

2021

EMPRESAS Y ESTABLECIMIENTOS EN TUNGURAHUA



Observatorio Económico y Social de Tungurahua

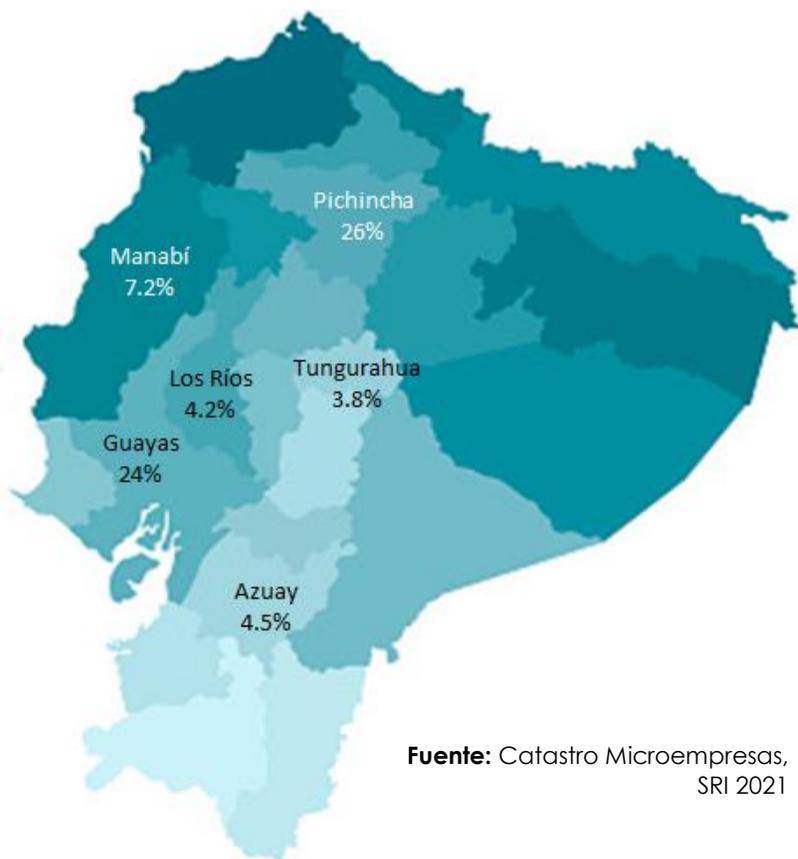
Dra. Tatiana Valle
Econ. Ana María Sánchez
Econ. Tatiana Vayas
Ing. Fernando Mayorga
Ing. Carolina Freire



INTRODUCCIÓN

De acuerdo con la información publicada por el Banco Central del Ecuador – BCE sobre Valor Agregado Bruto a nivel nacional, en Ambato y Tungurahua, la principal actividad económica es la Manufactura, a continuación el Comercio, Transporte, información y comunicaciones y Actividades profesionales e inmobiliarias. Al encontrarse la actividad comercial en este grupo, es necesario realizar un diagnóstico de la creación y funcionamientos de empresas y establecimientos en Tungurahua, el mismo que permitirá conocer el comportamiento de los pequeños emprendimientos y las empresas de la provincia.

Figura 1. Distribución microempresas Ecuador 2021



Fuente: Catastro Microempresas, SRI 2021

Actualmente en Ecuador, según el Catastro del Régimen de Microempresas, existen más de un millón de microempresas constituidas. En Tungurahua se agrupan 38.990 unidades productivas, representando el 3,85% del total nacional, solo cinco puestos atrás de Pichincha y cuatro puestos de Guayas. En cuanto a recaudación fiscal, las microempresas han generado hasta mayo de 2021 \$47.383 miles de dólares por concepto de Impuesto a la Renta, cuando en 2020 fue nula y para este año se había planteado una meta de 7.096 miles de dólares.

Esta importante representatividad de la provincia de Tungurahua, y su relevante actividad industrial y comercial, aportaron al país, entre enero y mayo de 2021, 101.410 miles de dólares en recaudación de impuestos, de los cuáles, el 86,8% se concentró en el cantón Ambato. Siendo estas cifras significativas, amerita realizar un análisis sobre las microempresas tungurahuesas y ciertas pequeñas empresas también.

El emprendedor es la pieza fundamental en el desarrollo económico de un país, por ello es importante conocer sus características principales, las motivaciones que los mueven a emprender y la capacidad que tienen de adaptarse a la realidad nacional. Según (Smilor, 1997, págs. 341-345) (Shane, S., Locke, E., Collins, C., 2003, págs. 261-264), el perfil básico del emprendedor comprende: Conocimiento o saber, Aptitud o saber hacer y Actitud o querer hacer.

