



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES.

**DISEÑO DE PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE ECONOMÍA**

TÍTULO DEL PROYECTO

**ANÁLISIS DE LAS VENTAJAS COMPETITIVAS DE LAS GRANDES EMPRESAS
FRENTE A LOS MICROEMPRESARIOS DEL CANTÓN MILAGRO, PROVINCIA DEL
GUAYAS, EN EL PERIODO 2012-2015.**

AUTORES:

EDUARDO DAVID MORA GUEVARA

CARLOS EDUARDO BENITEZ TORO

TUTORA:

ECON. EVELYN ARTEAGA MAE

Milagro, Septiembre- 2016

ECUADOR

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por las SRS. EDUARDO DAVID MORA GUEVARA, CARLOS EDUARDO BENITEZ TORO, para optar al título de Economista y que acepto ser tutor de los estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, a los días 13 días del mes de Septiembre del 2016.



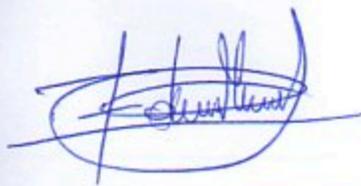
Econ. Evelyn Arteaga MAE

C.I: 0916699424

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Los de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 13 días del mes de Septiembre del 2016



EDUARDO DAVID MORA GUEVARA
C.I. 0921749487



CARLOS EDUARDO BENITEZ TORO
C.I. 0917110975

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de ECONOMISTA otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTIFICA	()
DEFENSA ORAL	()
TOTAL	()
EQUIVALENTE	()


PRESIDENTE DEL TRIBUNAL


PROFESOR DELEGADO


PROFESOR SECRETARIO

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

ING. FABRICIO GUEVARA MBA.

Rector De La Universidad Estatal De Milagro.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo hacer entrega de la Cesión de derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue Análisis de las ventajas competitivas de las grandes empresas frente a los microempresarios del cantón Milagro y que corresponde a la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, a los 13 días del mes de Septiembre del 2016.

EDUARDO DAVID MORA GUEVARA
C.I. 0921749487

CARLOS EDUARDO BENITEZ TORO
C.I. 0917110975

INDICE GENERAL

ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	iii
CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA	iv
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	v
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	3
EL PROBLEMA.....	3
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1.1 Problematización	3
1.1.2 Delimitación del problema.....	4
1.1.3 Formulación del problema.....	4
1.1.4 Sistematización del problema	4
1.1.5 Determinación del tema	5
1.2 OBJETIVOS.....	5
1.2.1 Objetivo General	5
1.2.2 Objetivos Específicos.....	5
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	6
1.3.1 Justificación de la Investigación	6
CAPÍTULO II.....	8
MARCO REFERENCIAL.....	8
2.1 MARCO TEÓRICO	8
2.1.1 Antecedentes históricos	8
2.1.2 Antecedentes referenciales.....	8
2.2 MARCO CONCEPTUAL	11
2.2.1 Definición de Empresa.....	11
2.2.2 Tipología de empresas según su tamaño.....	12
2.2.3 Concentración de Mercado.....	14
2.2.4 Modelo de Courtnot- Oligopolio.....	14

2.3 HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	15
2.3.1 Hipótesis General	15
2.3.2 Hipótesis Particulares	15
2.3.3 Declaración de Variables	16
2.3.4 Operacionalización de las variables	16
CAPÍTULO III	18
MARCO METODOLÓGICO	18
3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL.....	18
3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA.....	19
3.2.1 Característica de la población	19
3.2.2 Delimitación de la población.....	19
3.2.3 Tipo de muestra	19
3.2.4 Tamaño de la muestra	19
3.2.5 Proceso de selección	19
3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS.....	21
3.1.1 Modalidad Bibliográfica.....	21
3.1.2 Diseño Experimental Transicional.....	21
3.1.3 Método Hipotético – Deductivo.	21
3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN ...	22
CAPÍTULO IV.....	23
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	23
4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	23
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVA.	62
4.2.1 Economías de Escala- Rentabilidad y Tamaño.....	62
4.2.2 Dificultades de las pequeñas empresas.....	63
4.2.3 Ventajas de las pequeñas empresas	64
4.2.4 Ventajas de las grandes empresas.....	64
4.3 RESULTADOS	66
CAPÍTULO V.....	69
PROPUESTA.....	69
5.1 TEMA.....	69

5.2 JUSTIFICACIÓN.....	69
5.3 FUNDAMENTACIÓN	70
5.4 OBJETIVOS.....	72
5.4.1 Objetivo General de la propuesta.....	72
5.4.2 Objetivo específico de la propuesta	72
5.5 UBICACIÓN	72
5.6 ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD.....	73
5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	74
5.7.1 Actividades	80
5.7.2 Recursos, análisis financiero.....	80
5.7.3 Impacto	80
5.7.4 Cronograma.....	81
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta	82
CONCLUSIÓN	83
RECOMENDACIÓN.....	86
BIBLIOGRAFÍA	87

RESUMEN

El contenido del estudio se ha estructurado de la siguiente manera: la primera sección describe el planteamiento de la investigación, donde se plantea que los beneficios obtenidos por las empresas implican una ventaja entre las empresas, además del avance en tecnología e innovación. La segunda parte se presenta el estado del arte en donde se describe la tipología de la empresa de acuerdo a su tamaño; la tercera, explica el análisis de la teoría sobre economías de escala, funciones de producción, función de costos y concentración de mercado y finalmente se presentan las discusiones del tema que abarcan la comprobación de la existencia de ventajas entre las grandes empresas sobre las pequeñas empresas, terminando con las conclusiones y recomendaciones. La concentración de mercado es la tendencia de los recursos, medios de producción o cuotas de venta en manos de pocos o insuficientes productores. La teoría sobre concentración ha dejado a un lado la idea que más concentración es necesariamente sinónimo de menos competencia. Así, es posible que la concentración de la industria refleje el buen desempeño de las empresas grandes. Una firma que captura una parte importante del mercado podría sustentarse estableciendo una ventaja de costos sobre sus competidores, las cuales pueden ser economías de escala. En este caso la mayor concentración sería parte de un proceso competitivo.

Palabras claves: Pequeñas empresas, negociación, flexibilización de estructuras, capitalización.

ABSTRACT

The content of the study is structured as follows: the first section describes the research approach, which proposes that the profits made by companies involve an advantage among enterprises, besides the progress of technology and innovation. The second part presents the state of the art which describes the type of the company according to its size, the third explains the theory analysis on economies of scale, production functions, cost function and market concentration finally we present topic discussions that cover checking the existence of benefits among large companies over small companies, ending with conclusions and recommendations. Market concentration is the tendency of resources, means of production or sales quotas in the hands of few or insufficient producers. The theory of concentration has put aside the idea that more concentration not necessarily mean less competition. It is possible that the concentration of the industry reflects the good performance of large firms. A signature that captures an important part of the market could sustain establishing a cost advantage over its competitors, which may be economies of scale. In this case the highest concentration would be part of a competitive process.

Keywords: Small businesses, negotiation, flexible structures, capitalization.

INTRODUCCIÓN

Las empresas pequeñas y grandes desde sus inicios han sido objeto de estudio por varios autores y provocando un intenso debate en conocer la existencia de ventajas entre estos dos tipos de empresas. Algunas investigaciones concluyen que hay una relación estrecha entre el tamaño de la empresa y el desempeño económico. Donde varios argumentos favorecen a las grandes empresas (por su tamaño), debido a que implican la consecución de un mayor rendimiento, más posibilidades de aprovechar las economías de escala y disfrutar de una mayor capacidad de negociación sobre sus clientes y proveedores. Además, se enfrentan a menos problemas para conseguir el acceso al crédito para la inversión, tienen mayores fondos de capital humano calificado y puede lograr una mayor diversificación estratégica. También se ha demostrado que el crecimiento de las grandes empresas ha ido acompañado de un proceso de sustitución de factores que favorece el capital.

Pero por otro lado, las empresas pequeñas exhiben ciertas características que pueden contrarrestar las desventajas atribuidas a su pequeñez. Al ser una dificultad de las grandes empresas emplear trabajadores ante sus retos de productividad ha resaltado la importancia de las empresas más pequeñas como un medio alternativo y eficiente para absorber mano de obra excedente y estas empresas pequeñas sufren menos el problema de agencia y se caracterizan por la flexibilización de estructuras no jerárquicas, que pueden ser las formas apropiadas de organización en entornos cambiantes de negocio. A pesar de esta importancia presentada, las pequeñas empresas son consideradas como un sector empresarial con limitada capacidad para generar valor agregado. En consecuencia, socialmente se consideran opciones empresariales poco eficientes, pues desde la visión tradicional de organización industrial las pequeñas escalas de producción se asocian con lotes de costos altos y poco competitivos, ya que no tienen capacidad para aprovechar las ventajas que se derivan de la producción en masa (Audretsch, 1999) y operan, por lo tanto, con rendimientos decrecientes en sus funciones de producción (Brigham y Pappas, 1985). Aunque trabajos empíricos han mostrado que, a pesar de su tamaño, estas empresas logran una asignación eficiente de sus recursos y

muestran rendimientos no decrecientes en sus funciones de producción (Mungaray y Ramírez, 2007).

Esta investigación tiene por objeto establecer si las empresas grandes tienen ventaja sobre las pequeñas empresas, mediante el análisis ciertas características económicas, como estudio de las economías de escala, funciones de producción, la importancia del tamaño para una industria y el grado de concentración de la actividad productiva. Sosteniendo la hipótesis de que las pequeñas empresas al presentar ciertas limitaciones, las grandes empresas se favorecen de tener mayores posibilidades de operar con rendimientos crecientes en sus procesos de producción y generar economías de escala que les permitan desplazar sus curvas de costos medios a posiciones más competitivas.

La metodología del estudio se ha apoyado en torno a una revisión de la literatura sobre economías de escala, funciones de producción y concentración de mercados.

Las economías de escala están relacionadas con el tamaño de la empresa. Señalando que hay retornos crecientes, constantes o decrecientes a escala si al aumentar los insumos aumenta la producción en forma más que proporcional, proporcional o menos que proporcional, respectivamente. Sin embargo, ésta no es una definición precisa, ya que para aumentar la producción minimizando costos puede ser necesario cambiar la combinación de insumos, por lo tanto una manera correcta de estudiar la presencia de estas economías debe ser a través de una función de costos que tenga en cuenta tales consideraciones. Esta función corresponde al mínimo costo para cada nivel de producción, dada la tecnología y el precio de los insumos. Los estudios, usando metodologías econométricas y variables similares, llevan a concluir en general que existen economías de escala asociadas con la producción de todos los productos, sólo a niveles bajos de producción.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

Algunas investigaciones concluyen que hay una relación estrecha entre el tamaño de la empresa y el desempeño económico, donde las empresas pequeñas mantienen ventajas sobre las pequeñas empresas, debido a su tamaño y reducción de costos.

Se estima que para las PYMES, el porcentaje de empresas familiares sobre el total bordea el 90%, y para el caso de microempresas es, casi por definición del 100%. En suma el 89% de las empresas del Ecuador son familiares. Se puede estimar que el número de empleos generados por las empresas familiares es de 1.6 millones, lo cual representa alrededor del 93% del empleo formal. La riqueza generada por las empresas familiares representa el 51% del PIB.¹

Milagro es uno de los cantones de mayor crecimiento comercial de la provincia del Guayas, ocupando el tercer lugar en importancia después de Duran y Guayaquil, su desarrollo se basa fundamentalmente en la industria agrícola y el comercial. El sector del comercio del Cantón se fundamenta principalmente en la micro, pequeña y mediana empresa, siendo la microempresa la de mayor representatividad dentro de este

¹ BANCO CENTRAL DEL ECUADOR: <http://www.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=pib>

sector, pero en el que se ha podido observar la existencia de muchos problemas que ocasionan un limitado crecimiento económico y competitivo.

Los problemas con los que se enfrentan los micro empresarios son diversos, entre ellos podemos observar las malas decisiones, el deficiente control administrativo, los bajos niveles de reinversión, la insuficiencia de recurso entre otros limitan el desarrollo económico y competitivo de este sector, de no existir un estudio que analice los factores críticos de este problema generara perdidas para este sector económico.

1.1.2 Delimitación del problema

Las empresas pequeñas exhiben ciertas características que pueden contrarrestar las desventajas atribuidas a su pequeñez, por ejemplo al ser una dificultad para las grandes empresas emplear trabajadores ante sus retos de productividad, llevando a que las empresas pequeñas sean como un medio alternativo y eficiente para absorber mano de obra excedente. A pesar de esta importancia presentada, las pequeñas empresas son consideradas como un sector empresarial con limitada capacidad para generar valor agregado.

1.1.3 Formulación del problema

Siendo el problema general de la investigación las ventajas que se presentan en las empresas grandes frente a las pequeñas, es decir:

¿Están condenadas a fracasar por su naturaleza las pequeñas empresas frente a las grandes?

1.1.4 Sistematización del problema

1. ¿Las empresas pequeñas deben enfocarse en competir con las grandes empresas?
2. ¿Cuáles son las ventajas que presentan las pequeñas empresas frente a las grandes empresas?

3. ¿Qué provoca la resistencia al cambio de los microempresarios en el progreso económico de este sector?
4. ¿De qué manera afecta la administración empírica en la gestión administrativa de las microempresas?

1.1.5 Determinación del tema

Análisis de las ventajas competitivas de las grandes empresas frente a los microempresarios del cantón Milagro.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Especificar la existencia de las ventajas competitivas entre los tamaños de las empresas (pequeñas y grandes).

Evaluar existencia de las ventajas competitivas entre los tamaños de las empresas que provocan las limitaciones en el sector micro empresarial del Cantón Milagro en el periodo 2016 mediante un análisis que permita mejorar su desarrollo económico.

1.2.2 Objetivos Específicos

1. Reconocer si el crecimiento de las grandes empresas está acompañado de un proceso de sustitución de factores que favorece el capital.
2. Contrastar si las grandes empresas son eficientes por la asignación de sus recursos y por la posición de sus curvas de costos medios
3. Validar si las empresas que permanecen y subsisten en el mercado son aquellas que logran generar economías de escala y desplazar sus curvas de Cme hacia niveles más eficientes.
4. Interpretar si las empresas pequeñas solo tratan de especializarse en nichos de mercados, debido a su agilidad para afrontar conflictos macroeconómicos en el mercado.

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación de la Investigación

Analizaremos la relación del tamaño de una empresa y sus ventajas competitivas frente al mercado, es por ello que en esta investigación se desea verificar esta relación entre tamaño y beneficios frente a ventajas competitivas proporcionadas por la naturaleza de las empresas.

El siguiente análisis se da a partir de la no existencia en textos de las diferencias que crean ventajas competitivas entre las grandes y las pequeñas.

Las principales desventajas de los microempresarios presentan son las siguientes:

Numerosas dificultades y conflictos derivados de la complejidad emergente de la superposición de sistemas con una marcada diferenciación de funciones, reglas, roles y contextos. Como sus procesos son emergentes no existen lineamientos específicos para su creación, o sea se recrea a cada día, no tiene un gran respaldo financiero para negocios de gran tamaño, por su naturaleza adaptable son fácilmente deformables si no se tienen un estructura organiza pero estable, las pymes a veces sufren los problemas de su gerente que no los deja en la casa, lo mismo pasa para la economía, se saca de la caja menor para el almuerzo, como la producción es baja los pedidos a proveedores son bajos y pueden causar sobre costo, si no se tiene cuidado su marca se puede convertir en una más de las Pymes, con figuración ocasional pero si imagen en el mercado.

De estas características se deduce la necesidad y conveniencia de intentar dotar a la microempresa de mecanismos y estructuras que ayuden a estabilizar y formalizar las relaciones entre los sistemas de la familia y la empresa, para facilitar su supervivencia en el tiempo.

Esta investigación tiene por objeto establecer si las empresas grandes tienen ventaja sobre las pequeñas empresas, mediante el análisis ciertas características

económicas, como estudio de las economías de escala, funciones de producción, la importancia del tamaño para una industria y el grado de concentración de la actividad productiva. Sosteniendo la hipótesis de que las pequeñas empresas al presentar ciertas limitaciones, las grandes empresas se favorecen de tener mayores posibilidades de operar con rendimientos crecientes en sus procesos de producción y generar economías de escala que les permitan desplazar sus curvas de costos medios a posiciones más competitivas.

La metodología del estudio se ha apoyado en torno a una revisión de la literatura sobre economías de escala, funciones de producción y concentración de mercados.

Las economías de escala están relacionadas con el tamaño de la empresa. Señalando que hay retornos crecientes, constantes o decrecientes a escala si al aumentar los insumos aumenta la producción en forma más que proporcional, proporcional o menos que proporcional, respectivamente. Sin embargo, ésta no es una definición precisa, ya que para aumentar la producción minimizando costos puede ser necesario cambiar la combinación de insumos, por lo tanto una manera correcta de estudiar la presencia de estas economías debe ser a través de una función de costos que tenga en cuenta tales consideraciones. Esta función corresponde al mínimo costo para cada nivel de producción, dada la tecnología y el precio de los insumos. Los estudios, usando metodologías econométricas y variables similares, llevan a concluir en general que existen economías de escala asociadas con la producción de todos los productos, sólo a niveles bajos de producción.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes históricos

El estudio de la distribución de tamaños empresariales (pequeñas, grandes), ha estado dominado por los supuestos de producto homogéneo, tecnología de producción representativa de la industria y escala eficiente de producción. Bajo estas premisas existe una escala de producción para la cual el coste medio de producción con la tecnología representativa se hace mínimo (escala eficiente); la presión de la competencia actuará para que los tamaños empresariales se concentren alrededor de la escala eficiente de producción.

