan Trienal de Desarrollo 1990, 1991, 1992.* Quito: FECOAC, 1990.

Federación Nacional de Cooperativas de Ahorro y Crédito del Ecuador (FECOAC). *Memoria 1989, XXIV Asamblea General Ordinaria.* Quito: FECOAC, 1989.

Federación Nacional de Cámaras de Pequeños Industriales. *La Pequeña Industria y la Capacitación Empresarial y Profesional.* Quito: FENAPI, 1987.

Federación Nacional de Cooperativas de Ahorro y Crédito del Ecuador (FECOAC). *El Cooperativismo en el Ecuador, la Experiencia de las Cooperativas de Ahorro y Crédito.* Quito: FECOAC, 1988.

Fernández, Fernando. *Condiciones de Entorno de las Pequeñas Empresas en el Ecuador.* Quito: Instituto de Investigaciones Socio-Económicas y Tecnológicas (INSOTEC), 1990.

Fundación Ecuatoriana de Desarrollo (FED). *Programa de Desarrollo de la Microempresa informal: 25 Meses de Trabajo, Junio 1988-Junio 1990.* Quito: FED, 1990.

Fundación Carvajal. *Propuesta de Extensión sin Costo para las Entidades Ejecutoras del Programa MICROS en Ciudades Secundarias del Ecuador.* Quito: Fundación Carvajal, 1990.

Fundación Carvajal. *Perspectivas Sobre los Programas de Asistencia a los Microempresarios en Ecuador.* Quito: Fundación Carvajal, 1989.

Fundación Eugenio Espejo. *Un Diagnóstico, Una Institución, Un Programa, Una Metodología.* Guayaquil: Fundación Eugenio Espejo, 1990.

Fundación Vicente Rocafuerte. *Curso de Contabilidad y Administración Microempresarial.* Guayaquil: Fundación Vicente Rocafuerte, 1990.

Gómez Alfonso, Arelis. *Informe de Evaluación de Impacto Programa USAID/MTRH.* Washington: Nathan Associates, 1989.

Granham, Douglas; Mansinho, María Inés; and Pinho, Ezequiel. *As Caixas de Crédito Agricola Mútuo em Portugal.* Portugal, 1989.

Guenette, Paul, et al. Jamaica Microenterprise Development Project: Technical, Administrative, Economic and Financial Analysis, GEMINI Technical Report No. 2. Washington: GEMINI, 1990.

Hagen, Margaret; and Tiffany, Tamara. *Small Enterprise Development Project, Credit Strategy Study.* Quito: Care, 1990.

Harper, Malcolm. *Consultancy for Small Businesses.* London: Intermediate Technology Publications, 1976.

Heilman, Lawrence C.; Barash, Marlon A.; Berezin, James A.; and Berliner, Leni S. *The Guatemala Microenterprise Sector Assessment.* Washington, D.C.: Management Systems International, 1988.

Hess, Barbara. *Estudio de Casos Sobre la Realidad de la Mujer Ecuatoriana en Sectores Críticos del Desarrollo.* Quito/Cuenca: USAID/PUCE, 1990.

Instituto de Investigaciones Socio-Económicas y Tecnológicas (INSOTEC). *Programas de Micro y Pequeña Empresa en el Ecuador.* Quito: INSOTEC, 1989.

Instituto de Investigaciones Socio-Económicas y Tecnológicas (INSOTEC). *Encuentro de Entidades Públicas y Privadas que Trabajan con Micro Empresas.* Quito: INSOTEC, 1989.

Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales (ILDIS). *Estadísticas del Ecuador, Cuadros VII-7 and VII-8.*

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). *Encuesta Anual de Manufactura y Minería. Annual, various issues.* Quito: INEC.

Jackelin, Henry; Blayney, Robert; and Magill, John H. *Evaluation and Preliminary Project Design for the USAID/Bolivia Micro and Small Enterprise Development Program.* Washington, D.C.: Development Alternatives, Inc., 1987.

Jerving, Jim. *The Central Finance Facility.* Dubuque, IA: Kendall/Hunt Publishing Company, 1987.