Estas características son fundamentales en la creación de emprendimientos, teniendo en cuenta que emprender incluye renovación constante, pues, según Rivera, a partir de Parra et. al 2010, como etapa posterior a este proceso el emprendedor se convierte en empresario.





Metodología

La presente investigación se basó en información de fuente primaria, obtenida por medio de dueños de establecimientos y empresas de Tungurahua. El levantamiento de información inició el 25 de mayo y terminó el 18 de julio del presente año a través de un cuestionario electrónico que recogió más de 30 variables. Se obtuvieron 366 respuestas, de las cuales, después del proceso de validación se procedió a analizar 352 respuestas efectivas.

La difusión del cuestionario se dio a través de redes sociales, principalmente WhatsApp y Facebook. Se realizó un cuestionario diferenciado para establecimientos y otro para empresas.

ANÁLISIS DE RESULTADOS (ESTABLECIMIENTOS)

Para el presente análisis se considerará como un establecimiento al lugar físico donde se desarrollan las actividades económicas, sean sitios comerciales o viviendas de los emprendedores.

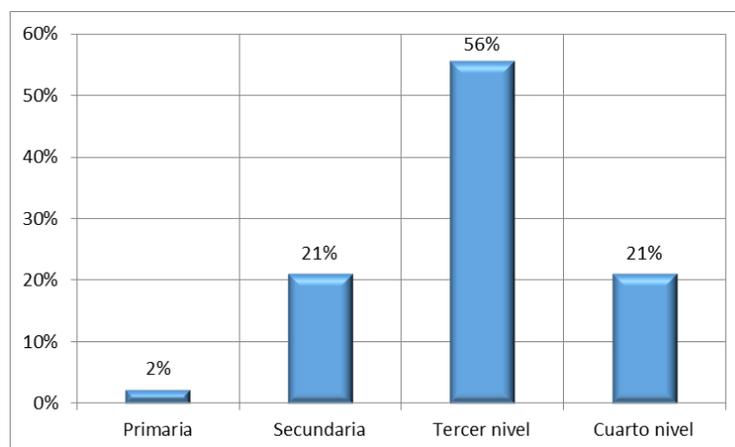
Información sociodemográfica

El 87,78% de los encuestados tienen un establecimiento donde ejercen sus actividades económicas, el porcentaje restante corresponde a empresas y servicios profesionales. Este 88% representa 309 unidades investigadas.

De estos 309 establecimientos, el 77,7% está ubicado en el cantón Ambato. Los emprendedores encuestados, principalmente, tienen estudios de tercer nivel, esto es más del 50%. Los niveles de educación secundaria y cuarto nivel representan el 21% cada uno y apenas un 2,3% cuenta con estudios de primaria.

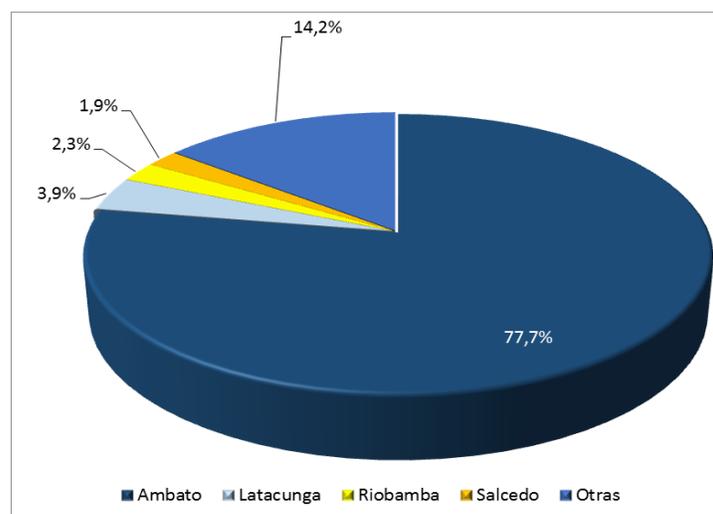
Dentro del grupo de emprendedores con nivel de instrucción de tercer y cuarto nivel, el 54,01% desarrolla actividades acordes a su título universitario, sin embargo, más del 45% se encuentra trabajando en áreas no referentes a sus estudios. Se observa que aquellos encuestados que tienen título de cuarto nivel, se encuentran en mayor proporción trabajando dentro de sus áreas profesionales.