En el Ecuador más del 65% de las empresa más grandes estarían entre la segunda y tercera generación. Es decir, que las Empresas Familiares de IDE Revista perspectiva Abril 2007 Dirigido por Pablo Lucio Paredes mayor tamaño, han logrado vencer la barrera del tiempo y se puede apreciar una fuerte correlación entre el éxito del negocio y el tiempo de permanencia de la familia. A medida que vamos encontrando empresas de menor tamaño, este porcentaje tiene a disminuir.

2.1.2 Antecedentes referenciales

Al ser este tema un caso estudiado por varios autores, en donde ellos analizan la relación del tamaño de una empresa y sus ventajas frente al mercado, y donde su variable principal a ser sujeto de análisis son los beneficios obtenidos por cada empresa, llevando a una ventaja de una empresa sobre la otra, se han considerado

algunos como: (Ramírez y Mungaray,2007) que estudian este efecto desde el punto de vista de los beneficios obtenidos por la empresa y llegan a la conclusión de que existe una relación positiva entre ambos. En cambio (Meredith ,1987) sugiere que la alta tecnología o innovación prospera sólo en grandes empresas pese a que las pequeñas empresas emplean tecnologías nuevas y buscan modos creativos de ganar ventajas competitivas.

Título: Causas de los problemas de sucesión en empresas familiares

Autor: León Machado, Grace Carolina

El 30% de las empresas familiares cierran por problemas en los relevos generacionales o sucesión de mando. De acuerdo a la Pricewaterhouse Coopers, las empresas familiares son la forma más común de estructura empresarial en el mundo, genera millones de empleos y aporta significativamente al PIB de las naciones. Una Empresa Familiar es una fusión del sistema familiar y el sistema empresarial, cuya postura ideológica es la continuidad en manos de herederos o sucesores. Esta continuidad se logra a través de un proceso de transmisión generacional de la empresa, donde el sucesor toma las riendas en tres niveles: propiedad, dirección y control. La idea básica del relevo de mando es preservar el bienestar de la familia a largo plazo. El futuro de la empresa depende de qué tan bien se dé esta transición. Así la familia dentro de este tipo de empresas es un aspecto de suma importancia, pues cuando está en armonía la empresa no presenta mayores problemas, pero cuando los intereses individuales aparecen, el futuro de la empresa se pone en riesgo. El inicio de una Empresa Familiar es informal, sin una estructura establecida ni políticas claras. Quienes fundan las Firmas Familiares lo hacen solos, confiando en su capacidad, conocimientos y ganas de crear algo propio, trabajando duro para mantener y consolidar su empresa. Mientras crece la organización la formalización es imprescindible, hay que comenzar a definir puestos, cargos, deberes, responsabilidades, y comenzar a pensar en el futuro de la firma: la sucesión del mando. El momento de la transición es crítico porque aparecen problemas padre-empleador-empresario, quien a pesar de tener que renunciar totalmente al control de la empresa, no lo hace. Los fundadores tienden a

permanecer dentro de la organización, ordenando, controlando y decidiendo, aun cuando los sucesores hayan tomado el mando, lo que ocasiona malestar no solo dentro de la empresa y sus colaboradores, sino también ocasiona fricciones dentro de la familia. Las Empresas Familiares son especiales, justamente por el vínculo afectivo y empresarial que comparten, pero también son especiales porque necesitan una constante renovación y cuidado en su manejo, para mantener en armonía a la familia y a la empresa, cualquier alteración en alguna de ellas ocasiona una alteración en conjunto.

Título: El desempeño en la empresa familiar: un estudio causal de los factores y variables internas

Autor: Gimeno Sandig, Alberto

Esta tesis se centra en la identificación de los factores que influyen en el desempeño de la empresa familiar. El trabajo se enmarca dentro del debate existente en el campo sobre si la condición familiar contribuye o no al desempeño de la empresa, y aportan una perspectiva contingente, es decir, trata de identificar la existencia de circunstancias en las que la familia actúa como un factor positivo y de circunstancias en las que su efecto es negativo.

La empresa familiar tiene un papel central en todo tipo de economías, tanto en las de áreas altamente desarrolladas, como los EE.UU. o Europa, como en zonas en proceso de desarrollo, caso de Latinoamérica o Asia.

No existe consenso sobre el papel que la empresa familiar ha tenido en el desarrollo económico de diferentes países a partir de la segunda revolución industrial. Así, distintos autores proponen que la empresa familiar supo transformarse y adquirir la dimensión necesaria en los EE.UU. (evolucionando hacia sociedades que cotizan), Alemania y Japón (creando consorcios), mientras que en el caso francés y británico las familias empresarias tuvieron una mayor dificultad para organizarse y dotar a las empresas de la dimensión necesaria (Landes, 1951; Kocka, 1978; Payne, 1984;

Yasuoka, 1984; Elbaum y Lazonick, 1986; Kaelbe, 1986; Chandler, 1990; Morikawa, 1992; Church, 1993; Jones y Rose, 1993).

Entre los estudiosos de la gestión de la empresa familiar existe un amplio debate sobre cómo afecta la condición de familiar a la empresa. Para algunos autores la familia sería un factor de debilidad, por lo que proponen una relación causal entre la condición de familiar y una mayor tendencia a la desaparición de la empresa. Para otros, el efecto de la familia sobre la empresa es el contrario: la familia reforzaría a la empresa haciéndola más longeva, propiciando un nivel de desempeño superior al de empresas no familiares.

El objetivo de esta tesis es participar en dicho debate estudiando cómo afecta el hecho de ser familiar al desempeño de la empresa y plantear un modelo causal y su contrastación empírica.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

2.2.1 Definición de Empresa.

Las empresas son agentes económicos, que se dedican a la producción de bienes y servicios a cambio de un beneficio, mediante la utilización de factores de producción (capital y trabajo). En las sociedades modernas la producción se organiza en empresas porque la eficiencia generalmente obliga a producir en gran escala, a reunir un elevado volumen de recursos externos, a gestionar y supervisar cuidadosamente las actividades diarias. Las empresas pueden explotar las ventajas de la producción en masa o a gran escala, reunir los recursos financieros necesarios, organizar y gestionar todas las actividades precisas para llevar a cabo la producción y distribución de bienes y servicios.

El objetivo de toda empresa es poder maximizar los beneficios, esta debe tomar decisiones sobre su producción, como la cantidad a producir y como producir.

Por lo que respecta a cómo se debe producir, es decir, qué métodos son eficientes técnicamente y en qué proporciones se deben emplear los distintos factores,

suponemos que los técnicos y los ingenieros determinan la tecnología más eficiente y que ésta es la utilizada por el empresario.

2.2.2 Tipología de empresas según su tamaño.

Existen varios criterios que definen a las empresas pequeñas y grandes, el cual varía de acuerdo a cada país, generalmente está basado en su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos que presentan características propias de este tipo de entidades económicas (Barrera, 2001). En esta investigación se diferenciará el tamaño de las empresas de acuerdo al número de empleados y el capital.

De acuerdo a la Superintendencia de Compañías del Ecuador, las pequeñas empresas emplean hasta 1 a 10 trabajadores, y su capital fijo (descontado edificios y terrenos) puede ir hasta 20 mil dólares, en cambio las grandes empresas tienen más de 100 trabajadores y 120 mil dólares en activos fijos. La dinámica y organización interna de estas empresas (pequeñas y grandes) es distinta, así como también su dinámica empresarial, la forma de relacionarse con los agentes económicos, con los proveedores y compradores, e inclusive con los empleados.

Una anotación importante es que las pequeñas empresas no compiten de manera directa con las grandes debido a que se concentran en pequeños nichos de mercado, (Porter, 1979), y tienen mayores posibilidades de flexibilidad y cercanía con el cliente, lo que les permite evadir la competencia directa con empresas de mayor tamaño.

Las empresas grandes al tener su disposición mayores oportunidades técnicas y de mercado, pueden beneficiarse de la existencia de economías de escala o financieras, lo que justifica una relación directa entre rentabilidad y tamaño. Entre los rasgos distintivos de cada sector se encuentra el tamaño de las empresas, el grado de concentración, la existencia de barreras de entrada y de la salida del

sector. Es por ello que el tamaño de una empresa es considerado como una variable que influye en la rentabilidad.

Además las grandes empresas también poseen mayor poder de negociación frente a la clientela, proveedores y entidades financieras, así como mayor facilidad para acceder a mercados internacionales.

Las empresas pequeñas tienden a presentar dificultades o barreras pero para el caso de una empresa grande, esta es capaz de aprovechar mejor sus ventajas y de hacer frente también mejor a los posibles inconvenientes.

Los diversos análisis sobre las grandes y pequeñas empresas de varios autores han concluido en que existen dificultades para estos dos tipos de empresas en el mercado.

Algunas de las dificultades que las pequeñas empresas presentan son escasas del nivel de tecnología, baja calidad de la producción, altos costos, falta de crédito, mano de obra sin calificación, y su producción se orienta más al mercado interno. Otro inconveniente que diferencia a las pequeñas empresas de las grandes empresas está en que la mayoría de las empresas pequeñas son familiares, haciendo que las que decisiones que se toman están más relacionadas con las visiones del propietario que con estudios y estrategias empresariales sobre el desarrollo de la empresa (Ramirez y Mungaray, 2008).

Aunque no todo son barreras y dificultades para las pequeñas empresas, debido a que las grandes empresas presentan inconveniente para emplear trabajadores ante sus retos de productividad, proyectando así a las empresas más pequeñas como un medio alternativo y eficiente para absorber mano de obra excedente. Además las empresas pequeñas frente a escenarios macroeconómicos adversos son las que más capacidad tienen para ajustarse a los movimientos del mercado y atender una demanda fluctuante de manera más eficiente, pero estas ventajas no influyen a presentar economías de escala.

Analizado cada desventaja que presentan las pequeñas empresas, se observa que para las grandes empresas estas se convierten en ventajas; como por ejemplo los problemas de financiación, las grandes empresas tienen acceso a mayores fuentes de financiación propias y ajenas.

Porter concluye que estos dos tipos de empresas (pequeñas y grandes) no pueden competir directamente, debido a que las pequeñas empresas prefieren buscar nichos de mercados, por los mayores beneficios que pueden obtener y la facilidad para acceder a ellos y las ventajas que presentan para las pequeñas empresas, como la relación directa con el cliente. Mientras que Ramírez y Mungaray, concluyen que las pequeñas empresas por la agilidad en sus procesos, no tener una estructura organizacional, ni especialización en sus procesos pueden adaptarse fácilmente a las condiciones adversas que se pueden presentar en el mercado.

2.2.3 Concentración de Mercado.

Los efectos de la concentración se encuentran concretamente si el número de ofertantes es suficiente y si alguno de estos tiene por sí mismo capacidad para influir en las cantidades comercializadas o en la fijación de los precios, sin entrar en otras consideraciones.

2.2.4 Modelo de Cournot- Oligopolio.

El modelo propuesto Agustine Cournot, tiene el supuesto básico de que todas las empresas producen una cantidad suponiendo constante la producción de las demás empresas. En este sentido, existirá un equilibrio siempre cuando la producción de cada empresa es óptima, dada la elección de producción de todas las demás empresas. El equilibrio de Cournot conlleva el resultado de que, si las empresas son idénticas entre sí (sobre todo en cuanto a sus respectivas funciones de costes), entonces cada una producirá la misma cantidad de producción, es decir, cada empresa tendrá una cuota de mercado igual a $1/n$, y correspondientemente, cada empresa recibirá el mismo beneficio. Es fácil demostrar que si las empresas tienen

distintas funciones de costes marginales, entonces en el equilibrio las empresas con menores costes marginales acabarán con mayores cuotas de mercado.

2.1.1.1 Modelo de Hotelling

El modelo de Hotelling supone una ciudad lineal de longitud unidad sobre la que se encuentran distribuidos los consumidores con densidad uno, incurriendo en un coste de transporte por unidad de distancia igual a t . Dada una determinada localización de las empresas, este modelo se puede interpretar tanto en términos de distancia física de los consumidores a esas empresas como, en el espacio de características, la distancia del producto ideal que desearía cada consumidor (en términos de contenido de dicha característica) al que ofrece cada empresa.

Las empresas establecidas ante la amenaza de entrada estarían considerando óptima la estrategia de proliferación de marcas como forma de evitar la entrada de potenciales rivales. Además, de no existir la amenaza de entrada, muy probablemente, las empresas establecidas habrían lanzado muchas menos variedades al mercado.

2.3 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.3.1 Hipótesis General

La hipótesis planteada en esta investigación responde a la formulación del problema antes mencionado.

H_i : Las empresas grandes tienen ventajas sobre las pequeñas empresas.

H_o : Las empresas grandes no tienen ventajas sobre las pequeñas empresas.

2.3.2 Hipótesis Particulares

H_1 : El tamaño tiene relación directa con las economías de escala.

H_o : El tamaño no tienen relación directa con las economías de escala.

H_2 : Tener coste medio bajo proporcionan ventaja competitiva.

Ho: Tener coste medio bajo no proporcionan ventaja competitiva.

2.3.3 Declaración de Variables

Variables Independientes:

- Tamaño
- Coste medio bajo

Variables dependientes

- Economías de Escala
- Ventaja Competitiva

2.3.4 Operacionalizacion de las variables

3 Variable Dependiente: Limitaciones del crecimiento económico

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS BASICO	INSTRUMENTOS
Es el aumento de la renta o valor de bienes y servicios finales producidos por una empresa en un determinado período de tiempo.	Producción de bienes o servicios	Índices de productividad.	¿Considera usted que el bajo nivel en la producción de productos o servicios limitan la comercialización de sus empresas?	Cuestionario
	Crecimiento de mercado	Índices de inversión.	¿Piensa Ud. que el bajo crecimiento de mercado afecta la fidelidad de los clientes?	Cuestionario
	Aumento de ventas.	Índices de rentabilidad	¿Considera Ud. que los niveles de ventas afectan directamente su rentabilidad como empresa?	Cuestionario

Variable Independiente ventaja competitiva.

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS BASICO	INSTRUMENTOS
<p>Entendemos por ventaja competitiva el mantenimiento de relaciones a largo plazo con los clientes más rentables de la empresa, obteniendo una alta participación en sus compras.</p>	<p>Compras realizadas</p>	<p>Número de facturas donde conste la venta de los productos de la empresa.</p>	<p>¿El servicio o el producto adquirido resulto ser el que Ud. esperaba o deseaba?</p>	<p>Cuestionario</p>
	<p>Valor percibido contra competencia</p>	<p>Diferenciación del valor del producto adquirido contra el valor que ofrece la competencia.</p>	<p>¿Considera Ud. que los productos servicios que ha adquirido llenan sus expectativas en cuanto a calidad y precio?</p>	<p>Cuestionario</p>
	<p>Recurrencia de compra</p>	<p>Número de veces que compra el mismo producto o servicio en cierto periodo de tiempo.</p>	<p>¿Ha incidido en sus compras la forma en que fue atendido?</p>	<p>Cuestionario</p>

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

La presente investigación es de tipo descriptiva, en la cual se ha revisado cada argumento teórico, con la finalidad de comprobar su grado de veracidad antes de cualquier análisis empírico. Si se busca analizar la existencia de ventajas entre grandes empresas sobre pequeñas empresas.

En la sección de análisis por medio de lógica económica, se aclara la elección las teorías de economías de escala, el origen de estas, la obtención de las funciones de producción, y la utilización de la función de costos, así mismo se analiza la concentración de mercado; la siguiente parte es la de que contiene la discusión de los argumentos lógicos económicos; para finalizar con las conclusiones y las recomendaciones del tema.

La primera parte del análisis se enfoca en la revisión teórica de economías de escala, funciones de producción, función de costos y concentración de mercado. En los que se aborda la relación que tienen estas teorías con la explicación de las ventajas que tienen las empresas grandes sobre las pequeñas. La segunda parte contiene la sistematización de los datos obtenidos. La tercera parte se centra en la discusión de los datos obtenidos.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Característica de la población

La población será las empresas grandes y las empresas pequeñas, que se pretende conocer por medio de la investigación la distinción entre ellas, ventajas dificultades, etc.

3.2.2 Delimitación de la población

Se diferencia a la población por ciertos criterios importantes para su definición como Origen del Capital, localización, números de empleados, capacitación continua de los empleados, valor de sus activos, pago de impuestos, y problemas que presenta sean financieros, administrativos, operativos.

3.2.3 Tipo de muestra

En esta investigación se consideró el tipo de muestra probabilística debido a que todas las empresas tuvieron la misma posibilidad de ser elegidos.

3.2.4 Tamaño de la muestra

Se consideró aplicar una selección de muestra, la cual es 357.

3.2.5 Proceso de selección

El instrumental para la recolección de los datos estuvo conformado por encuestas a las empresas.

Para la agrupación y sistematización del análisis numérico, a fin de comprobar la teoría encontrada con los datos arrojados por las encuestas para justificar la existencia de ventajas de la empresa grande sobre la pequeña se procedió de la siguiente manera:

La agrupación de datos se realizó a través de porcentajes, pues al tener varios de carácter cardinal hubiera sido mala idea utilizar promedios. El primer acercamiento al análisis se realizó a través del Método de Frecuencias Relativas para obtener una visión panorámica de los resultados. Este método es muy utilizado en estudios descriptivos y consiste en calcular y comparar el porcentaje con el que cada valor contribuye al total entre las diversas categorías de series de datos. Se lo complementó con gráficas tipo columnas apiladas al 100% a fin de no utilizar demasiado espacio (que se usaría si se optara por gráficos tipo pastel) y poder señalar leyendas que faciliten la explicación. La formulación responderá a:

Se utilizará la siguiente fórmula ya que la población es finita

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N - 1)E^2}{Z^2} + pq}$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

Z: Nivel de confianza; para el 95% Z= 1.96

p: Posibilidad de que ocurra un evento p=0,5

q: Posibilidad de no ocurrencia de un evento q= 0,5

E: Error de la estimación, por lo general se considera el 5%; en este caso E=0,05

$$n = \frac{5099 (0.5)(0.5)}{\frac{(5099 - 1)(0.05)^2}{1.96^2} + (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{1274.75}{\frac{(5098)(0.0025)}{3.8416} + (0.25)}$$

$$n = \frac{12430.25}{3.5676281}$$

$$n = 357$$

El número de encuestas necesarias para realizar la investigación será de 357.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

Esta investigación es de tipo descriptiva y explicativa, pues busca presentar evidencias acerca del tema propuesto, tratada con la finalidad de salvaguardar la prudencia en las conclusiones y reforzar la validez interna.