Leguizamon, Francisco A. *El Extensionista Empresarial: Un Vínculo para el Desarrollo.* Costa Rica: Educa, Centroamérica, 1987.

Lehman B., Fletcher; Marquez, Gustavo A.; and Sarfaty, David E. *Formulating a Strategy for Employment Generation in Ecuador: Issues and Priorities.* Washington, D.C.: Development Alternatives, Inc., 1988.

Levitsky, Jacob. *Microenterprises in Developing Countries.* London: Intermediate Technology Publications, 1989.

Levitsky, Jacob. *World Bank Lending to Small Enterprise: A Review, Industry and Finance Series, Volume 16.* Washington D.C.: World Bank, 1986.

Liedholm, Carl; and Mead, Donald. *Small Scale Industries in Developing Countries: Empirical Evidence and Policy Implications, Michigan State University International Development Paper No. 9.* East Lansing: Michigan State University, 1987.

Little, Ian M.D.; Mazumbar, Dipak; and Page, John M., Jr. *Small Manufacturing Enterprises: A Comparative Analysis of India and Other Economies..* New York: Oxford University Press, 1987.

Luna, Luis. *La Situación de la Pequeña Industria en 1985. Características Principales y Perspectivas.* Quito, 1987.

Magill, John H. "Individual Case Study on Credit Unions." *Cooperatives in Development: A Review Based on the Experiences of U.S. Cooperative Development Organizations.* Washington, D.C.: DAI, 1985.

Mann, Charles K.; Merilee S., Grindle; and Parker, Shipton. *Seeking Solutions.* Kumarian Press, 1989.

Marion, Peter. *A Private Sector Aproach to Low Cost Housing Finance Through the Ecuadorean National Credit Union System.* Madison: World Council of Credit Unions, 1986.

Marion, Peter. *Building Successful Financial Systems: The Role of Credit Unions in Financial Sector Development.* Madison: World Council of Credit Unions, 1987.

Mazumdar, Dipak. "Segmented Labor Markets in LDCs." *American Economic Association Papers and Proceedings, American Economic Review. 73, No. 2.* May, 1973.

Mazzara, Jaime. "Excedente de Oferta de Trabajo y Sector Informal Urbano." *La Mujer en el Sector Informal.* Quito: ILDIS - Editorial Nueva Sociedad, 1988.

Ministerio de Finanzas. *Reforma Estructural al Sistema Arancelario.* Quito: Ministerio de Finanzas, 1990.

Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos. *Capacitación Popular: Plan Nacional.* Quito: Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos, 1989.

Ministerio de Trabajoy Recursos Humanos. *Instituto Nacional del Empleo, Encuestas de Hogares.* Quito: Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos, 1987.

Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos. *El Plan Nacional de Capacitación Popular.* Quito: Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos, 1989.

Ministero de Trabajo y Recursos Humanos. *Código del Trabajo.* Enacted 1938; amended 1961, 1971, 1978.

Morales, Juan; Estrada, Rocío; Moya, Fernando; and Samaniego, Pablo. *"Situación y Políticas de Fomento" Pequeña y Mediana Industria en el Ecuador.* Quito: INSOTEC, 1986.

O'Regan, Fred; Wescott, Clay G.; and Butler, George. *Malawi: Informal Sector Assessment.* Arlington, VA: Labat-Anderson Inc., 1989.

Olivares, Mirtha. *Una Metodología de Trabajo con el Sector Informal.* Quito: Acción Internacional-AITEC, 1989.

Orellana, Luis E. *La Empresa Popular Ecuatoriana.* Guayaquil: Fundación Guayaquil, 1988.

Orellana, Luis E. *La Empresa Popular Ecuatoriana: Realidades, Avances y Perspectivas.* Guayaquil: Fundación Guayaquil, 1989.

Orellana, Luis. *Aportes para la Expedición de la Ley de Solaridad Nacional para el Empleo.* Guayaquil, 1988.

Otero, María. *Los Programas de Asistencia a las Microempresas: Beneficios, Costos y Posibilidad de Mantenerlos.* Cambridge: Acción Internacional AITEC, 1989.