Figura 2. Nivel de instrucción de los emprendedores



Fuente: Formulario de encuesta

Figura 3. Ubicación de los emprendimientos



Fuente: Formulario de encuesta

Tabla 1. Tiempo de funcionamiento de emprendimientos por tipo de producto

Tipo	Tiempo de funcionamiento				
	Entre 1 y 2 años	Entre 2 y 3 años	Entre 3 y 4 años	Más de 4 años	Menos de un año
Alimentos preparados	6,15%	1,62%	0,97%	2,59%	11,97%
Servicios profesionales	3,24%	1,62%	0,97%	3,88%	6,80%
Vestimenta y/o zapatos	4,21%	0,65%	0,97%	3,56%	5,18%
Productos agrícolas	2,27%	0,32%	0,00%	1,62%	4,21%
Cosméticos, belleza y accesorios	1,29%	0,00%	0,32%	1,62%	5,18%
Manualidades	1,94%	0,97%	0,65%	1,29%	2,59%
Servicios	1,29%	0,65%	0,97%	1,29%	1,94%
Varios	2,59%	0,00%	0,32%	0,97%	1,94%
Viveres	1,29%	0,00%	0,00%	0,65%	1,62%
Muebles	0,65%	0,65%	0,00%	0,97%	0,00%
Abarrotes	0,00%	0,00%	0,32%	0,65%	0,32%
Tecnología	0,00%	0,00%	0,00%	0,97%	0,32%
Alimentos	0,00%	0,00%	0,00%	0,32%	0,00%
Material ferretero	0,32%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Pintura para casas	0,00%	0,00%	0,00%	0,32%	0,00%
	25,24%	6,47%	5,50%	20,71%	42,07%

Fuente: Formulario de encuesta

Información específica

El 81% de los emprendimientos estudiados comercializan alimentos preparados, vestimenta y zapatos, productos agrícolas, cosméticos y/o productos de belleza y manualidades. Más del 40% de los negocios analizados tienen menos de un año desde su creación, lo que sugiere que su implementación fue a raíz de la pandemia ocasionada por coronavirus, además, la actividad comercial más representativa de esta categoría corresponde a la preparación de alimentos, lo que sin duda tuvo un crecimiento considerable en los últimos meses. El 25,24% de los emprendimientos tiene entre 1 y 2 años de funcionamiento, el 20,71% lleva más de 4 años en el mercado, el 6,47% entre 2 y 3 años y el 5,5% restante entre 3 y 4 años.

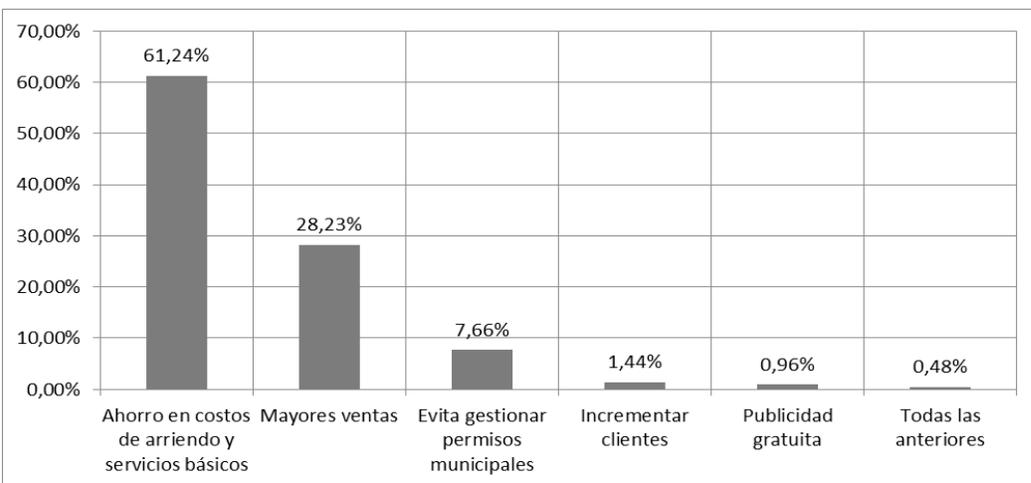
Como se había mencionado líneas arriba, para esta investigación se tomó en cuenta negocios con locales comerciales o no, 209 emprendedores, actualmente, no cuentan con local físico para la oferta de productos o servicios, la dinámica del comercio electrónico permite cada vez expandirse y sacar provecho de ciertas ventajas. Del total de informantes que no cuenta con local comercial, el 100% vende sus productos a través de medios electrónicos, 95% por redes sociales y 5% por páginas web propias. Entre 2020 y 2021, el uso de medios alternativos a las ventas presenciales creció en casi 100%.