La investigación se desarrolló dentro de la modalidad bibliográfica con un diseño no experimental transicional, utilizando el método hipotético deductivo,

3.1.1 Modalidad Bibliográfica.

Esta modalidad es estudiar y compilar de diversas fuentes de información, basándose en revisión teórica, ubicando el objeto de estudio en el marco del conocimiento desarrollado en el área y consultar de fuentes bibliográficas y digitales.

3.1.2 Diseño Experimental Transicional.

Es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no se hace variar intencionalmente las variables independientes, tan solo se observa los fenómenos y como se desarrollan en su contexto natural, para después ser analizados.

3.1.3 Método Hipotético – Deductivo.

Este método consiste en plantear la hipótesis y contrastarla con la realidad, por consiguiente el proceso investigativo se realizó de la siguiente manera:

1. Observación

2. Planteamiento de hipótesis
3. Recolección de información relativa al tema.
4. Definición de las posibles alternativas teóricas.
5. Análisis de la información.
6. Deduciones de conclusiones a partir del análisis
7. Elaboración del informe final.

3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

El ingreso de la información obtenida se hará utilizando el programa utilitario Microsoft Excel, mediante técnicas

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

4.1.1 Lógica Empírica

En este capítulo se describe el marco conceptual en que se desarrolla esta investigación. Se analizan el concepto de economías de escala y su relación con las funciones de producción. Así mismo la concentración de mercado y como medir la concentración (índices de concentración).

4.1.1.1 Economías De Escala

Las economías de escala están reflejadas si las ganancias de la producción se incrementan y/ o los costos disminuyen como resultado del aumento del tamaño y eficiencia de la empresa. Dados los precios a que una empresa puede comprar los factores de producción, surgen economías de escala si el aumento de la cantidad de factores de producción es menor en proporción al aumento de la producción, creando ventajas en términos de costes que una empresa obtiene gracias a la expansión. Existen factores que hacen que el coste medio de un productor por unidad caiga a medida que la escala de la producción aumenta.

En general, las economías de escala describen el comportamiento de los costos de acuerdo con una variación en los productos y otras variables relacionadas con el tamaño. Es decir tiene una relación implícita con la productividad y los costos de

producción. Si aumenta la producción y se reducen los costos se da la existencia de economías de escala.

Uno de los efectos que tienen las economías de escala sobre las empresa, es que al comprar productos a escala, permiten al comprador (consumidor) obtener un precio más bajo y consecuentemente lograr más utilidades, o bien, hacer ventas a menor precio que otros competidores que no se abastecen a gran escala. Si bien, las empresas podrían producir infinidad de productos, éstos podrían aumentar su bienestar si se especializan en pocos e importan otros para beneficiarse de las economías de escala. El bienestar de las empresas aumenta, puesto que los consumidores disponen de más variedad de productos, mayores cantidades y, principalmente, menores precios.

Las economías de escala, se asocian al tamaño de la empresa. Esto se refiere a que partiendo de una empresa más pequeña, a medida que va aumentando el tamaño y la escala operativa, se producen ciertas economías de escala, todo esto ajustando los insumos de manera óptima para poder reducir los costos unitarios de producción, y proporcionar mayores ganancias y ahorros en el costo de producción. Esta afirmación nos lleva a que los rendimientos crecientes surgen de la especialización del capital y del trabajo, obtenidos en virtud del tamaño de la empresa y de la producción en masa de un producto estandarizado.

Las propiedades técnicas de la producción a largo plazo se establecen en torno al concepto de rendimientos a escala. Escala significa el tamaño de la empresa medido por su producción. Existen rendimientos o economías a escala crecientes cuando al variar la cantidad utilizada de todos los factores, en una determinada proporción, la cantidad obtenida del producto varía en una proporción mayor. Éste sería el caso si, al doblar las cantidades utilizadas de todos los factores, obtenemos más del doble del producto.

Existen características que crean o aumentan las economías de escala.

- Recursos especializados y la división del trabajo (y del capital), hay capital humano y físico que conforme la unidad productiva aumenta su escala.
- Aumentan la capacidad de producción (mayores volúmenes). Es decir, cuando la producción se incrementa, las firmas con ventas grandes pueden necesitar relativamente menos inventarios que las firmas con ventas pequeñas para afrontar la misma probabilidad de quedarse sin existencias.
- Aumento de la eficiencia productiva.
- Uso de medios de producción de alta calidad y empleo de trabajadores altamente calificados, es decir, la experiencia aumenta la productividad de los factores humanos en el uso de los restantes insumos y extienden las economías de escala que se hubieran podido conseguir. Ahora el conocimiento es la llave para el desarrollo de ventajas competitivas, y esto presenta una característica distinta, ya que la adquisición de información y conocimiento es mucho más simple y puede ser utilizada por un solo individuo, o un grupo de tamaño reducido; evitando así la necesaria erogación de grandes sumas para economías de escala.
- Mejoramiento en la aplicación de la tecnología. Debido a que si la tecnología que dispone le permite que, ante un aumento en el producto, los costos de producción crezcan menos que proporcionalmente. Es decir, a medida que se incrementa el producto, los costos medios disminuyen.
- Facilidad en los préstamos bancarios.
- Sostenimiento de laboratorios de investigación y experimentación. Es decir costos de lanzamiento en investigación y desarrollo, destinados a nuevos productos, nuevos procesos o inversiones de ampliación de capacidad.

- Disminución en costos de transporte, La operación de pocas plantas incrementa los costos agregados de producción, pero reduce los costos totales de transporte necesario para la distribución.
- Costos fijos de largo plazo. El costo del insumo de tamaño mínimo requerido para la producción es un costo fijo de largo plazo.
- Las economías de escala existen cuando los costos medio de producción (es decir costos por unidad producida) caen a medida que aumenta la producción. También cuando son costos medios a largo plazo y decrecen con el aumento de la producción, es decir costos medios decreciente (rendimientos crecientes), por tanto movimientos a lo largo de la curva de costes medios decreciente. La consecuencia económica es que conviene producir grandes volúmenes, dado que se prorratan mejor los costos totales.
- Si al aumentar la producción disminuyen los costos variables medio, cuando las otras variables de la función de costos permanecen constantes.

Como se mencionó anteriormente si los costos medios bajan a medida que aumenta la producción, se encuentra la existencia de economías de escala. Lo que conllevan a la vinculación decreciente de los costos medios en el largo plazo a medida que la producción aumenta. Aquellas están presentes en las obras (economías de escala de largo plazo, cuando el capital gana en flexibilidad, dado que en el corto plazo las redes y plantas están fijas) y en los servicios (economías de escala de corto plazo, en la gestión y mediante racionalización de recursos comunes de dirección superior, gerencia general, administración, contabilidad, finanzas, atención al cliente, facturación, mantenimiento de redes y plantas, compras y contrataciones, atracción de talento al sector, nuevas tecnologías de productos y procesos, posición frente a la regulación, poder negociador frente a proveedores, etcétera. A largo plazo, las empresas tratan de optimizar sus escalas de producción en el punto donde el CMe

es mínimo, pues la entrada de competidores en busca de rendimientos positivos hará que el precio baje hasta anularlos.

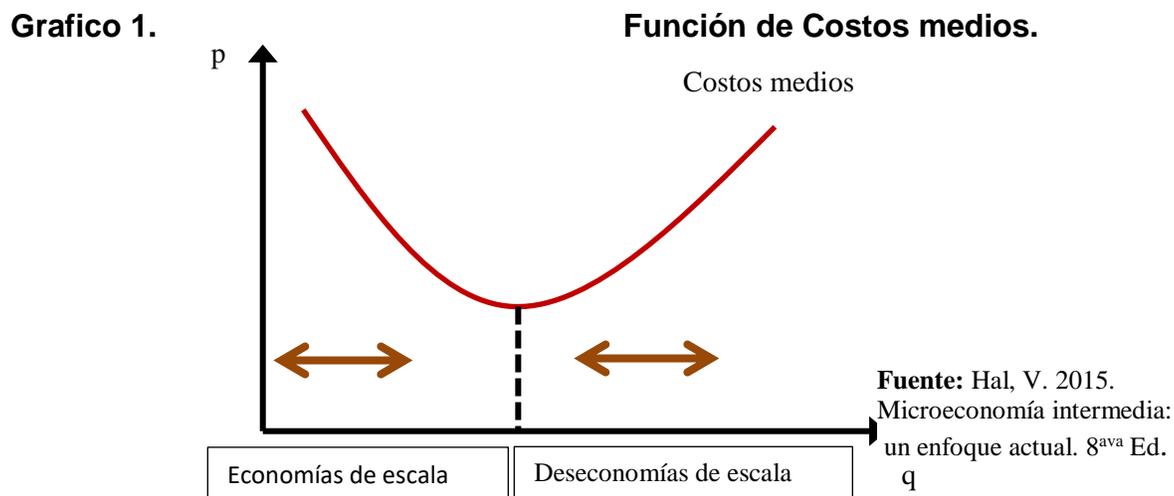
El concepto de economías de escala sirve para el largo plazo y hace referencia a las reducciones en el coste unitario a medida que el tamaño de una instalación y los niveles de utilización de inputs aumentan.

Siendo la finalidad de conocer las ventajas que existen entre las empresas grandes sobre las pequeñas, (Apella y Maceira 1999), mencionan que las pequeñas empresas enfrentan problemas relativos a su tamaño, los mismos que son ajenos a las grandes empresas. Estos se ven reflejados en la imposibilidad de realizar economías de escala al interior de la empresa, reduciendo los costos fijos de producción y/o los precios de los productos finales, a fin de aumentar la competitividad.

Que la función de producción exhiba rendimientos crecientes no es garantía de que todas las empresas puedan generar economías de escala. Para ello se requiere lograr variaciones significativas en la producción, lo cual está sujeto a ampliar su cuota de mercado, mejorar los canales de distribución, reponer tecnología e innovar en sus procesos productivos y administrativos (Ramirez y Mungaray, 2008). Si se asume que las pequeñas tienen capacidad para generar economías de escala implicaría que sus funciones de producción y costos deben exhibir rendimientos crecientes, y que son los aprendizajes y capacidades empresariales los que les permiten reducir sus costos respecto a la producción acumulada.

Por otro lado, las grandes empresas pueden de operar con rendimientos crecientes en sus procesos de producción y generar economías de escala que les permitan desplazar sus curvas de costos medios a posiciones más competitivas frente a otras empresas

La presencia de economías de escala en una industria implica una productividad marginal creciente de los factores productivos y por tal motivo, que los costos medios sean decrecientes. En otras palabras, los costos totales crecen menos que proporcionalmente a la cantidad producida. Paralelamente, la necesidad de realizar una gran inversión al inicio de la actividad, considerada como costo fijo también constituye una fuente generadora de costos medios decrecientes en el corto plazo.



Generalmente, la manera en que se mide la capacidad para producir las economías de escala es mediante la función de producción. En la cual indica la cantidad máxima de productos que se pueden obtener con un conjunto de insumos determinados. A menudo se dice que las empresas grandes son eficientes porque operan bajo rendimientos crecientes y pueden alcanzar economías de escala en amplios segmentos de su función de producción, lo cual les permite aproximarse a los costos medios mínimos de la industria. Más adelante se analizara más a fondo la función de producción.

4.1.1.2 Función de Producción

En este apartado se analizaran las funciones de producción más relevantes, y su relación con las economías de escala. Las funciones de producción neoclásicas han sido uno de los métodos más utilizados para la estimación de las economías de escala, entre ellas las funciones de producción Cobb-Douglas o las CES. Aunque otra manera de estimar los parámetros de la función de producción es a partir de

los teoremas de dualidad, los que se refieren a que los parámetros correspondientes a las economías de escala pueden obtenerse a partir de la propia función de producción o la función de costos.

- **Definición de Función de Producción**

La función de producción es la relación que se da entre la cantidad máxima de producción que se puede obtener con la cantidad de recursos (factores productivos), utilizados por la empresa en un periodo de tiempo dado.

La función de producción tiene los siguientes supuestos:

- Todo cambio en los factores productivos se acompaña, también, de un cambio en la magnitud total de producción aunque sea pequeño.
- En consecuencia, hay interdependencia entre los factores productivos utilizados y el valor de la producción total.
- Los factores de producción que se utilizan pueden dividirse de manera infinita.
- Puede darse cualquier combinación de insumos utilizados para generar una cantidad de producción determinada.
- Hay un estado de conocimiento determinado.

La función de producción de una empresa para un bien determinado (q), está representada de la siguiente forma:

$$q = f(k, l)$$

En la que la función de producción mantiene una estrecha relación entre la cantidad óptima de producto que se puede obtener con todas y cada una de las combinaciones de los factores de la producción específicos. Para ser más clara la explicación solo se consideran dos factores: capital y trabajo

En donde:

(q): Es el producto generado

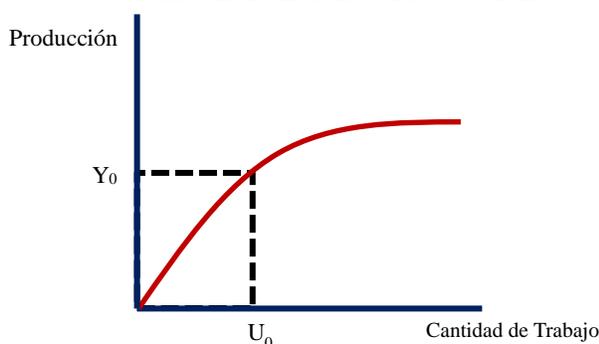
(k): Es el Capital invertido

(l): Es el Trabajo empleado

El trabajo agrupa los servicios productivos de los diferentes tipos de mano de obra existente. El capital representa todos los elementos creados por el hombre y que logran la producción, por ejemplo, la maquinaria, edificios, dinero, etc.

Si la cantidad producida está en función de la cantidad de insumos utilizados, entonces podrá ser modificada, cambiando la cantidad de un recurso y manteniendo constante la

Grafico 2. Función de Producción



Fuente: Hal, V. 2015. Microeconomía intermedia: un enfoque actual. 8^{ava} Ed.

4.1.1.3 Ley Rendimientos a Escala

Los rendimientos a escala describen la relación entre la producción de mercancías y la escala de los factores de producción a largo plazo. Es decir, cuando las cantidades de cada uno de los factores de producción, que han sido empleados en proporciones constantes, aumentan o disminuyen. Estos rendimientos a escala han conformado “economías a escala” que han surgido de la integración absoluta o la indivisibilidad de los factores productivos. Ocurren cuando no es posible reducir el

uso de ciertos insumos proporcionalmente con el producto. Las indivisibilidades significan que con cierto costo medio es posible hacer cosas a gran escala, que en pequeña escala implica mayor costo.

Una notación importante es que no se deben confundir los rendimientos a escala con el producto marginal de un factor. El producto marginal se obtiene modificando un solo factor de producción, mientras que los rendimientos a escala se obtienen modificando todos los factores de producción.

- **Rendimiento a Escala Constante.**

Los rendimientos constantes a escala se caracterizan por que a medida que aumenta la capacidad instalada de una empresa, por un lado el producto aumenta “en igual proporción”, y por otro lado, la “productividad de los factores se mantiene constante”. Desde el punto de una función de producción, significa que se duplica la cantidad de cada uno de los factores, se duplica la producción. Expresándose esta relación de la forma siguiente:

$$kf(x_1, x_2) = f(kx_1, kx_2)$$

Donde x_1 y x_2 son los factores de producción.

- **Rendimiento a Escala Creciente.**

Los rendimientos crecientes a escala se caracterizan por que a medida que aumenta la capacidad instalada de una empresa, por un lado el producto aumenta “en una mayor proporción”, y por otro lado, la “productividad de los factores se incrementa”. Expresándose esta relación de la forma siguiente:

$$f(kx_1, kx_2) > kf(x_1, kx_2)$$

Donde x_1 y x_2 son los factores de producción.

- **Rendimiento a Escala Decreciente.**

Los rendimientos decrecientes a escala se caracterizan por que a medida que aumenta la capacidad instalada de una empresa, por un lado el producto aumenta “en una menor proporción”, y por otro lado, la “productividad de los factores disminuye”. Expresándose esta relación de la forma siguiente:

$$f(kx_1, kx_2) < kf(x_1, x_2)$$

Donde x_1 y x_2 son los factores de producción.

Esta situación se relaciona con tecnologías obsoletas y/o con una deficiente administración de los recursos. El término "disminución" los rendimientos a escala se refiere a la escala donde la producción aumenta en una proporción menor que el aumento en todas las entradas.

En los procesos productivos, la presencia de los rendimientos a escala constantes suele estar sujeta a la independencia de dichos procesos y a la existencia de factores productivos divisibles (tienen costo constante y se pueden fraccionar en unidades separadas sin que pierdan su eficacia productiva). De hecho, este tipo de rendimientos ocupa un lugar importante en la teoría económica, pues hay razones para esperar que en ciertos casos la función de producción de una industria muestre rendimientos constantes; si toda la producción de una industria se realiza en plantas de un tamaño eficiente, la manera más razonable de duplicar todos los factores sería duplicar el número de plantas. En cambio la presencia de rendimientos crecientes a escala tiene como causa más importante la existencia de factores productivos indivisibles (no se pueden fraccionar sin que se pierda su eficacia). Conforme aumenta la escala de operaciones de una empresa, los factores indivisibles como el trabajo especializado y la maquinaria se pueden emplear en forma más eficiente, lo que conduce a un incremento más proporcional de la producción. Por otro lado la presencia de rendimientos decrecientes va normalmente asociada a procesos no independientes y a la presencia de algún factor fijo (permanecen constantes en el proceso productivo y corresponden a los costos fijos), cuyo uso no es posible repetir.