Papke, Tonia. *Technical Assistance to the Small Enterprise Development Project.* Washington D.C.: Robert Nathan Associates, 1989.

Paredes, Pablo L. *Perspectiva Económica, No. 44.* Quito: CETERIS, 1989.

Pita S.xxx; and xxx Meier. *Artesanía y Modernización en el Ecuador.* Quito: Unidad de Artesanía, CONCADE. Banco Central del Ecuador, 1985.

Portes, Alejandro. *When More Can Be Less: Labor Standards, Development, and the Informal Economy.* Washington, D.C.: U.S. Department of Labor, 1988.

Poyo, Jeffrey. *El Azar Moral y la Movilización de Ahorros por las Cooperativas de Ahorro y Crédito en Honduras.* Tegucigalpa: Ohio State University, 1985.

Pozo, Eliana; and Espinoza, Augusto. *Diagnóstico Socio-Económico y Financiero de la Pequeña Industria en la Provincia de Tungurahua.* Quito: Instituto de Investigaciones Socio-Económicas y Tecnológicas (INSOTEC), 1989.

Pozo, Eliana. *Líneas de Financiamiento para la Micro y Pequeña Industria.* Quito: Instituto de Investigaciones Socio-Económicas y Tecnológicas (INSOTEC), 1990.

PREALC. *"Funcionamiento y Politicas" Sector Informal.* Santiago de Chile. International Labour Organization, 1981.

Prebisch, Raúl. *The Economic Development of Latin America and Its Principal Problems.* New York: United Nations, 1949. Reprinted in Economic Commission for Latin America. *Economic Bulletin for Latin America. 7, No. 1,* 1962.

Programa Nacional de Microempresas (UNEPROM). *El Sector Informal Urbano de Machala.* Quito: UNEPROM, 1989.

Programa Nacional de Microempresas (UNEPROM). *El Sector Microproductor e Informal Urbano en Guayaquil.* Quito: UNEPROM, 1989.

Programa Nacional de Microempresas (UNEPROM). *Informe de Labores 1989.* Quito: UNEPROM, 1989.

Programa Nacional de Microempresas (UNEPROM). *Cartilla Microempresarial: Administración.* Quito: UNEPROM, 1989.

Programa Nacional de Microempresas (UNEPROM). *Situación de los Pobladores del barrio Comité del Pueblo No.2 de Quito.* Quito: UNEPROM, 1990.

Programa Nacional de Microempresas (UNEPROM). *Cartilla Microempresariales: Crédito 1; Mercadeo 1 al 11; Contabilidad 1 al 12; Administración 1 al 4.* Quito: UNEPROM, 1989.

Programa Nacional de Microempresas (UNEPROM). *Creación del Fondo de Desarrollo Microempresarial y sus Reglamentos.* Quito: UNEPROM, 1986.

Programa Nacional de Microempresas (UNEPROM). *Creación de la Unidad Ejecutora del Programa de Microempresas.* Quito: UNEPROM, 1986.

Rojas, Milton. *El Mercado de Suelo Urbano y Barrios Populares en Guayaquil.* Guayaquil: Corporación de Estudios Regionales (CERG-FIA), 1989.

Rosero, Luis M. *Actualidad y Perspectivas del Apoyo Financiero a la Microempresa.* Quito.

Samaniego, Pablo; and Maiguashca, Lincoln. *Situación y Perspectivas de la Micro y Pequeña Industria en Cinco Ciudades Secundarias de la Costa Ecuatoriana: Esmeraldas, Quevedo, Manta, Portoviejo y Santo Domingo de los Colorados.* Quito: INSOTEC, Departamento de Investigaciones Industriales, 1989.

Servicios Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP). *Informe Estadístico de Acciones de Capacitación Popular Desarrolladas.* Quito: SECAP, 1989.

Stanley, LLoyd A. *Training Needs Assessment.* Yugoslavia: International Center for Public Enterprises in Developing Countries, 1988.

Stanley, Lloyd A. *Evaluation of Training.* Yugoslavia: International Center for Public Enterprises in Developing Countries, 1988.

Superintendencia de Bancos. *Memoria 1989.* Quito: Superintendencia de Bancos, 1989.