Ventajas y desventajas del comercio electrónico desde la perspectiva del emprendedor

Ciertas ventajas hacen que los emprendedores opten por ofertar sus productos por medios electrónicos, entre los más frecuentes motivantes se menciona el ahorro en costos por pago de arriendo y servicios básicos, un 28,23% ha experimentado incremento en sus ventas, también evitan gestionar permisos municipales (patentes, permisos de funcionamiento, uso de rótulos, entre otros), incrementa el número de clientes y tienen la posibilidad de hacer publicidad gratuita.

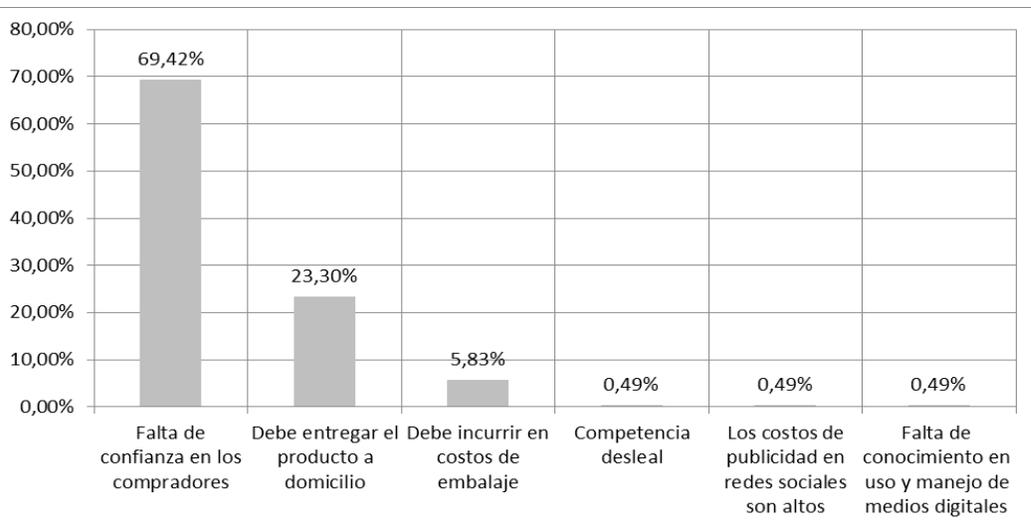
Sin embargo, también existe ciertas dificultades dentro de este proceso como la falta de confianza en los compradores, esto incluye seguridad, ventas fallidas, estafas, otras, se suma la entrega a domicilio, lo que incrementa los costos y requiere en algunos casos de inversión en movilidad, además se debe incurrir en costos de embalaje y empaque, existe competencia desleal, y a pesar de que las redes sociales permiten publicitar sin costos, el alcance es limitado, por tanto si se desea ampliar el mercado objetivo de publicidad se debe pagar valores que van desde los tres dólares en adelante dependiendo del número de días de la publicación.

Figura 4. Ventajas del comercio electrónico según los emprendedores



Fuente: Formulario de encuesta

Figura 5. Desventajas del comercio electrónico según los emprendedores



Fuente: Formulario de encuesta

En cuanto a la situación laboral que se maneja en los establecimientos encuestados se evidencia que, más del 50% trabaja al menos con una persona, lo que quiere decir que, a través de estos pequeños negocios, se generan cerca de 370 puestos de trabajo, de los cuales el 67% recibe remuneración por sus servicios.

Al ser emprendimientos pequeños, en su mayoría, las personas que trabajan suelen ser familiares directos.

A partir de esta información se podría desprender una nueva investigación sobre la seguridad social, teniendo en cuenta que, en el año 2018 según el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social – IESS, en Tungurahua se registraron 117.067 afiliados, lo que pondría a los empleados en los establecimientos encuestados en un posible 0,3% del total.