Las funciones de producción pueden lógicamente presentar rendimientos constante a escala en algunas combinaciones de insumos y crecientes o decrecientes en otras combinaciones.

Una medida local de los rendimientos a escala, definida en una combinación dada de insumos (k, l) , es la elasticidad de producción:

$$\varepsilon(k, l) = \frac{Pmg(k, l)}{\frac{f(k, l)}{(k, l)}}$$

donde la elasticidad respecto a cada factor es igual a:

$$\varepsilon(k) = \frac{Pmgk}{Pme k} \quad \varepsilon(l) = \frac{Pmgl}{Pme l}$$

Donde se puede demostrar que:

$$\varepsilon(k, l) = \varepsilon(k) + \varepsilon(l)$$

De esta manera, la elasticidad de producción en cualquier punto de la región económicamente significativa es la suma de todas las elasticidades de producción con respecto a los diversos insumos en este punto.

Entre las características importantes de una función de producción es cuando la producción de la empresa aumenta y cuando los recursos o factores aumentan, la producción depende de la tecnología, los insumos son fijos y variables, divisibles e indivisibles, versátiles y específicos.

- **Factores o insumos fijos y variables**

Los fijos permanecen constantes en el proceso productivo y corresponden a los costos fijos, ejemplo: la planta productiva.

Los variables son los factores que cambian según el monto de la producción, ejemplo: materia prima utilizada, mano de obra, etc.

- **Factores divisibles e indivisibles**

Los divisibles se refieren a los que tienen costo constante y se pueden fraccionar en unidades separadas sin que pierdan su eficacia productiva, ejemplo: lotes de tierra.

Los indivisibles no se pueden fraccionar sin que se pierda su eficacia, ejemplo: maquinaria y equipo.

- **Factores versátiles y específicos**

Los versátiles se refieren a los que pueden emplearse en diversos usos en el proceso productivo, ejemplo: el trabajo se puede adaptar a distintos procesos.

Los específicos solo se les destina a un uso especial, ejemplo: maquina catadora.

Un aspecto muy importante lo es la tecnología pues va a permitir a las distintas empresas que se incrementen las posibles combinaciones de factores, dando nuevos procesos productivos que pueden ser más eficientes, desplazando a los procesos que se tenían vigentes

Como se definió antes que hay retornos a escala que pueden ser crecientes, constantes o decrecientes, todo depende si al aumentar los insumos aumenta la producción en forma más que proporcional, proporcional o menos que proporcional, respectivamente. Sin embargo, ésta no es una definición precisa, ya que para aumentar la producción minimizando costos puede ser necesario cambiar la combinación de insumos, por lo tanto una manera correcta de estudiar la presencia de estas economías debe ser a través de una función de costos que tenga en cuenta tales consideraciones. Esta función corresponde al mínimo costo para cada nivel de producción, dada la tecnología y el precio de los insumos.

La dualidad existente entre las funciones de producción y de costos se cumple siempre y cuando:

- a) La Función de producción tenga la misma relación marginal de sustitución entre inputs (capital y trabajo).
- b) El precio del capital y trabajo se mantengan constantes.
- c) El comportamiento de la empresa sea de minimizar los costos.

4.1.1.4 Funciones de producción simples

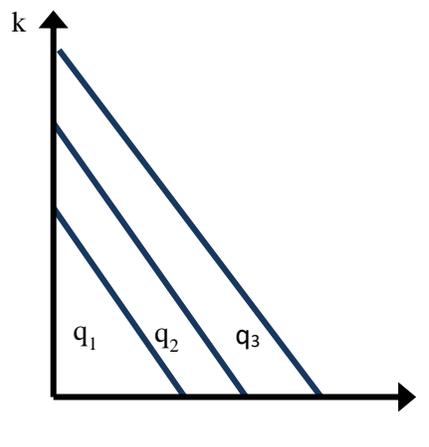
Estas funciones están caracterizadas por una elasticidad de sustitución diferente y muestran rendimientos constantes a escala.

- Funciones de producción Lineales: Este tipo de funciones son muy útiles pero pocas veces utilizadas por que resulta difícil imaginar que un proceso de una empresa esté basado en utilizar tan solo un factor (capital o trabajo). Están representadas de la siguiente manera:

$$q = f(k, l) = ak + bl$$

Donde a y b son los parámetros de productividad física marginal del factor asociado.

Grafico 3. Función Lineal.



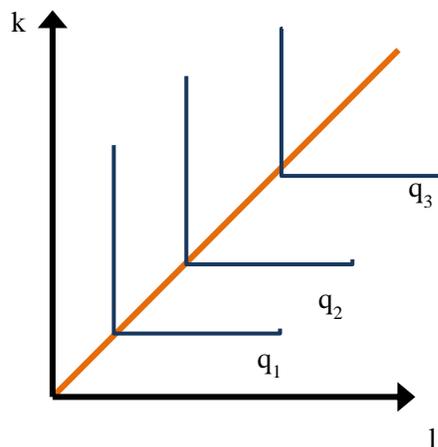
Fuente: Hal, V. 2015. Microeconomía intermedia: un enfoque actual. 8^{ava} Ed.

- Funciones de producción con proporciones fijas (Leontief): El capital y el trabajo siempre se utilizan en proporciones fijas y está determinada de la siguiente manera:

$$q = \min(ak, bl) \quad a, b > 0$$

En la que min significa que la producción está determinada por el menor de los valores del capital y trabajo. Donde a y b representan los parámetros de cantidad del factor asociado necesaria para producir una unidad de producción.

Grafico 4. Función de Leontief



Fuente: Hal, V. 2015. Microeconomía intermedia: un enfoque actual. 8^{ava} Ed.

- Función de producción Cobb- Douglas: Esta función es un modelo que se utiliza para analizar la relación entre los insumos empleados en un proceso productivo y el producto final. Una función de producción Cobb-Douglas (capital y trabajo), viene representada por la siguiente expresión.

$$q = f(k, l) = ak^{\alpha}l^{\beta}$$

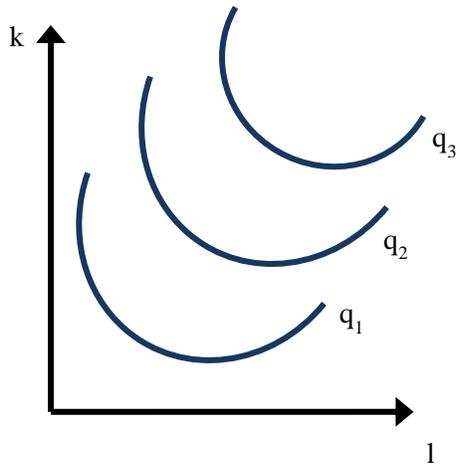
En donde α y β con constantes positivas y representan las elasticidades de la producción respecto al factor asociado. Mientras que (a) es el parámetro a estimar de eficiencia (factor de escala).

Si $\alpha + \beta = 1$: la función de producción tiene rendimientos constantes a escala.

Si $\alpha + \beta < 1$: la función de producción tiene rendimientos decrecientes a escala.

Si $\alpha + \beta > 1$: la función de producción tiene rendimientos crecientes a

Grafico 5. Función Cobb- Douglas



escala.

Fuente: Hal, V. 2015. Microeconomía intermedia: un enfoque actual. 8^{ava} Ed.

- Función de producción CES (Elasticidad de sustitución constante): Arrow, Chenery, Minas y Solow, definieron esta función de producción CES con la misma propiedad que la función de producción Cobb- Douglas. Está determinada por:

$$q = f(k, l) = [k^\rho + l^\rho]^{\gamma/\rho}$$

Para $\rho \leq 1, \rho \neq 0$ y $\gamma > 0$. En la que γ/ρ permite introducir implícitamente los factores de los rendimientos a escala.

Si $\gamma > 1$ la función exhibe rendimientos crecientes a escala.

Si $\gamma < 1$ la función exhibe rendimientos decrecientes a escala.

Una vez conociendo la función de producción y la relación que existe entre los factores productivos, (capital y trabajo), hay que conocer la cantidad de producción y costos, es decir conocer cuánto la empresa paga por sus factores productivos. Siendo base de la investigación utilizar una función de costos general, debido a que es suficiente para el estudio de economías de escala. La función de costos se halla en función del producto, es decir el costo es el valor de los factores de producción empleados en la elaboración de bienes y servicios. La función de costo es útil ya que contiene toda la información económicamente relevante acerca de la tecnología de la empresa que hace mínimo el costo de producción.

Detrás de un costo está el consumo de un recursos productivo que se caracteriza por ser escaso cuyo uso se convierte en costos y gastos para cualquier unidad productiva, llámese pequeñas o grandes empresas. Las economías de escala se pueden medir a través de la elasticidad del coste respecto a la cantidad producida. Esta elasticidad mide cómo cambian los costes cuando varía la producción.

4.1.1.4 Función de Costo del factor

El comportamiento de la función de costos totales es fundamental para la determinación del comportamiento de la empresa individual y de la industria como un todo. Siguiendo las funciones de producción neoclásica, se tienen tres funciones de costo del factor: la de costo total del factor, la de costo medio del factor y la de costo marginal del factor

- **Función costo total del factor (CT)**

Volviendo al modelo sencillo con dos únicos factores en la que el trabajo y el capital es homogéneo (l , medido en horas-hombre), (k , medido en horas-maquinas), la

función de costo total nos daría el costo mínimo al que la empresa podría producir una determinada cantidad (x), dados los precios actuales de los factores. Es decir el gasto en que incurre la empresa por la utilización del factor productivo en cuestión o al egreso que tiene la empresa por la compra del factor ya que se supone que todo lo que la empresa compra del factor lo utiliza. Adicionando que los principales costos de oportunidad del propietario de la empresa son los relacionados con el capital que aporta ese propietario.

El costo total del factor va a depender del precio del mismo y de la cantidad del factor que se compre y utilice. El costo total del factor será una función creciente de su nivel de utilización a tasa constante dada por el precio del factor

$$C = wl + vk$$

$$C = C(v, w, q)$$

Si asumimos que existen dos factores productivos (capital como factor fijo y trabajo como factor variable).

En caso de conocer el beneficio económico que es la diferencia entre el ingreso total y el costo total de la empresa. En el cual el ingreso esta determinado por precio del producto de la empresa (p) multiplicado por su producción total. Buscando así la empresa maximizar sus ganancias.

$$\pi = p \cdot q - wl - vk$$

$$\pi = pf(k, l) - wl - vk$$

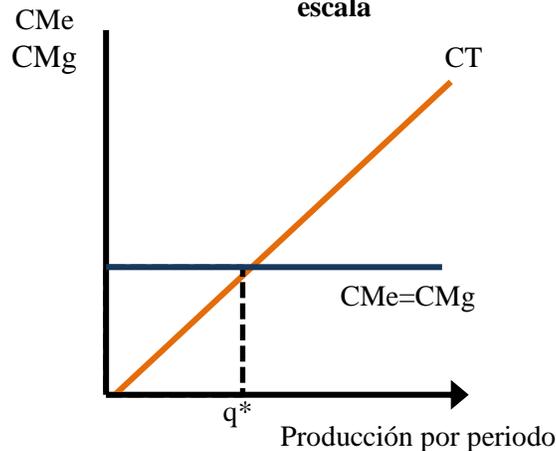
Se llama costo marginal del factor (CMg) al incremento en el costo total del factor por la utilización o compra de una unidad adicional del mismo. Para funciones continuas, es la derivada primera de la función de costo total del factor y, por ende, es igual al precio de compra de dicho factor.

$$CMg(v, w, q) = \frac{\partial C(v, w, q)}{\partial q}$$

Se concluye, por tanto, que el costo medio del factor coincide con su costo marginal para cualquier nivel de utilización del factor en cuestión. Los supuestos de la teoría del equilibrio individual de la empresa como demandante del factor productivo variable que las funciones de costo incorporan son: el precio del factor como un dato para la empresa (competencia perfecta en el mercado del factor), y la variación de existencia nula en lo que tiene que ver con la igualdad entre compras y utilización del factor

productivo.

Grafico 7. Costo Total - Rendimientos constantes a escala

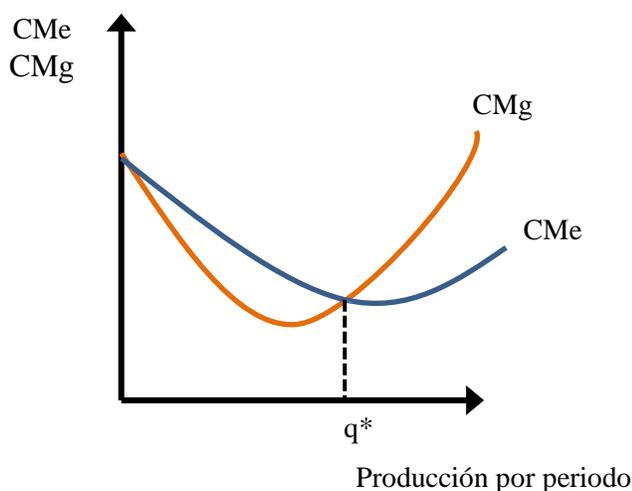


Fuente: Hal, V. 2015. Microeconomía intermedia: un enfoque actual. 8^{ava} Ed.

Para rendimientos constantes a escala, el costo total es proporcional al nivel de producción, el costo marginal y el costo medio son constantes e iguales para todos los niveles de producción.

El costo medio empieza siendo igual al costo marginal para la primera unidad producida, sin embargo, a medida que la producción aumenta el costo medio es superior al costo marginal porque el costo medio refleja tanto el costo marginal de la última unidad producida como los costos marginales más altos de las unidades producidas anteriormente. Siempre que el Costo medio o medio sea mayor al costo marginal, el costo medio estará disminuyendo. Dado que los costos más bajos de las unidades nuevas producidas estarán por debajo del costo medio, estos siguen provocando que el costo medio disminuya. Sin embargo, el costo marginal aumenta, hasta que al final en (q^*) es igual al costo medio. Más allá de este punto, el costo marginal es mayor al costo medio y el costo medio estará aumentando porque los costos marginales cada vez más altos los empujan al alza.

Grafico 8. Costos promedio y marginal



Fuente: Hal, V. 2015. Microeconomía intermedia: un enfoque actual. 8^{ava} Ed.

- **Estructura de la función de Costos**

La función de costos describe la relación entre los costos de producción, los productos y los precios de los factores. Por lo general, el costo total (CT) de producción está compuesto por dos componentes: el costo fijo (CF) que es independiente del nivel de producción, y el costo variable (CV) que varía con el nivel de producción. Bajo determinadas condiciones, se puede suponer que las firmas

buscan minimizar sus costos de acuerdo con los niveles de producción y precios dados (factores exógenos) dada una restricción tecnológica.

- **Los Costos Variables**

Son todos aquellos costos que mantienen una relación directa con las cantidades producidas y varían de manera proporcional, con el uso de la capacidad instalada. Por ejemplo el consumo de las materias primas directas. Un costo variable puede incrementarse o disminuir dependiendo el nivel de producción de la empresa.

Los cuales están expresados de la siguiente manera:

$$CV = A (q)$$

Dónde:

A: Costo variable unitario

(q): es la cantidad de unidades producidas

- **Los Costos Fijos**

Independientemente del número de unidades producidas o vendidas, los costos fijos no cambian en el corto o mediano plazo, no tienen una relación directa con la producción o las ventas. Por ejemplo el alquiler de las oficinas, de la fábrica, del pago de los sueldos del personal administrativo y sus cargas sociales, del pago de la vigilancia, los salarios mínimos de los vendedores, de la depreciación del edificio de producción y del edificio administrativo, de la depreciación de la maquinaria, y del equipo y del pago de los intereses por un crédito contratado a un plazo determinado.

- **Costos Totales**

Los costos totales constituyen la suma de los costos variables totales y los costos fijos totales, el costo total parte del punto en donde comienzan los costos fijos, es

decir, toda actividad productiva, aunque su producción y ventas sean cero, siempre debe hacerle frente a los costos fijos.

Este es un hecho muy significativo en cualquier actividad productiva, porque cuando una empresa inicia sus actividades, en las primeras etapas de su producción, los costos que tendrán mayor importancia relativa, son los costos fijos, de ahí que, conforme se incrementa el uso de la capacidad instalada, los costos fijos se comienzan a disolver en una mayor cantidad de unidades producidas y el costo unitario desciende, produciéndose lo que se conoce como: Las Economías de Escala.

Expresado de la siguiente formula:

$$CT = CF + CV$$

$$CT = CF + A(q)$$

Además del costo total, las empresas están interesadas en el costo medio, el cual se obtiene al dividir los costos totales para las unidades producidas.

Para hacer estimaciones de precios y beneficios, la empresa necesita saber el costo medio de cada unidad producida, por eso, el costo fijo medio es el costo fijo total dividido para las unidades producidas, a medida que la producción aumenta, el costo fijo medio (CFme) disminuye continuamente. También el costo variable medio es el costo variable total dividido entre la cantidad de producción, al igual que el costo total medio o costo por unidad, es el costo total dividido entre la cantidad de producción.