Superintendencia de Compañias. *Estadísticas:* 1988, Cuador No. 17.

Swanson, Donald A. *Training and Technical Assistance for Micro and Small Enterprises in Ecuador.* Quito, 1990.

The World Bank, Staff Appraisal Report Ecuador. *Fourth Small Scale Enterprise Project.* 1990.

Tully, Julia; Jordán, Rosa; Mora, Gerardo; Grijalva, Yolanda; and Ribadeneira, Mario. *Mejoramiento de los Mecanismos de Comercialización de Alimentos para Proteger a los Consumidores de Bajos Ingresos en el Contexto de la Crisis Económica.* Quito: Instituto de Estrategias Agropecuarias (IDEA), 1987.

Turnham, David; Salomé Bernard; and Schwartz, Antoine. Eds. *The Informal Sector Revisited.* París: Development Centre of the Organization for Economic Co-operation and Development, 1990.

U.S. Agency for International Development. *Small Enterprise Development Project Paper.* Quito: USAID/Ecuador, 1986.

Valinmer C. Ltda. *Proyecto de Evaluación: El Impacto del Programa de Desarrollo de la Pequeña Empresa.* Quito: Valinmer, 1990.

United Nations Centre for Regional Development. *Regional Development Dialogue, No. 1.* Japan: United Nations Centre for Regional Development, 1984.

U.S. Agency for International Development. *A.I.D. Microenterprise Development Program; Report to The Congress.* Washington D.C.: USAID, March 30, 1990.

U.S. Agency for International Development. *World Conference on Micro and Small Enterprises.* Washington D.C.: A.I.D., 1987.

U.S. Agency for International Development. *AID Microenterprise Stock-Taking: Ecuador Field Assessment.* Washington D.C.: A.I.D., 1989.

U.S. Agency for International Development. Bureau for Private Enterprise. *Design and Management of Credit Projects for Small and Medium Scale Enterprises: Guidelines for Working with Commercial Financial institutions.* CDIE/DIS Document No. PN-ABB 415. Washington, D.C.: A.I.D.

U.S. Agency for International Development. Bureau for Private and Voluntary Cooperation. *Accelerating Institutional Development.* Washington, D.C.: A.I.D, 1986.

USAID/Ecuador. *Ecuador: Private Sector Cooperatives and Integrated Rural Development.* Quito: USAID/Ecuador, 1986.

USAID/Ecuador. *The Non-Traditional Agriculture Export Project.* PP Supplement (No. 518-0019, 518-T-058). Quito: USAID

USAID/Ecuador. *Ecuador Small Enterprise Development. Project Paper 518-0056.* Quito: USAID/Ecuador, 1986.

Valdez, Patricio. *Proyecto de Evaluación del Impacto del Programa de Desarrollo de la Pequeña Empresa.* Quito: Valinmer C. Ltda., 1990.

Valencia, Jenny. "Actividades Informales Urbanos: Provincia de Pichincha, Santo Domingo de los Colorados." in *Estudios de Casos Sobre la Realidad de la Mujer Ecuatoriana en Sectores Críticos del Desarrollo.* Quito/Cuenca: USAID/PUCE, 1990.

Vaughn, Gary L. *Guidelines for Management Consulting Programs for Small-Scale Enterprise.* Washington D.C.: Peace Corps, 1981.

Velasco, Paul; and Villavicencio, Gaitán. *Perfiles Tecnológicos y Pequeña Producción Urbana.* Guayaquil: Corporación de Estudios Regionales Guayaquil (CER-G/FIA), 1989.

Whitaker, Morris D.; Colyer, Dale; and Alzamora, Jaime. *Agriculture and Economic Survival: The Role of Agriculture in Ecuador's Economic Development.* Quito: USAID/Ecuador, 1990.

World Bank. *Employment and Development of Small Enterprises.* Washington D.C.: World Bank, 1978.

Youngblood, Curtis E.; and Ramos, Hugo H. *Ecuador's Financial System and Macroeconomic Policy: Implications for Stabilization and Growth.* Raliegh, N.C.: Sigma 1, 1990.