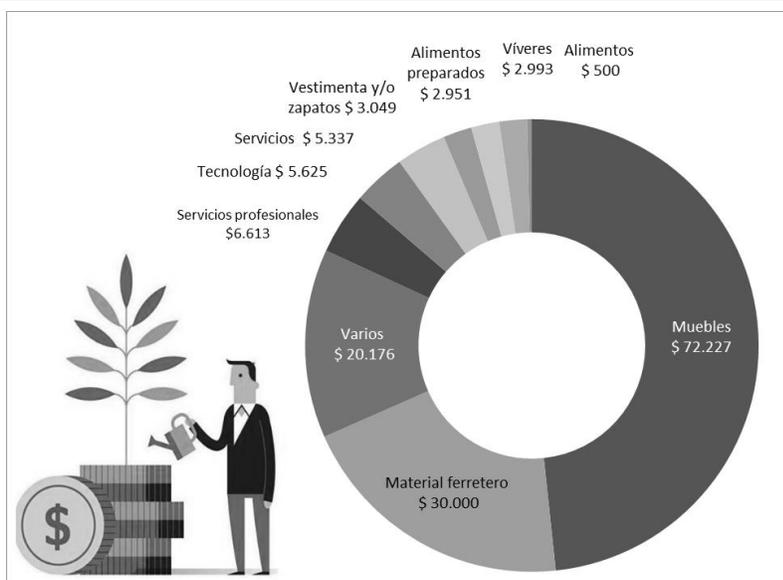
Inversiones y Ventas

El inicio de todo negocio requiere de un monto de inversión, en este caso, la investigación permitió determinar que, en promedio se requiere \$15.000, al menos \$500 y máximo \$72.000 de acuerdo a las categorías analizadas. Los valores más altos se registraron en actividades de fabricación de muebles y venta de material ferretero con \$72.200 y \$30.000 respectivamente. La actividad económica que menos inversión ha requerido por los emprendedores es el servicio de alimentos (se refiere a productos comprados a terceras personas), con \$500, pues para establecimientos que preparan alimentos, la inversión en promedio ha sido de \$2.951.

Aquellas personas que ofrecen la prestación de servicios profesionales han invertido al inicio de sus actividades, en promedio \$6.613. Estos servicios incluyen, entre otros, asesoría contable y auditoría, procesos de manufactura CNC, de diversión, estéticos, publicidad y deportivos.

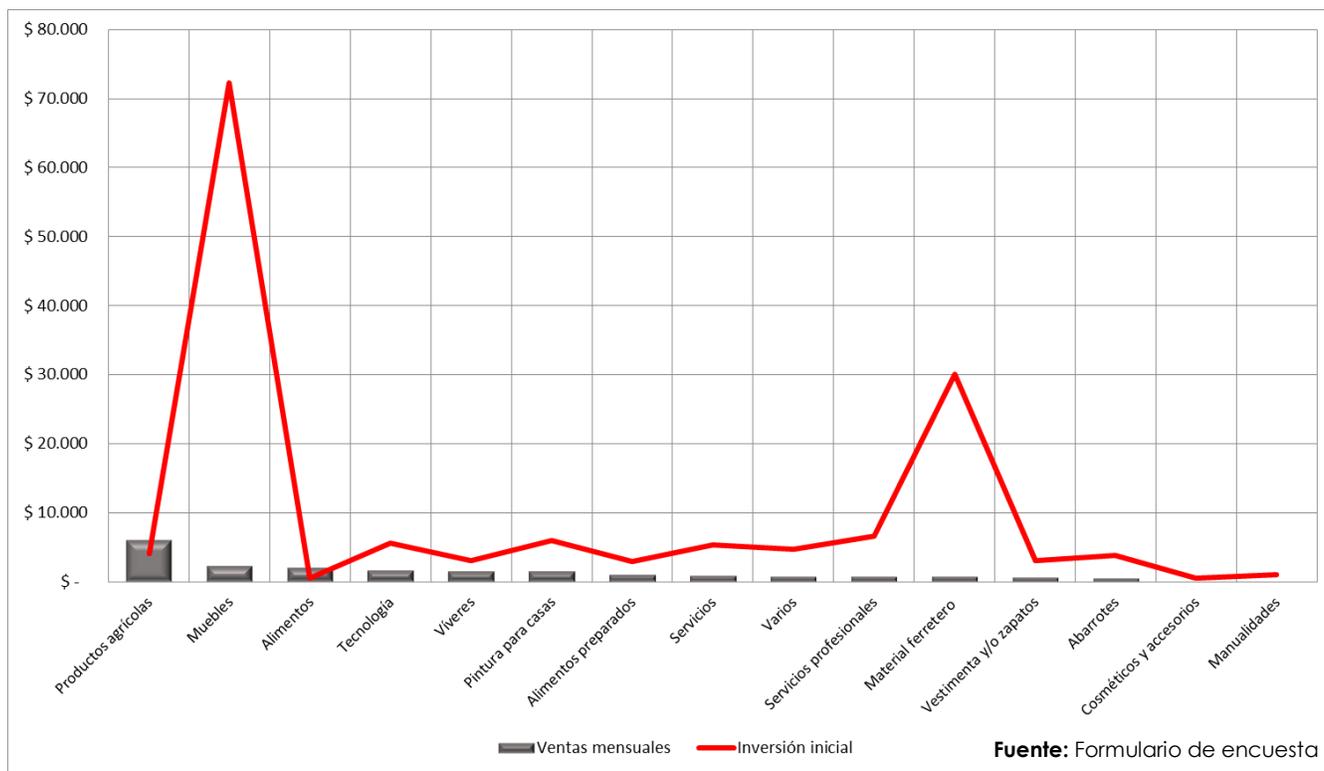
Figura 6. Monto invertido al inicio del negocio por actividad económica