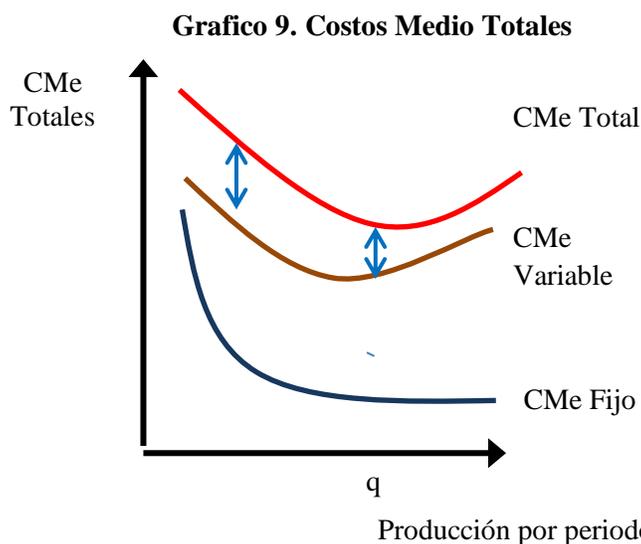
$$CFme = \frac{CF}{q} \quad ; \quad CVme = \frac{CV}{q} \quad ; \quad CTme = \frac{CT}{q}$$

Al dividir para (q) las unidades producidas, el costo fijo (CFme), se vuelve variable, porque depende de la cantidad de unidades producidas, mientras tanto el costo variable (CVme), se vuelve fijo porque ya no depende de las unidades producidas. Eso hace que la función de costos medios sea descendiente siempre.

A corto plazo hay la existencia de factores fijos y variables. La empresa puede ajustar la producción cambiando los factores variables. En cambio a largo plazo todos los factores productivos son considerados variables. La importancia de esta diferenciación es que distingue el costo variable que la empresa puede evitar si no produce nada a corto plazo del costo fijo y que debe pagar, independientemente del nivel de producción que elija.

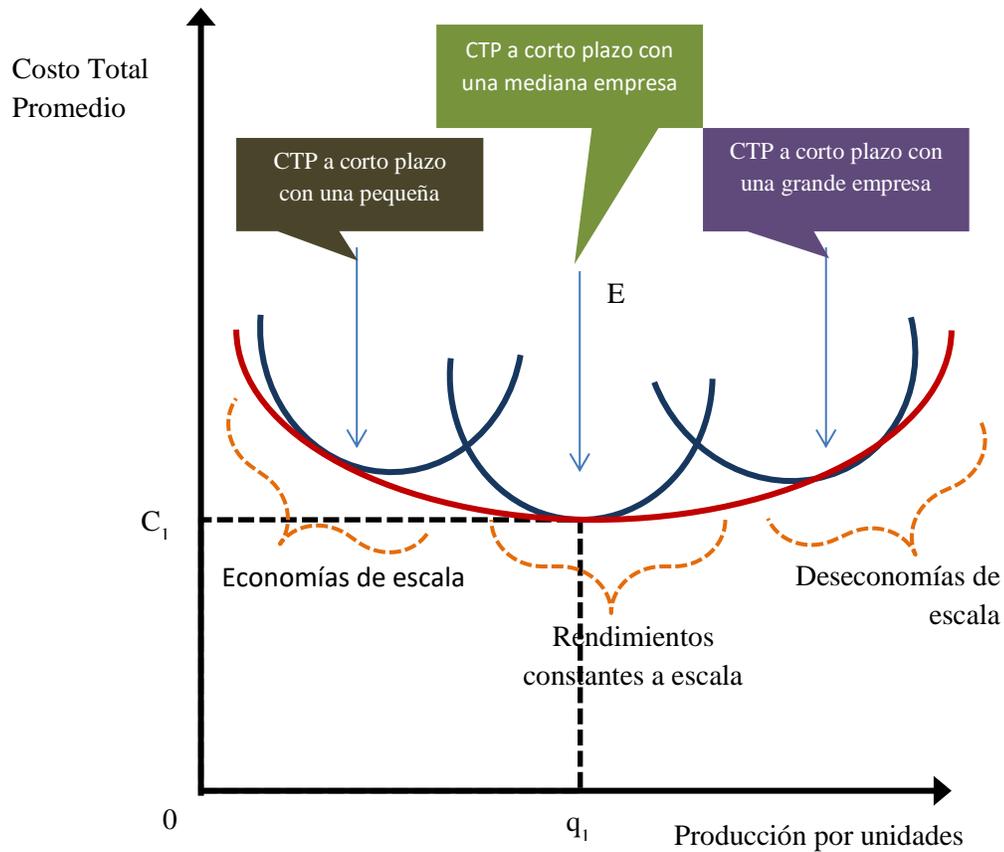
Cuando las empresas están activas algunos costos fijos son afectados sea cual sea la producción, en cambio para los costos variables aumentarán cuanto mayor sea la cantidad producida.

Si se asume que la variable principal para establecer un criterio diferenciador del tamaño de empresa no es la cuota de mercado, sino la función de costo medio (cme) a largo plazo, asociada con diferente productividad y capacidad competitiva de cada empresa. Debido a que cuando hay rendimientos a escala los costos medios a largo plazo decrecen, y el producto crece más rápidamente que las cantidades requeridas de factores productivos. En cambio cuando hay existencias de rendimientos constantes los costos medios son constantes, donde el producto y los factores productivos varían en la misma proporción. Si hay existencia de rendimientos decrecientes los costos medios crecen, el producto aumenta menos que proporcionalmente respecto al incremento de los factores.



Fuente: Hal, V. 2015. Microeconomía intermedia: un enfoque actual. 8^{ava} Ed.

Grafico 10. Costo Total Promedio a Corto Plazo



Fuente: Hal, V. 2015. Microeconomía intermedia: un enfoque actual. 8^{ava} Ed.

4.1.1.5 Importancia de los Costos Fijos Bajos

Un caso clásico de economías de escala, es cuando existen costos fijos en la producción. Refiriéndose al costo que se incurre durante el período por el simple hecho de producir algún monto positivo, cualquiera que este sea. Con el afán de ser precisos es necesario determinar el comportamiento de los costos, no sólo en el margen de aumentos en el producto sino también en el margen de si uno, varios o

todos los productos se ofrecen del todo. Los costos fijos generan economías de escala, pues entre mayor sea el número de unidades producidas, menor es el monto que cada una tienen que asumir del costo, es decir las economías de escala provocan que los costos fijos sean bajos, implicando que existan avances tecnológicos pues aminoran también la estructura de costos fijos y de gastos administrativos de la empresa.

Entre las dificultades que presenta una pequeña empresa para llevar procesos de innovación que apunten a generar productos o procesos nuevos, con la finalidad de crecer en el mercado y obtener una ventaja sobre las empresas grandes, se encuentra las inversiones en infraestructura y el conocimiento especializado, tendiendo a elevar los costos fijos. Las empresas pueden distribuir sus costos fijos entre las muchas unidades producidas. A mayor escala menor costo unitario y más ventajas competitivas dan pie a mayores márgenes de beneficio. Ahora el conocimiento es la llave para el desarrollo de ventajas competitivas, y esto presenta una característica distinta, ya que la adquisición de información y conocimiento es mucho más simple y puede ser utilizada por un solo individuo, o un grupo de tamaño reducido; evitando así la necesaria erogación de grandes sumas para economías de escala.

Las empresas grandes aprovechan las economías de escala, que les permite obtener ventajas sobre las pequeñas empresas por su tamaño (grandes), siendo que sus costos sean más bajos por el gran volumen de producción que poseen, es decir las empresas grandes tienen una ventaja absoluta sobre las pequeñas empresas, lo cual dificulta que las empresas pequeñas tengan costos de producción menores que las grandes. Un supuesto en el comportamiento de las empresas que minimizan sus costos, es que el nivel de producción de las empresas está predeterminado, que el precio de los insumos o factores son fijos y exógenos, y que la empresa elige la combinación de insumos que minimiza los costos totales de producir y unidades.

En caso de querer las empresas pequeñas competir con las grandes empresas existe la gran dificultad del concepto de economías de escala, tan solo que las

pequeñas empresas se especialicen en un nicho de mercado en donde exista una ventaja competitiva, siendo la calidad del producto o un rasgo distinto mas no el precio.

4.1.1.6 Importancia de Concentración de Mercado

Las empresas se concentran por muchas razones: para expandirse a nuevos mercados o actividades nuevas o existentes, para buscar mayor eficiencia económica, para adquirir poder en el mercado, diversificarse, expandirse en un mercado geográfico, entre otras.

Las concentraciones pueden ser horizontales, cuando se dan entre agentes que producen o venden los mismos productos, es decir son competidores. Estas concentraciones pueden reducir la competencia en un mercado cuando.

Por otro lado, las concentraciones son verticales cuando se dan entre agentes económicos que operan en diferentes etapas de producción. Generalmente, no crearán problemas para la competencia, a menos que favorezcan determinadas conductas como incrementar el costo a rivales al adquirir una empresa que compra o vende a un rival, o facilitar la colusión en un nivel al llevar a cabo tratos en un segundo nivel. En una integración vertical sería preocupante si alguna de las empresas involucradas tiene poder sustancial en el mercado relevante o uno relacionado.

La concentración económica constituye un aspecto de especial relevancia para tratar de caracterizar un mercado o una industria, debido a que muestra que las grandes empresas están creciendo a un ritmo superior al resto de empresas. La concentración de mercado se refiere al grado en que dicho mercado está concentrado en un número determinado de agentes, generalmente productores o vendedores. Aunque puede darse el caso en que existan mercados donde el número de agentes sea reducido, o mercados donde el número de agentes sea más o menos elevado, pero uno de estos agentes o unos pocos tienen un control prácticamente absoluto sobre una parte importante del mercado, lo que se

fundamenta en el modelo de competencia perfecta, asumiendo que un mayor número de vendedores, y por tanto un menor nivel de concentración genera siempre resultados más deseables en términos de eficiencia.

El grado de concentración en mercados proporciona información importante sobre la estructura organizativa, y resulta relevante para determinar el grado de competencia existente.

Aunque las medidas de concentración son útiles para comparar el nivel de competencia entre distintos mercados, algunos mercados presentan diferentes características que hacen que no existan una relación totalmente directa entre grado de concentración y el nivel de competencia, cuando se compraran mercados con estructuras diferentes como las diferencias tecnológicas que se usa en cada mercado, así como a las características de los bienes producidos, por lo que su nivel de competencia no sería directamente comparable a través del cálculo de índices de concentración. Pero desde el enfoque de las economías de escala en el caso que se considera los factores tecnológicos determinan el nivel de eficiencia, de ahí es que las economías de escala definen la dimensión óptima, y dadas las condiciones de costos y demandas, se puede establecer el número de empresas que pueden operar en un mercado, aunque no se podría determinar el grado de desigualdad existente entre las empresas o de concentración de mercado. Usualmente para definir este grado de semejanza o desigualdad entre empresas se consideran variables como el valor añadido, el volumen del negocio o el número de trabajadores.

Los índices de concentración resumen en un único valor el grado de concentración existente en un determinado mercado, estos índices toman como referencia, por un lado la cuota de mercado de las empresas integrantes y por otro lado, la curva de concentración, que acumula sucesivamente las cuotas de mercado de las empresas integrantes ordenadas de forma creciente con el tamaño. Es decir, los índices dependen de dos variables que los determinan, el número de empresas y el grado de desigualdad en el tamaño de estas, cuya ponderación difiere entre los distintos

índice, de forma que los resultados serán diferentes en función del índice de concentración que se utilice.

Las propiedades deseables que deberían satisfacer estos diferentes índices de concentración serían a que la transferencia de una parte de la producción desde una empresa a otra de mayor dimensión no debe disminuir el valor del índice de concentración y en caso de que exista la unión de dos o varias empresas, tampoco debe disminuir el índice de concentración.

La medida más simple de medir el grado de concentración de un mercado es a través de la inversa de número de empresas, $1/N$, siendo N el número de empresas que participan en determinado mercado. Este indicador es simple y tomaría un valor igual a 1 cuando exista una situación de monopolio (única empresa), mientras que su valor iría disminuyendo conforme aumentase el número de empresas en dicho mercado. La competencia perfecta vendría determinada por un valor cercano a cero. Así cuando menor sea este valor, mayor sería el nivel de competencia existente. La ventaja que presenta es medida simple, está en la sencillez de su cálculo y la escasa información que se necesita para su cálculo, aunque la desventaja que presenta esta medida se encuentra en que no satisface el criterio de transferencia y no considera el tamaño relativo de la empresa. Así, en determinados mercados las empresas tienen que ser de gran tamaño dada la tecnología de dicho sector, mientras que en otros tamaños pueden ser muchas más reducidas.

A continuación se describen brevemente algunos índices de concentración, entre ellos se encuentra el ratio de concentración (RC), índice de Herfindahl, entre otros. Previo a la correcta medición de la concentración es necesario definir el mercado, las unidades de análisis y el índice a ser utilizado.

- **Ratios de Concentración (RC)**

El más antiguo y utilizado entre las medidas de concentración, está definido como la cuota de mercado acumulada de las r mayores empresas de una industria o

sector, y por tanto sería el valor que toma la curva de concentración en el punto r . Expresado de la siguiente manera:

$$CR(r) = \sum_{t=1}^r S_t \quad \forall i = (1, \dots, r, r+1, \dots, N)$$

Donde r es el número de las empresas más grandes y N es el número total de empresas. Mientras que su rango de variación de este índice vendría dado por: $\frac{r}{N} \leq CR(r) \leq 1$

Aunque solo se necesita la información sobre las empresas más grandes que operan en un determinado mercado, presenta un problema en la selección arbitraria del valor r .

○ Índice de Herfindahl

Este índice propuesto por Hirschman como una media alternativa al índice de Gini para tratar de medir la concentración espacial de las actividades económicas. Se calcula como la sumatoria del cuadrado de las cuotas de mercado, y tiene la siguiente forma:

$$HK(2) = \sum_{i=1}^N S_i^2$$

Este índice se puede expresar en función del coeficiente de variación del tamaño de las empresas así como el número de estas, que son las dos variables que determinan el nivel de concentración en una determinada industria o rama de actividad. Expresando este índice de la forma:

$$HK(2) = \frac{\sigma^2 + 1}{N}$$

Siendo σ^2 el coeficiente de variación de las cuotas de mercado de las distintas empresas. De esta forma, el índice depende inversamente del número de empresas (a mayor número menor nivel de concentración) y directamente del cuadrado de la dispersión relativa del tamaño empresarial respecto a la dimensión media.

El principal problema de este índice es que supone una sobrevaloración de las empresas de mayor tamaño, por lo que podría generar problemas en determinados mercados oligopólios.

Una vez analizado los índices más utilizados para medir la concentración de un mercado es importante conocer que el estudio de la concentración es interesante, además de la relación que pueda establecerse entre concentración y poder monopólico, por otras razones como: el poder de negociación de una industria ante el Estado para lograr ventajas fiscales, protección comercial y otras, en estrecha relación al grado de concentración de la respectiva industria. De igual manera, al Estado puede resultarle útil conocer el nivel de concentración de una industria para aplicar, por ejemplo, políticas de concertación y regulación en aquellos rubros altamente concentrados.

Sutton menciona que se asocia el aumento del tamaño del mercado con un incremento del número de empresas, con la reducción de la concentración y con el mantenimiento del tamaño medio de las empresas si no se alteran los costes hundidos (fijos) de entrada al mercado. Esto es decir que en industrias con costes hundidos exógenos, con producción homogénea y fuertes costes de instalación en relación con el tamaño del mercado, la teoría predice estructuras de mercado muy concentradas.

En cambio Ghemawat y Chadar (2000), aducen que las economías de escala han de ser muy altas para beneficiar la concentración de la industria. En la mayoría de los sectores las economías de escala no se dan por lo que, con la fusión o la compra se produce una pérdida de valor en la empresa compradora. Desde el mercado se argumenta que el tamaño es ineludible para competir, pero responde estos autores que también existen pequeñas empresas que compiten muy bien en un mercado

global, una empresa no necesita ser grande, necesita ser eficiente. Los partidarios de la integración empresarial afirman que solo el tamaño puede permitir el nivel de investigación, aunque muchas innovaciones proceden de pequeñas y medianas empresas; la investigación no es cuestión de grandes medios sino de formar equipos que funcionen ágilmente con personas motivadas y en un ambiente empresarial capaz de asumir riesgos.

Junto a las economías de escala las empresas buscan crecer en tamaño para conseguir un conjunto de objetivos: mayor competitividad, acceso fácil y buenas condiciones a la financiación del mercado, reducir al mínimo el margen de acción de los competidores. Siendo así que las empresas buscan como finalidad maximizar los beneficios, parece evidente que a mayor tamaño aumenta la posibilidad de mayores beneficios debido a las potenciales economías de escala.

La lucha por obtener un ahorro de costes o entrar en un nuevo mercado no implica obligatoriamente conseguir un gran tamaño, pero también es cierto que una empresa pequeña debe realizar un gran esfuerzo para conseguir estos objetivos. Una talla elevada hace que en teoría reducir gastos sea algo más fácil y rápido gracias a la economía de escala.

Para concluir, las empresas con una ventaja comparativa en producción logran obtener una mayor participación en el mercado, obteniendo rentas económicas o Ricardianas, y no necesariamente ganancias monopólicas. En efecto, muchos estudios resaltan la importancia de la existencia de economías de escala como determinante de la concentración, precisamente por el alcance de la eficiencia productiva en términos de reducción de costos.

La concentración de mercado acelera el ritmo de crecimiento, reduce su costo y disminuye los riesgos. Así la empresa es capaz de reducir más fácilmente el peso de sus costos fijos al producir en masa y al vender a un mercado mayor.

4.1.2 Revisión Empírica.

El total de empresas encuestadas fue de 365, todas corresponden a tipo de empresa comercial. El formato de la encuesta diseñada se encuentra en el Anexo A.