Las ventas mensuales por su parte, alcanzan un monto promedio que supera los 20.000 dólares, siendo las actividades económicas que mayor representatividad tienen, la comercialización de productos agrícolas, muebles, alimentos, tecnología, víveres, pintura para casas, alimentos preparados y servicios. Estas actividades agrupan más del 80% del total de ventas.



Fuente: Formulario de encuesta

Figura 7. Ventas e inversiones de emprendedores

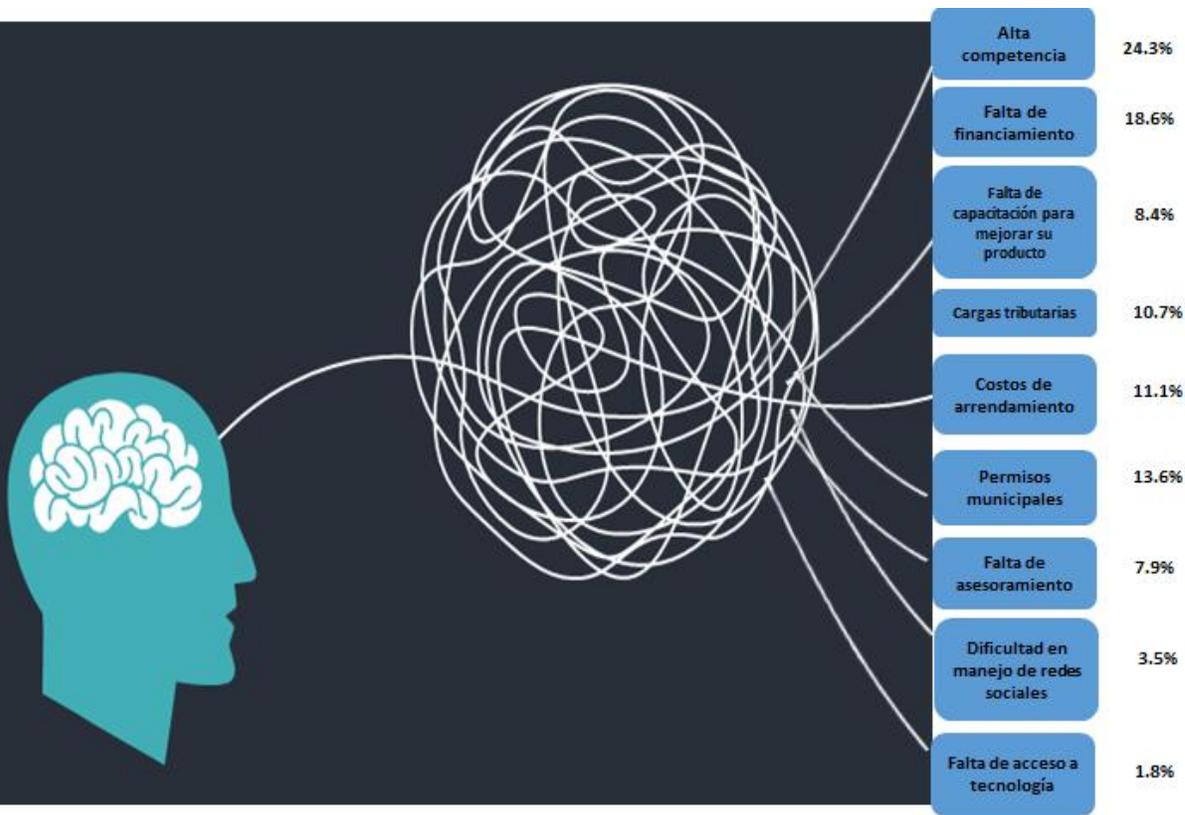


Fuente: Formulario de encuesta

Para arrancar con un emprendimiento se requiere inicialmente un monto de inversión como se ha detallado líneas arriba, sin embargo, no sólo la inversión es determinante para el funcionamiento de cualquier tipo de establecimiento, los encuestados han calificado las siguientes dificultades como las más representativas en el camino de su trabajo.

Algunas de ellas son alta competencia, falta de financiamiento (para inversiones iniciales o crecimiento del negocio), falta de capacitación para mejorar su producto (competitividad), cargas tributarias y costos de arrendamiento.

Figura 8. Principales dificultades para los emprendedores



Con todas estas dificultades, y a pesar de ellas, el 74,4% de quienes respondieron a esta encuesta no requirió ningún tipo de asesoría al iniciar su negocio, principalmente por falta de recursos para poder acceder a este tipo de servicios, quienes sí la requirieron, expresaron mayor necesidad en estudios de mercado y servicios contables.

Fuente: Formulario de encuesta

EMPRESAS

Dentro de esta investigación se logró recolectar 34 encuestas efectivas aplicadas a empresas constituidas, de las cuales 23 ejercen sus actividades económicas en Ambato, 2 a nivel nacional, 2 a nivel mundial y 7 en otras ciudades de la zona central del país.

Los sectores económicos de los que forman parte estas empresas son en 35% de comercio al por mayor y menor, 8,8% industrias manufactureras, 8,8% actividades de alojamiento y servicio de comidas, 5,9% enseñanza, 5,9% agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, 5,9% servicios, y el 29,4% agrupa otras 10 actividades, entre las que se encuentran la industria metalmecánica, actividades inmobiliarias, transporte y almacenamiento, turismo y más.

El 70,59% de las empresas encuestadas son microempresas, y el porcentaje restante pequeñas empresas. En la clasificación de microempresas, 12 de ellas tienen entre 1 y 5 años de funcionamiento en el mercado, 4 entre 11 y 15 años, otras 4 entre 6 y 10 años, 2 con más de 15 años y 2 con menos de un año desde su creación. Para el caso de las pequeñas empresas, el 14,71% del total tiene un tiempo de funcionamiento que va desde los 5 años y llega a sobrepasar los 15 años. Esta información permite tener una idea general del alto grado de supervivencia de las empresas en la zona centro de Tungurahua, principalmente en Ambato, casi la mitad de ellas llevan en el mercado más de 5 años.

Tabla 2. Años de funcionamiento por rango de ventas de empresa

Tamaño de empresa y tiempo de existencia	Porcentaje
Menos de \$100.000	70,59%
Entre 1 y 5 años	35,29%
Entre 11 y 15 años	11,76%
Entre 6 y 10 años	11,76%
Más de 15 años	5,88%
Menos de un año	5,88%
Entre \$100.001 y \$1'000.000	29,41%
Entre 1 y 5 años	11,76%
Entre 11 y 15 años	2,94%
Entre 6 y 10 años	5,88%
Más de 15 años	5,88%
Menos de un año	2,94%
Total general	100,00%

Fuente: Formulario de encuesta

Más del 70% del total de las empresas investigadas trabaja únicamente en el mercado interno, mientras que existen porcentajes menores que se reparten entre quienes importan y exportan. Además, el 58,06% de ellas son personas naturales no obligadas a llevar contabilidad, el 22,58% son personas jurídicas, el 12,90% personas naturales obligadas a llevar contabilidad, y el porcentaje restante otro.

Dificultades

Tanto para los pequeños emprendimientos, como para las empresas, una de las principales dificultades a las que se enfrentan día a día, es que cada vez existe más competencia con variedad de productos e incluso con precios más bajos. Esta dificultad representa un reto para empresarios y emprendedores, pues la competencia siempre existirá y depende de la capacidad de innovación y reinención que tengan las empresas para sobresalir. Es importante tener en cuenta que no sólo se puede ser competitivo por precios en el mercado, otros factores como calidad, servicio pos venta, producción sostenible, y otros pueden hacer que incremente la demanda de su producción.

Ambos tipos de negocio consideran que las cargas tributarias son dificultades de crecimiento para ellos, sin embargo, es para las empresas para quienes representa mayor impacto el tema tributario, teniendo en cuenta también que son ellas quienes mayores valores declaran.