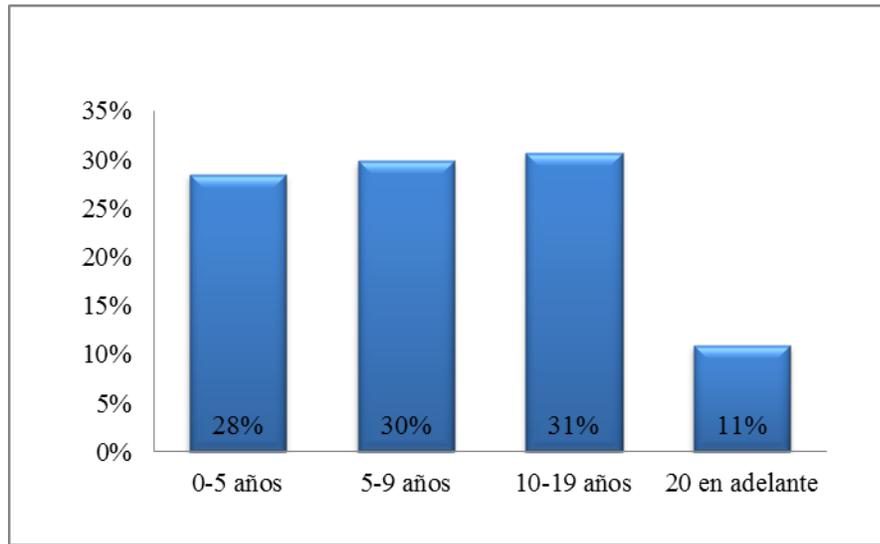
La investigación empírica existente pone de manifiesto la trascendencia del tamaño en distintos aspectos de la gestión empresarial.

4.1.2.1 Análisis de composición, con frecuencias relativas.

Este análisis permitirá llegar a la conclusión si se evidencia ventajas de las empresas grandes sobre las pequeñas. Se decidió utilizar el método de frecuencias relativas complementado con un gráfico de columnas apiladas al 100% como ya se mencionó, junto a otras especificaciones, en el apartado de metodología.

La mayoría (entre el 28% - 31%) de empresas se han mantenido en el mercado por 10 años, aunque son pocas (11%), las que llegan a estar por más de 20 años o más, esto puede ser a las dificultades que se presentan, como problemas financieros, falta de recursos o apoyo, algún impacto macroeconómico.

Grafico 11. Año de Inicio de Actividades.

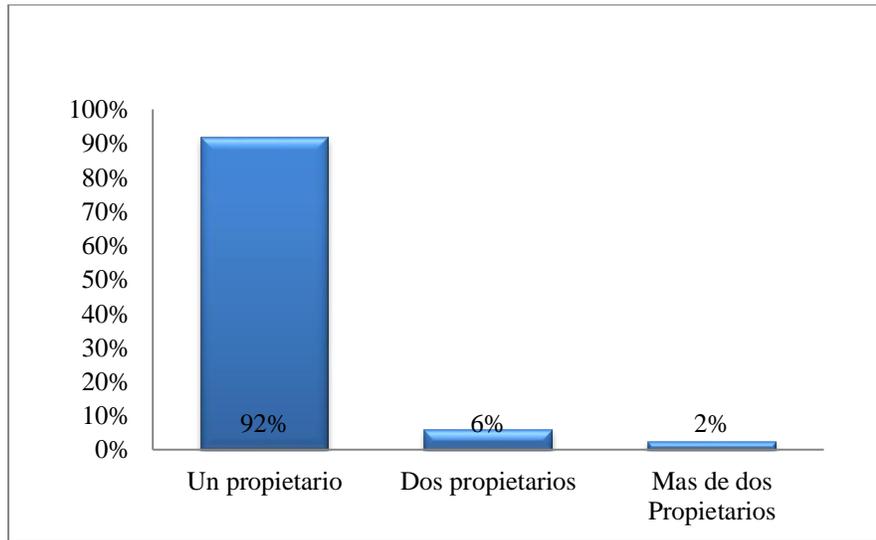


Elaborado por Autor

Son muchos millones de nuevos negocios que nacen cada año, pero algunos de estos empresarios desconocen la realidad del mercado o las escasas probabilidades de supervivencia sin un apoyo estratégico. Debido a que no es sencillo levantar un negocio de la noche a la mañana y que se mantenga a lo largo del tiempo, se requiere gran esfuerzo y enorme dedicación. Todas las empresas de cualquier tipo de actividad comercial, industrial o de servicio son inherentes al riesgo. Algunas de las causas que contribuyen a estos fracasos es la falta de competencia y de experiencia en la dirección de empresas dedicadas a la actividad concreta de que se trate.

Por otro lado se encuentra el número de propietarios de una empresa, el cual para el caso de ser una empresa de tipo individual (1 solo propietario), esta tiene la responsabilidad única e ilimitada de responder por la totalidad de las deudas contraídas por la empresa con todo lo que posee, incluidos su vivienda y otros bienes. En el grafico 12, podemos observar que la mayoría (92%) de las empresas son constituidas de carácter individual.

Grafico 12. Número de Propietarios de la empresa

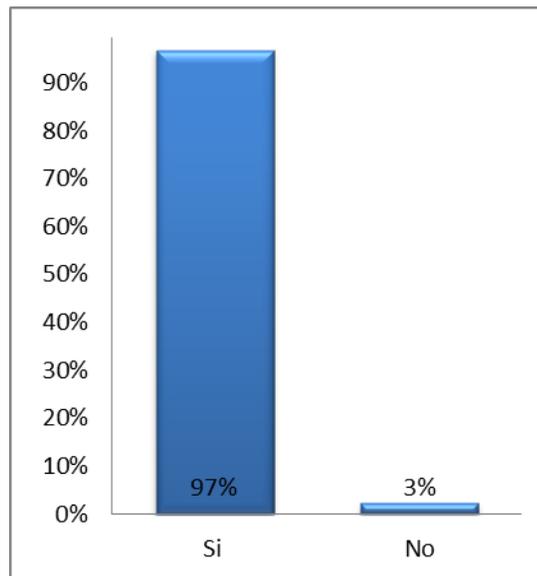


Elaborado por los Autores.

Aunque la empresa al depender de una sola persona, es menos estable y puede disolverse con la muerte del propietario, pero para constituir este tipo de empresa no se requiere de muchos trámites y no tiene que dividir sus beneficios porque no cuenta con socio alguno.

Como se mencionó anteriormente la mayoría de las empresas pequeñas son de constitución familiar, y esto da paso a la existencia de conflictos, rivalidades y tensiones familiares, llevando al fracaso de la empresa. Muchas tensiones y rivalidades familiares están latentes pero no se expresan hasta que desaparecen los líderes familiares. Sin embargo, el conflicto y las tensiones familiares son inevitables y no siempre son negativos pues pueden servir para promover la necesaria renovación estratégica y organizativa de la empresa. Aunque en el sentido de pertenencia y un propósito común a toda la fuerza laboral puede convertirse en una ventaja competitiva. Al observar el grafico 13, el 92% de las empresas con de tipo familiar.

Grafico 13. Constitución de la empresa – Familiar

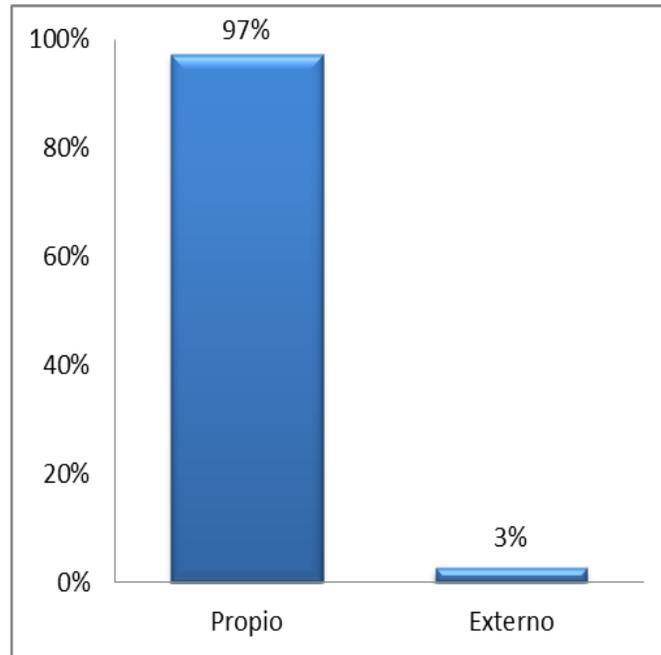


Elaborado por los Autores.

Los desafíos comerciales que afectan particularmente a las empresas familiares, pueden clasificarse en: modernización de las prácticas obsoletas, y manejo de las transiciones.

Toda empresa requiere de recursos financieros para desarrollar sus actividades comerciales, sea para adquirir activos fijos o para disponer de capital de trabajo que permita maniobrar los activos con la finalidad de manufacturar bienes o prestar servicios a sus clientes. En empresas grandes, el financiamiento de terceros, principalmente de las entidades financieras, es usual.

Grafico 14. Composición del Capital Externo

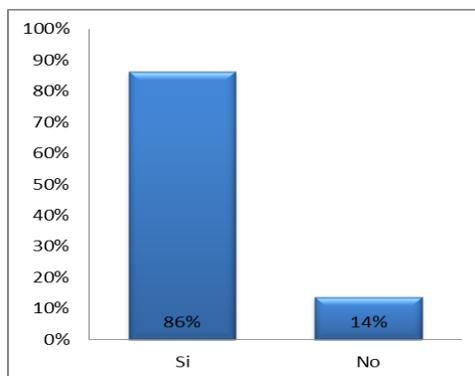


Elaborado por los Autores.

Las empresas encuestadas mantienen su composición de capital entre el 97% propio y tan solo el 3% proveniente capital externo. Si se le da prioridad a la estabilidad de la empresa, es recomendable obtener capital de accionistas pues este es permanente y no existe la obligación de pagar a entidades ajenas durante situaciones económicas adversas. El capital proviene de los propietarios del negocio, socios u accionistas dependiendo de la estructura de la empresa, es generalmente una inversión directa de efectivo. Y cuando se obtienen utilidades, los dueños pueden decidir reinvertir lo obtenido.

La capacitación de los empleados por parte de la empresa es un factor de desarrollo que permita a las empresas dentro de su plan estratégico, lograr mejores beneficios y posicionamiento en los mercados. Las empresas pequeñas al mantener a sus empleados capacitados, les proporcionan una ventaja de poder enfrentarse a nuevos retos y desafíos que proporciona el mercado. Al observar el grafico 15, se encuentra que el 86% de las empresas tienen a su personal capacitado para que se especialicen un área específica.

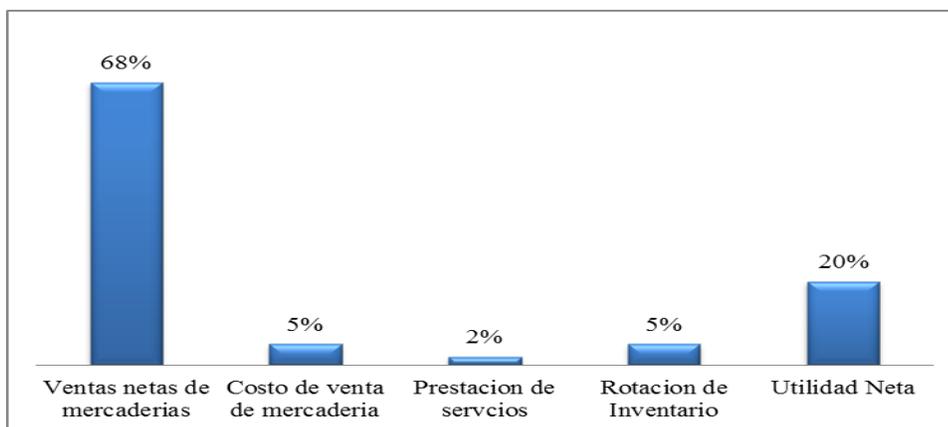
Grafico 15. Capacitación del personal por parte de la empresa



Elaborado por los Autores.

El incremento de la productividad de las 365 empresas encuestadas, está basado en las ventas netas de mercaderías (68%), lo cual nos podemos referir que estas empresas como son de tipo comercial, están enfocadas a aumentar sus unidades producidas y tener estrategias de ventas y comercialización.

Grafico 16. Incremento de la productividad – Ingresos de la organización.

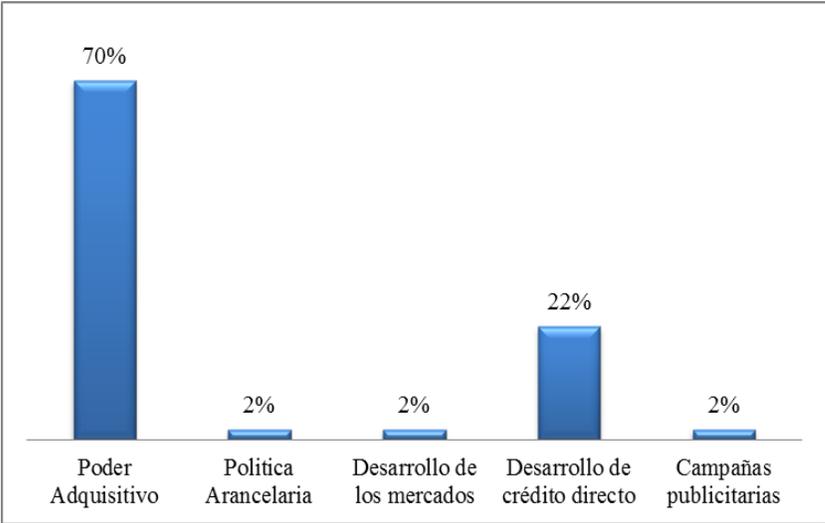


Elaborado por Autor

El poder adquisitivo (ingreso personal disponible), es una variable importante que contribuye al incremento de las ventas netas de mercaderías, como se muestra en

el grafico 17, que el 70% de empresas dependen del poder adquisitivo para aumentar las ventas.

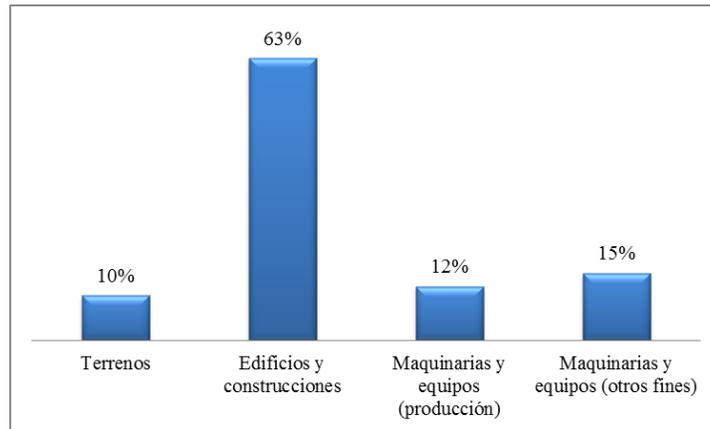
Grafico 17. Dependencia del incremento de sus ventas al mercado.



Elaborado por los Autores.

Para las empresas pequeñas sus activos son edificios o construcciones (63%), son pocas las que aparte de tener construcciones, poseen terrenos y maquinarias para la ayuda de sus procesos productivos. Las empresas grandes poseen todo lo que se refiere a activos para mejorar sus procesos, como una sucursal o una mejor maquinaria.

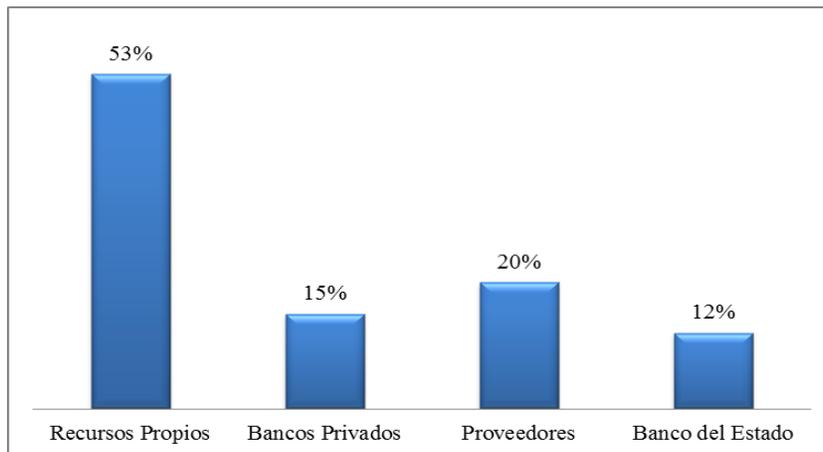
Grafico 18. Grado de concentración de sus activos.



Elaborado por los Autores.

Las facilidades de obtener financiamiento, ya sea para alguna mejora o creación de algún negocio la fuente del capital proviene de los recursos propios que puedan conseguir, como se mencionó antes el capital propio es siempre mayoritariamente al capital externo. Para este caso el financiamiento por parte de los recursos propios está en el 53%, mientras que la segunda fuente de financiamiento esta por parte de los proveedores 20%. Los proveedores le ofrecen crédito en el pago de la compra de mercadería, plazos cortos o largos que dependen del tipo de empresa.

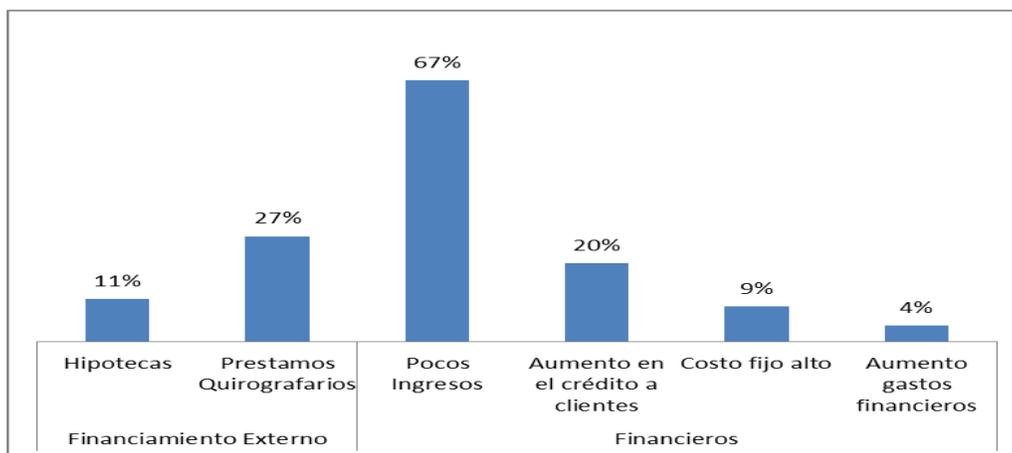
Grafico 19. Financiamiento de la organización



Elaborado por los Autores

Los problemas que más se evidencian está en la parte financiera, al no obtener altos ingresos, existe la dificultad de acceder a préstamos, y mucho menos a préstamos hipotecarios. La consecuencia de pocos ingresos se da por los altos costos que las empresas generan al inicio de sus actividades.