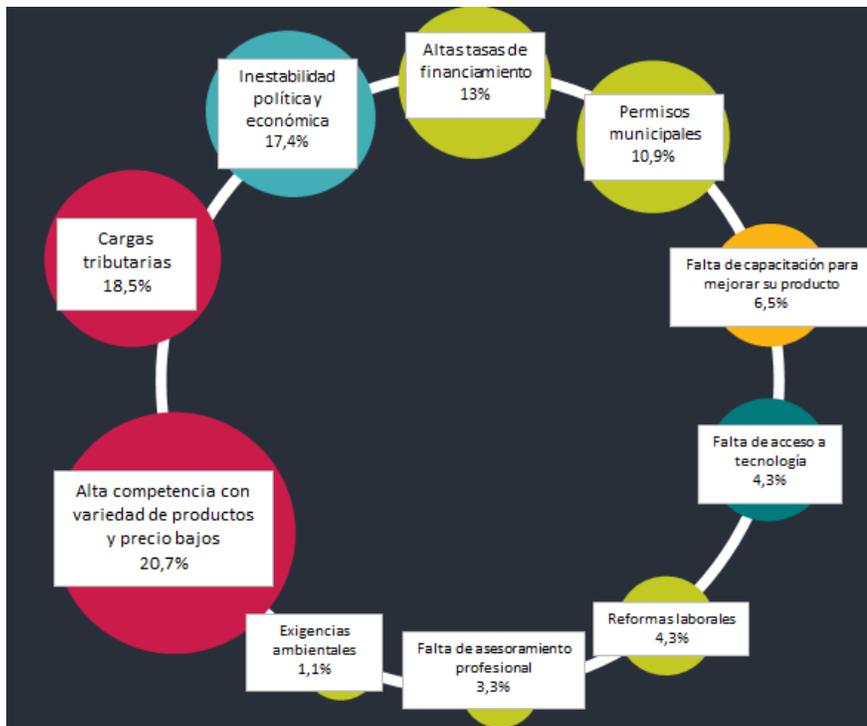
Tabla 3. Forma institucional

Etiquetas de fila	Importador	Importador y exportador	Mercado interno	Total general
Persona natural no obligado a llevar contabilidad	6,45%	3,23%	48,39%	58,06%
Persona jurídica	6,45%	3,23%	12,90%	22,58%
Persona natural obligado a llevar contabilidad	3,23%	3,23%	6,45%	12,90%
Régimen Simplificado RISE	0,00%	3,23%	0,00%	3,23%
Otra	0,00%	0,00%	3,23%	3,23%
Total general	16,13%	12,90%	70,97%	100,00%

Fuente: Formulario de encuesta

Figura 9. Principales dificultades para los empresarios

Seguido de las cargas tributarias como dificultad para el medio empresarial, un 17,4% apunta a la inestabilidad política y económica del país, lo que suele generar resistencia o inseguridad para realizar inversiones. Un indicador que permite medir que tan riesgoso es un país (para inversiones) es el Riesgo País, que según el BCE, en 2020 tuvo un valor promedio de 2.412 puntos, producto de diferentes dificultades mundiales, entre ellas la volatilidad de los precios del petróleo, la pandemia por coronavirus, condiciones políticas, y otras. Un alto puntaje en el Riesgo País desmotiva a las inversiones nacionales y extranjeras, entre mayo y julio de 2021 los valores registrados han sido en promedio 748 puntos, lo que de cierta manera podría motivar a elevar la inversión y mejorar la confianza de los empresarios.



Fuente: Formulario de encuesta

Finalmente, se hace necesario analizar también la falta de financiamiento y las altas tasas de interés para empresarios y emprendedores, que incluye micro y pequeñas empresas. Para los encuestados de ambas categorías, esta es una de las dificultades más importantes.

Dependiendo de los montos a los que se requiere acceder existen diferentes tipos de crédito para empresas o negocios, estos pueden ser crédito productivo, productivo PYMES, productivo empresarial, productivo corporativo, microcrédito, microcrédito minorista, de acumulación simple y ampliada. Las tasas activas efectivas referenciales del Banco Central van desde el 8,12% en créditos productivos hasta 20,44% para microcréditos de acumulación ampliada.

Pero, no solo las tasas de interés son impedimentos para acceder a créditos, existen diferentes requisitos necesarios para poder aplicar solicitudes de préstamos. Por ejemplo, la Corporación Financiera Nacional – CFN entrega créditos a los sectores productivos para proyectos nuevos y proyectos en marcha, pero tienen diferentes condiciones, en ciertos casos se entrega hasta el 100% del monto total, pero en otros solo el 80%, también se requiere, en ciertos casos, contar con mínimo el 125% de garantías para mitigar el riesgo. Sumado a esto la aplicación de crédito debe ser sustentada por un plan de negocio y acompañada de alrededor de quince documentos más.