Grafico 20. Problemas que enfrentan las empresas.



Elaborado por los Autores

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVA.

4.2.1 Economías de Escala- Rentabilidad y Tamaño.

Las economías de escala se ven reflejadas en las ganancias que las empresas obtienen y a medida que incrementa la producción los costos disminuyen, entonces si existe una relación estrecha entre la rentabilidad y el tamaño. Debido a que al ajustarse de manera óptima desde su producción a escala y reduciendo sus costos, logran un ahorro en el costo de producción obteniendo así mayores ganancias. La lucha por obtener un ahorro de costes o entrar en un nuevo mercado no implica obligatoriamente conseguir un gran tamaño, pero también es cierto que una empresa pequeña debe realizar un gran esfuerzo para conseguir estos objetivos. Una talla elevada hace que en teoría reducir gastos sea algo más fácil y rápido gracias a la economía de escala.

La existencia de economías de escala se da cuando existe la especialización de los factores, mayor cantidad de producción, mejor eficiencia en los procesos productivos, producción de alta calidad, mano de obra calificada y especializada, mejoras tecnológicas, facilidad de préstamos bancarios, apoyo a investigaciones, reducción en costos de transporte.

Una vez analizado la relación entre tamaño y rentabilidad; y las características que tienen las empresas con economías de escala, se considera que las pequeñas empresas no presentan economías a escala, tan solo las grandes empresas pueden gozar de esta ventaja competitiva, debido a que las empresas grandes tienen mayores disposiciones de oportunidades técnicas y de mercado.

4.2.2 Dificultades de las pequeñas empresas.

Algunas de las dificultades que presentan las empresas pequeñas son:

- Dificil acceso a mercados financieros.
- Apertura a nuevas tecnologías y modernización de la gestión, por falta de acceso a préstamos financieros.
- Dificultad de acceso a economías de escala (producción y comercialización).
- Falta de estructura organizacional
- Falta de planificación a largo plazo y de objetivos claramente definidos.
- Dificultad de mantener el control en los procesos de crecimiento acelerado.
- Con frecuencia, su carácter familiar le impide dotarse de cuadros directivos profesionales.
- Presenta resistencia a fusiones, asociaciones (Concentración).

- Discontinuidad en los niveles de calidad.
- Insuficiencia de los beneficios concedidos por la administración.

4.2.3 Ventajas de las pequeñas empresas

- Con más flexibles en el sistema productivo.
- Capacidad para generar empleo.
- Tienen más posibilidades de una relación personal con el cliente.
- Pueden cambiar de nicho de mercado más fácilmente dada su infraestructura sencilla.
- La planeación y organización no requieren de mucho capital.
- Los procesos de gestión son más sencillos, lo cual hace que la empresa pueda tomar decisiones estratégicas rápidamente.

4.2.4 Ventajas de las grandes empresas

Pero esta investigación está centrada en las ventajas que las grandes empresas presentan, una vez aclarado que la principal ventaja es la presencia de economías de escala, que potencia su capacidad de ingreso a mercados, y aumentando sus beneficios, por su parte eleva la competitividad, favoreciendo a la industria por la necesidad de nuevos productos, y de mejor calidad, se ha llegado a la conclusión que esta importante ventaja desencadena otras más:

- Tienen a tener un avance tecnológico por el desarrollo en investigación. Las economías de escala favorecen a los factores tecnológicos, debido a que aumentan la eficiencia en sus procesos productivos.
- Poseen potencial financiero, es decir tienen fácil acceso a oportunidades de financiación.
- Cuentan con gran capacidad técnica en cada uno de sus procesos, personal especializado y asesores en cada una de las actividades que desarrollan. El contar con mano de obra especializada también ayuda a la reducción de costos.
- Poseen costos fijos bajos, debido a que a mayor número de unidades producidas sus costos fijos se reducen. Es decir, mientras mayor sea la escala de producción, menor es el costo unitario y mayor rentabilidad (beneficios).

El contar con personal especializado se convierte en que el conocimiento es la llave para el desarrollo de ventajas competitivas. A parte la innovación se ha convertido en una importante variable empresarial estratégica. La necesidad de adaptarse a los cambios, e incluso generarlos a través de una política agresiva de innovación, la han convertido en una actividad determinante para la obtención de importantes ventajas competitivas. Esta circunstancia ha obligado a las organizaciones a introducir dicha variable dentro de sus planes estratégicos, de forma que permita la consecución de la necesaria competitividad para operar en el contexto actual. Aunque las empresas son conscientes de la necesidad de innovar, muchas de ellas encuentran grandes barreras al desarrollo de este tipo de actividades. Esta situación se agrava en el caso de las pequeñas empresas, con reducida capacidad financiera y escaso personal cualificado para acometer el proceso innovador. No por esto podemos afirmar que las pequeñas empresas son menos innovadoras que las grandes, aunque sí podemos anticipar que su comportamiento es distinto en materia de innovación. En este sentido, respecto a la relación entre el tamaño de empresa y la innovación, se encuentran ciertos argumentos.

En cambio el grado de concentración de un mercado depende de las condiciones de costes y demanda, así como de la conducta de las empresas existentes y las potenciales.

4.3 RESULTADOS

Las ventajas, inherentes a la dimensión de las empresas, se denominan economías de escala. Se considera que existen economías de escala cuando el coste de producción de un único producto decrece con el número de unidades producidas, y las economías de escala hacen que el número de empresas que pueden abastecer de forma eficiente un mercado se reduzca. Esta situación elimina las posibilidades de beneficiarse de la competencia entre empresas. De hecho, las economías de escala pueden ser tan grandes que la eficiencia consista en una sola empresa abasteciendo a todo el mercado. Si esto ocurre, las economías de escala crean un fallo de mercado que impiden alcanzar una asignación eficiente de los recursos. En la mayoría de industrias las economías de escala se producen hasta alcanzar cierto nivel de producción o tamaño de negocio.

Mediante la función de producción se puede analizar el cambio que se produce en la producción si todos los factores productivos varían en una misma proporción. Esta cuestión es de gran importancia, debido a que la existencia de los rendimientos a escala (escala –significando el tamaño de la empresa medido por su producción).

Si mencionamos que las economías de escala son producidas al aumentar la producción y minimizando los costos, la mejor manera para comprobar esta teoría es mediante la utilización de la función de costos, la cual esta derivada de una función de producción simple.

Esta función de costos está integrada por costos totales que incluyen los costos fijos más los costos variables. Para una mejor medición de algún impacto sobre los beneficios y eficiencia, es mediante los costos medios.

Para las empresas grandes es importante la existencia de economías de escala, debido a que estas se reflejan en sus ganancias o beneficios. La competitividad

entre las grandes y pequeñas empresas se basa en realizar mejores alianzas estratégicas, para poder comprar sus productos en grandes volúmenes y conseguir buenos descuentos por volumen, esto para poder realizar economías de escala en sus compras. Esto permitiría a las pymes conseguir buenos precios de compra y poder competir con precios con sus pares grandes y tener precios competitivos, ya que este mercado según Porter es un mercado con liderazgo en costos.

Las reducciones a largo plazo del costo medio de un producto, es el resultado de una expansión en el nivel de producción, esto es debido a las economías de escala. Si una empresa alcanza la escala de sus operaciones; es decir, en caso ser una concentración, beneficia a las economías de la producción masiva. Esto en efecto da que el costo unitario de producción por lo general sea más elevado en una planta en la que producción sea a menor escala (menos cantidad de bienes producidos).

Una empresa que produce una pequeña cantidad de artículos no está interesada, salvo excepciones, en recurrir a técnicas de fabricación o de gestión altamente perfeccionadas (cadenas de montaje, procesos automatizados, ordenadores, etc.). En sentido inverso, las empresas con una elevada capacidad son las que más se benefician de los perfeccionamientos tecnológicos (grandes empresas). También se benefician de las ganancias de productividad esenciales a las grandes series. Sus gastos fijos irreductibles se reparten en una cantidad mayor de unidades. Además, cuando una firma adquiere regularmente grandes cantidades de materiales, también se beneficia de condiciones favorables por parte de sus proveedores, transportistas, etc.

Las inversiones más elevadas se reservan a las empresas de grandes dimensiones, que son las únicas capaces de crear y mantener un servicio de investigación técnica. Por lo tanto, gracias a estos esfuerzos se pueden introducir innovaciones decisivas, que permiten a la firma alejar se de sus competidores. Algunos proyectos exigen un vasto mercado potencial que supere ampliamente el marco interior.

Teniendo en cuenta los gastos de transporte y de distribución, en determinados casos las empresas pueden encontrar más ventajas en la disposición de unidades medianas, pero situadas muy cerca de los mercados de consumo.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Capacitación a los microempresarios para minimizar las ventajas competitivas de las grandes empresas.

5.2 JUSTIFICACIÓN

El establecer si las empresas grandes tienen ventaja sobre las pequeñas empresas, es mediante el análisis de ciertas características económicas, como estudio de las economías de escala, procesos de producción, la importancia del tamaño para una industria y el grado de concentración de la actividad productiva. Sosteniendo la hipótesis de que las pequeñas empresas al presentar ciertas limitaciones, las grandes empresas se favorecen de tener mayores posibilidades de operar con rendimientos crecientes en sus procesos de producción y generar economías de escala que les permitan desplazar sus curvas de costos medios a posiciones más competitivas. Las empresas pequeñas no deberían competir contra las grandes, solo tratar de especializarse en nichos de mercados, debido a su agilidad para afrontar conflictos macroeconómicos en el mercado, su falta de estructura organizativa las limita en demasía, lo que podría neutralizarse de alguna manera obteniendo capacitaciones orientadas a la formalidad administrativa de las microempresas.

Es por esta razón que esta propuesta se justifica de manera especial ya que muchas empresas o empresas familiares grandes tienen sus inicios como micro empresas que supieron superar sus limitaciones mediante la inversión en asesoría profesional

que los oriento por un buen camino logrando crecer y competir en los mercados globales.

5.3 FUNDAMENTACIÓN

Las empresas grandes cuentan con gran capacidad técnica en cada uno de sus procesos, personal especializado y asesores en cada una de las actividades que desarrollan. El contar con mano de obra especializada también ayuda a la reducción de costos, llevando a que la principal ventaja de este tipo de empresa es la presencia de economías de escala, que potencia su capacidad de ingreso a mercados, y aumentando sus beneficios, por su parte eleva la competitividad, favoreciendo a la industria por la necesidad de nuevos productos, y de mejor calidad.

Es por eso que debemos determinar los términos más importantes del marco teórico y fundamentar la propuesta de este proyecto.

Consumidor.

Son aquellas personas naturales o jurídicas que adquieran, utilicen o reciban oferta de bienes o servicios para emplearlos en la explotación de actividades económicas con fines de lucro o, en beneficio de sus clientes o de terceros a quienes ofrezcan bienes o servicios.

Demanda.

Se define como la cantidad, calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado. Estar seguro de la existencia de un mercado que esté interesado en adquirir el producto o servicio que se pretende ofrecer.

Empresa.

La empresa es la más común y constante actividad organizada por el ser humano, la cual, involucra un conjunto de trabajo diario, labor común, esfuerzo personal o

colectivo e inversiones para lograr un fin determinado. Por ello, resulta muy importante que toda persona que es parte de una empresa (ya sea propia o no) o quien piense emprender una, conozca cuál es la definición de empresa para que tenga una idea clara acerca de cuáles son sus características básicas, funciones, objetivos y elementos que la componen.

Mercado (físico)

Sitio destinado a la venta de mercancías en días determinados. Ámbito que comprende a los consumidores y productores que tienen influencia sobre el precio del bien objeto del cambio.

Micro empresa

Se define como Micro Empresa o Pequeña Empresa a aquella empresa que opera una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, y que desarrolla cualquier tipo de actividad de producción o de comercialización de bienes, o de prestación de servicios.

Oferta

Ofrecimiento de algo en venta. Cantidad de un bien o servicio que los sujetos están dispuestos a vender a un precio en un mercado y en un tiempo determinado.

Organización.

Las organizaciones son sistemas diseñados para lograr metas y objetivos por medio de los recursos humanos y de otro tipo. Están compuestas por subsistemas interrelacionados que cumplen funciones especializadas. Convenio sistemático entre personas para lograr algún propósito específico. Grupo social compuesto por personas, tareas y administración, que forman una estructura sistemática de relaciones de interacción, tendientes a producir bienes y/o servicios para satisfacer las necesidades de una comunidad dentro de un entorno y así poder satisfacer su propósito distintivo que es su misión. Las organizaciones son sistema sociales.



5.6 ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD

Factibilidad económica

Este estudio es factible ya que se contó con la colaboración de los microempresarios y la autogestión de los egresados, que permitirá la realización de este proyecto que pretende mejorar el desarrollo y el crecimiento económico de los microempresarios del cantón Milagro.

Factibilidad institucional

Este proyecto es factible institucionalmente debido a que cuenta con la colaboración de los microempresarios quienes están dispuestos a recibir todas las capacitaciones y apoyar en todo lo que puedan a los egresados y los estudiantes que impartirán las charlas y Plan de Capacitación en los meses de menor movimiento económico. También cuentan con la posibilidad de que las autoridades de la Universidad Estatal de Milagro y principalmente de la facultad de Ciencias Administrativas presten sus instalaciones para llevar a cabo los programas que correspondan.

Factibilidad técnica

Este proyecto es factible técnicamente porque en él se pondrá en práctica todos los conocimientos adquiridos en las aulas universitarias, contarán también con el lugar y todo el mobiliario necesarios para el desarrollo de la propuesta.

Factibilidad Social

La creación de este proyecto es factible socialmente por que permitirá brindar una ayuda social a los microempresarios que necesitan las capacitaciones y permitiendo al mismo tiempo que los estudiantes de las carreras administrativas impartan sus conocimientos y pongan en práctica todo lo aprendido en las aulas universitarias a modo de pasantías en la comunidad Milagreña.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

La propuesta del plan de capacitación de los micro empresarios de la provincia del Guayas, lo que se desea lograr es potenciar el desempeño de una manera positiva y a mejorar continuamente con responsabilidad y compromiso por parte de sus participantes. Entender el proceso y los impulsos motivacionales de las personas, reflexionar sobre la importancia del cumplimiento de procesos en los resultados de la institución; e identificar las acciones a ejecutar para mejorar su desarrollo socio económico minimizando las ventajas competitivas que las grandes empresas tienen sobre ellos.

La metodología que se aplicaría, sería basada en interacciones entre los egresados y los mismos microempresarios, realizando talleres y ejercicio prácticos, lluvia de ideas, preguntas y conclusiones, evaluaciones con carácter sistemático durante la aplicación de las técnicas de trabajo. Es por ello que se ha realizado un plan de capacitación en la cual se dará a conocer los temas y procedimientos para la misma que se realizará a los microempresarios agremiados en el cantón.

Desarrollo de Plan De Capacitación

- Plan de Capacitación de administración
- Plan de Capacitación de gestión organizativa
- Plan de Capacitación de bases contables
- Plan de Capacitación de bases legales
- Plan de Capacitación de atención al cliente

PLAN DE CAPACITACIÓN DE ADMINISTRACIÓN				
NOMBRE	CÓDIGO	HORAS	GRUPO	TIPO
INTRODUCCION A LA ADMINISTRACION		6	A	TEÓRICO PRÁCTICO
CONTENIDO		ALCANCE		
LA ADMINISTRACIÓN COMO PROCESO FUNCIONES Y ÁREAS FUNCIONALES FUNCIÓN DE LAS ORGANIZACIONES ROLES DE LA ADMINISTRACIÓN HABILIDADES ADMINISTRATIVAS MÚLTIPLES PERSPECTIVAS DEL TRABAJO DE EL ADMINISTRADOR		INTRODUCIR A LOS MICROEMPRESARIOS EN LOS CONCEPTOS BÁSICOS DE LA ADMINISTRACION		
OBJETIVOS OPERATIVOS				
<p>CONCEBIDA DE ESTA MANERA, LA ADMINISTRACIÓN SE CONVIERTE EN UNA DISCIPLINA CON VALOR ESTRATÉGICO PARA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • EL CRECIMIENTO ECONÓMICO, • EL DESARROLLO SOCIAL, • EL MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES DE VIDA Y • LA ADAPTACIÓN AL PROCESO DE CAMBIO. • EVALUAR LOS CONOCIMIENTOS. 				
RESULTADOS ESPERADOS				
<ul style="list-style-type: none"> • DE APRENDIZAJE: Probar el conocimiento y las habilidades antes de un programa de capacitación proporciona un parámetro básico sobre los participantes, que pueden medirse de nuevo después de la capacitación para determinar las mejoras. • RESULTADOS: Con relación a los criterios de resultados, se piensa en términos de la utilidad de los programas de capacitación. 				
PARTICIPANTES				
<ul style="list-style-type: none"> • EGRESADOS DE CARRERAS ADMINISTRATIVAS • MICROEMPRESARIOS 				
OBSERVACIONES		PRESUPUESTO		
		MATERIALES	100	
		REFRIGERIOS	50	
		PAPELERÍA	30	
		TOTAL	180	
ELABORADO POR:		APROBADO POR:		
.....			

PLAN DE CAPACITACIÓN DE GESTIÓN ORGANIZATIVA				
NOMBRE	CÓDIGO	HORAS	GRUPO	TIPO
INTRODUCCION A LA GESTION ADMINISTRATIVA		6	A	TEÓRICO PRÁCTICO
CONTENIDO		ALCANCE		
FUNDAMENTOS DE GESTION EMPRESARIAL COCEPTO IMPORTANCIA MANEJO DE RECURSOS		OTROGAR A LOS MICROEMPRESARIOS LAS MEJORES TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS PARA GESTIONAR LOS RECURSOS, PROCESOS Y RESULTADOS DE SUS ACTIVIDADES.		
OBJETIVOS OPERATIVOS				
<ul style="list-style-type: none"> • PERSEGUIR EL PROPÓSITO Y LA MISIÓN ESPECÍFICA DE LA INSTITUCIÓN • OBTENER UN TRABAJO PRODUCTIVO Y LOGRAR QUE EL TRABAJADOR CONSIGA RESULTADOS. • ENCAUZAR LAS INFLUENCIAS Y LAS RESPONSABILIDADES SOCIALES. • EVALUAR LOS CONOCIMIENTOS. 				
RESULTADOS ESPERADOS				
<ul style="list-style-type: none"> • DE APRENDIZAJE: Probar el conocimiento y las habilidades antes de un programa de capacitación proporciona un parámetro básico sobre los participantes, que pueden medirse de nuevo después de la capacitación para determinar las mejoras. • RESULTADOS: Con relación a los criterios de resultados, se piensa en términos de la utilidad de los programas de capacitación. 				
PARTICIPANTES				
<ul style="list-style-type: none"> • EGRESADOS DE CARRERAS ADMINISTRATIVAS • MICROEMPRESARIOS 				
OBSERVACIONES		PRESUPUESTO		
		MATERIALES	100	
		REFRIGERIOS	50	
		PAPELERÍA	30	
		TOTAL	180	
ELABORADO POR:		APROBADO POR:		
.....			

PLAN DE CAPACITACIÓN DE BASES CONTABLES				
NOMBRE	CÓDIGO	HORAS	GRUPO	TIPO
INTRODUCCION A LA CONTABILIDAD		6	A	TEÓRICO PRÁCTICO
CONTENIDO		ALCANCE		
ELABORACIÓN DE LIBRO DE INGRESOS Y EGRESOS BALANCE GENERAL ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO		IDENTIFICAR LOS DIFERENTES TIPOS DE SUJETO PASIVO A LOS QUE LOS ARTESANOS PUEDEN ACCEDER. LOS IMPUESTOS QUE DEBEN CUMPLIR Y EL CONOCIMIENTO BÁSICO DE TRIBUTACIÓN DE TODO ARTESANO QUE INICIA CON SU ACTIVIDAD ECONÓMICA DEBE TENER A CONSIDERACIÓN PARA EL CUMPLIMIENTO DE SUS TRIBUTOS.		
OBJETIVOS OPERATIVOS				
<ul style="list-style-type: none"> • PROPORCIONAR A LOS ARTESANOS CONOCIMIENTO TEÓRICOS Y PRÁCTICOS DE LA ELABORACION INGRESOS Y EGRESOS, REALIZAR BALANCES BÁSICOS Y ESTADOS DE FLUJO DE EFECTIVO. • EVALUAR LOS CONOCIMINETOS. 				
RESULTADOS ESPERADOS				
<ul style="list-style-type: none"> • DE APRENDIZAJE: Probar el conocimiento y las habilidades antes de un programa de capacitación proporciona un parámetro básico sobre los participantes, que pueden medirse de nuevo después de la capacitación para determinar las mejoras. • RESULTADOS: Con relación a los criterios de resultados, se piensa en términos de la utilidad de los programas de capacitación. 				
PARTICIPANTES				
<ul style="list-style-type: none"> • EGRESADOS DE CARRERAS ADMINISTRATIVAS • MICROEMPRESARIOS 				
OBSERVACIONES		PRESUPUESTO		
		MATERIALES	100	
		REFRIGERIOS	50	
		PAPELERÍA	30	
		TOTAL	180	
ELABORADO POR:		APROBADO POR:		
.....			

PLAN DE CAPACITACIONES DE BASES LEGALES				
NOMBRE	CÓDIGO	HORAS	GRUPO	TIPO
INTRODUCCION AL DERECHO		6	A	TEÓRICO PRÁCTICO
CONTENIDO		ALCANCE		
ANALISIS DE LAS NORMAS TRIBUTARIAS CODIGO DE COMERCIO LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR		OTROGAR A LOS MICROEMPRESARIOS CONOCIMINETOS BASICOS Y ACTUALIZADOS DE SUS DERECHOS Y OBLIGACIONES LEGALES.		
OBJETIVOS OPERATIVOS				
<ul style="list-style-type: none"> • PROPORCIONAR A LOS ARTESANOS CONOCIMIENTO TEÓRICOS DE LOS TRIBUTOS, REFORMAS TRIBUTARIAS Y ACTUALIZACIONES • MINIMIZAR LAS SANCIONES POR DESCONOCIMINETO DE LAS NORMAS 				
RESULTADOS ESPERADOS				
<ul style="list-style-type: none"> • DE APRENDIZAJE: Probar el conocimiento y las habilidades antes de un programa de capacitación proporciona un parámetro básico sobre los participantes, que pueden medirse de nuevo después de la capacitación para determinar las mejoras. • RESULTADOS: Con relación a los criterios de resultados, se piensa en términos de la utilidad de los programas de capacitación. 				
PARTICIPANTES				
<ul style="list-style-type: none"> • EGRESADOS DE CARRERAS ADMINISTRATIVAS • MICROEMPRESARIOS 				
OBSERVACIONES		PRESUPUESTO		
		MATERIALES	100	
		REFRIGERIOS	50	
		PAPELERÍA	30	
		TOTAL	180	
ELABORADO POR:		APROBADO POR:		
.....			

PLAN DE CAPACITACIÓN EN ATENCIÓN AL CLIENTE				
NOMBRE	CÓDIGO	HORAS	GRUPO	TIPO
ATENCIÓN AL CLIENTE		6	A	TEÓRICO PRÁCTICO
CONTENIDO		ALCANCE		
COMO MEJORAR EN EL TRATO PERSONALIZADO AL CLIENTE LA COMUNICACIÓN EFICAZ Y ASERTIVA		OTROGAR A LOS ARTESANOS LAS MEJORES TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS PARA UNA MEJOR COMUNICACIÓN CON SUS CLIENTES.		
OBJETIVOS OPERATIVOS				
<ul style="list-style-type: none"> • MEJORAR LA RELACIÓN ENTRE EL CLIENTE Y EL MICROEMPRESARIO. • CONTROLAR LAS SITUACIONES CONFLICTIVAS CON EL CLIENTE. • LOGRAR LA CONFIANZA PARA QUE EL CLIENTE SE SIENTA SATISFECHO Y REGRESE. • EVALUAR LOS CONOCIMIENTOS. 				
RESULTADOS ESPERADOS				
<ul style="list-style-type: none"> • DE APRENDIZAJE: Probar el conocimiento y las habilidades antes de un programa de capacitación proporciona un parámetro básico sobre los participantes, que pueden medirse de nuevo después de la capacitación para determinar las mejoras. • RESULTADOS: Con relación a los criterios de resultados, se piensa en términos de la utilidad de los programas de capacitación. 				
PARTICIPANTES				
<ul style="list-style-type: none"> • EGRESADOS DE CARRERAS ADMINISTRATIVAS • MICROEMPRESARIOS 				
OBSERVACIONES		PRESUPUESTO		
		MATERIALES	100	
		REFRIGERIOS	50	
		PAPELERÍA	30	
		TOTAL	180	
ELABORADO POR:		APROBADO POR:		
.....			

5.7.1 Actividades

Dentro de las actividades a aplicar en la ejecución de esta propuesta, son las siguientes:

Diseño del plan de capacitación, con temas relacionados con tributación, contabilidad y administración, donde se establecerá los objetivos de este trabajo, la meta, los responsables y los horarios en los cuales se realizará este trabajo.

Identificar el espacio en el cual se realizará la capacitación, con el fin de determinar las herramientas a utilizar durante el proceso, con el fin de lograr un ambiente agradable y sobre todo que los conocimientos impartidos sea captado por los participantes.

Determinar los materiales y equipos que se necesitara en el proceso de capacitación, así como la persona que brindará la ilustración a los microempresarios

Evaluación y seguimiento de lo aprendido en el proceso de capacitación, a partir del siguiente mes de culminado este proceso de ilustración.

5.7.2 Recursos, análisis financiero

Los recursos se obtendrán por auto gestión y solo serán necesarios los materiales didácticos que se impartirán en los PLAN DE CAPACITACIONs, como papelería, copias, lápices, y refrigerios.

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
MATERIALES	5	100	500
REFRIGERIOS	5	50	250
PAPELERÍA	5	30	150
VIÁTICOS	5	10	50
copias	5	20	100
TOTAL			1050

5.7.3 Impacto

El impacto que esta propuesta ocasionará muchos beneficios directos, en este caso son los artesanos y los indirectos serán los estudiantes egresados de las carreras

administrativas, ya que mediante la siguiente propuesta se les permitirá demostrar los conocimientos adquiridos a lo largo de los años de estudio y así cumplir con el requisito de proyecto de vinculación con la sociedad.

Ocasionará un impacto en la sociedad muy favorable ya que las encuestas nos han podido demostrar que de existir un mercado que estarían dispuestas a adquirir el servicio que se está ofreciendo con la implementación de este proyecto.

Al implementarse este proyecto se ocasionara un impacto administrativo debido a que los egresados de las carreras administrativas podrán demostrar todo lo aprendido en las aulas universitarias ejerciendo su profesión.

5.7.4 Cronograma

ACTIVIDADES PRELIMINARES	2016				
	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto
Presentación del Protocolo del problema objeto de investigación	→				
Recolección de información documental durante el proceso investigativo	→				
Elaboración del proyecto: Delimitación del problema. Justificación. Marco teórico. Objetivos. Hipótesis. Variables. Operacionalización de variables. Metodología Bibliografía. Cronograma. Anexos	→				
2° etapa: recolección de la información			→		
Análisis y discriminación de la información recolectada					
Preparación de instrumentos de recolección de información: documental y de campo		→			
Prueba piloto de los instrumentos de recolección de información de campo Complementación del marco teórico, si fuera preciso		→			
Recolección de la información de campo			→		
Procesamiento de la información de campo Plan tabular: presentación de resultados				→	
3° etapa: análisis e interpretación de resultados. Conclusiones y recomendaciones Preparación de la propuesta			→		
4° etapa: Elaboración de la propuesta				→	
5° etapa: Preparación del informe final, Tutorías	→	→	→	→	→

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

Los lineamientos que se tomaran en cuenta para evaluar esta propuesta serán:

- Realizar evaluaciones constantes a los consumidores para medir la satisfacción de servicio recibido.
- Mantener constante comunicación con las empresas para conocer sus necesidades y requerimientos.
- Medir el cumplimiento de metas de rendimiento de las pequeñas y medianas empresas.
- Realizar constantes campañas de capacitación

CONCLUSIÓN

La asociación positiva entre tamaño de la planta y la productividad de la mano de obra fue el elemento decisivo que justificó el predominio de las firmas grandes en la organización de la producción. También se ha demostrado que el crecimiento de las grandes empresas ha ido acompañado de un proceso de sustitución de factores que favorece el capital.

Una empresa disfruta de economías de escala cuando puede duplicar su producción con un coste inferior al doble. El coste medio de producción de una empresa puede disminuir con el paso del tiempo si ésta “aprende” a producir más eficazmente.

Los resultados de este trabajo demuestran que, por su tamaño, las grandes empresas son eficientes desde la forma en que asignar sus recursos y por la posición de sus curvas de costos medios en relación. En el largo plazo, las empresas que permanecen y subsisten en el mercado son aquellas que logran generar economías de escala y desplazar sus curvas de Cme hacia niveles más eficientes. Esto sólo es posible en empresas donde existan patrones de aprendizaje que les permitan disminuir sus costos. El costo a largo plazo con rendimientos constantes de escala, nos proporciona el tamaño perfecto de una planta dependiendo también de su nivel de producción.

Los bajos Cme de las grandes empresas deben su eficiencia a una serie de ventajas de la escala o del propio ambiente institucional, que se refleja en la posibilidad de controlar proveedores, obtener descuentos por volumen, disminuir los costos de transacción, acceder a asistencia técnica y a los productos del conocimiento, entre otros.

Las grandes empresas bajo este análisis exhiben rendimientos crecientes en sus funciones de producción. Esto permite aceptar la hipótesis de que tienen posibilidades de generar economías de escala, porque amplían la tasa de producción y reducir los costos, desplazando con ello sus curvas de Cme a posiciones que les garanticen permanecer en el mercado.

Este resultado favorece el argumento de que el tamaño es condición de las economías de escala y esta desarrolla los factores tecnológicos implicando en que la empresa tenga eficiencia en sus factores. La evidencia de la lógica económica es congruente, debido a que las grandes empresas logran rendimientos crecientes en sus funciones de producción, a pesar de coexistir compitiendo con empresas de diferentes tamaños.

Esto permitiría empezar a construir explicaciones sobre la conducta de este tipo de empresas, logrando rentabilidad en el mercado. En la que la política empresarial ha desarrollado que las empresas grandes se mantengan en el mercado, premiadas por la capacitación, el financiamiento, los encadenamientos productivos y el aprendizaje empresarial que el mercado.

Aunque las empresas pequeñas no deben competir con las grandes, solo tratar de especializarse en nichos de mercados, debido a su agilidad para afrontar conflictos macroeconómicos en el mercado, su falta de estructura organizativa.

Fácilmente este grupo empresarial va tener acceso a estos bienes a través del mercado, pues su gran margen de beneficios y su escala de producción tan grande se lo permiten. En este grupo de empresas se encuentran aquellas que tienen capacidad para innovar, generar rendimientos crecientes a escala.

La determinación del nivel de concentración de equilibrio en un mercado, desempeña un papel fundamental la importancia de las economías de escala. En particular, en un marco competitivo, la concentración estará fuertemente correlacionada con la cuota de mercado correspondiente al tamaño mínimo eficiente. Desviaciones del grado de concentración, respecto del que corresponde a la minimización del coste medio a largo plazo, reflejan desviaciones de los mercados respecto del modelo competitivo con producto homogéneo.

En conjunto, los estudios existentes sugieren que las pequeñas empresas pueden enfrentar un incentivo para crecer con la posibilidad de explotar los diversos beneficios atribuidos a mayor tamaño.

Las pequeñas economías se caracterizan por su pequeño tamaño del mercado local y la falta de economías de escala afecta a las empresas sobre todo en los sectores en los que los considerables costos fijos y hundidos son imprescindibles para el funcionamiento.

RECOMENDACIÓN

Como estas empresas son importantes en materia de desarrollo económico, al mejorar sus condiciones productivas, también lo hacen sus ingresos y su nivel de bienestar.

Interactuar con instituciones públicas y privadas que se encarguen de proveer a las empresas con asistencia y herramientas necesarias para su sostenimiento en el mercado.

Implementar políticas de prácticas empresariales encaminadas al desarrollo sostenible que persigan garantizar una coherencia entre los objetivos sociales, económicos y medioambientales.

Promover la práctica de estrategias comerciales y organizativas para orientar a las empresas a su desarrollo en el mercado competitivo.

Capacitar a los microempresarios en los conocimientos básicos de la gestión administrativa mediante PLAN DE CAPACITACIONs introductorios para promover el desarrollo sostenible de la actividad comercial.

BIBLIOGRAFÍA

- [1] Ávila J. 2004. Introducción a la Economía. Universidad Nacional Autónoma de México. Pág. 155. México.
- [2] Álvarez M. y Durán J. 2009. Manual de la Micro, pequeña y mediana empresa. Deutsche Gesellschaft. Pág. 10- 40. El Salvador
- [3] Apella I. y Maceira D. Economías de Escala y Barreras a la Entrada en el Mercado. Centro de Estudios de Estado y Sociedad. Pág. 5.
- [4] Argoti J. 2005. Indices de concentración de mercado en el sector de generación eléctrica en el Ecuador. CENACE
- [5] Ávila J. 2004. Introducción a la Economía. Universidad Nacional Autónoma de México. Pág. 149 - 155. México.
- [6] Barrera M.2001. Situación y Desempeño de las PYMES de Ecuador en el Mercado Internacional. Camara de la pequeña industria de Pichincha. Quito.
- [7] Barrios, J.; Carrillo, M.; Gil, M.; González, C. y Pestano, C. 2005. Análisis de Funciones en Economía y Empresa. Un enfoque interdisciplinar. Edición Díaz de Santos. Pág. 272-275. España.
- [8] Dagnino E. & Zúñiga S. Estimación De Las Economías De Escala. Escuela de Ingeniería Comercial de la Universidad Católica del Norte, Coquimbo.
- [9] Dorado H. 2009. Algunas consideraciones para el uso de indicadores en el estudio de la estructura de mercados. 14-06.
- [10] Ferro G. & Lentini E. Economías de escala en los servicios de agua potable y saneamiento. Pág. 20-24

- [11] Furiò E. & Alonso M. 2008. Concentración Economía. Algunas consideraciones sobre su naturaleza y medida, Boletín del ICE.
- [12] Giri R. Increasing Returns to Scale as a Determinant of Trade. Centro de Investigación Económica, Instituto Tecnológico Autónomo de México. Pág. 2
- [13] Gonzales J. 1997. Tesis Doctoral. Economías de Escala, eficiencia frontera y cambio técnico en la funciones de producción. Universidad Autónoma de Barcelona. pág. 23. España.
- [14] Hal V. 2010. Microeconomía intermedia: un enfoque actual. 8ava. Ed. Páginas 331-333. Barcelona - España
- [15] Hannah L. & Kay J. 1977. Concentration in modern industry. Theory, Measurement and the UK experience. MacMillan. London.
- [16] Krugman P.& Obstfeld M. (2006), Economía Internacional: Teoría y Política, Mc Graw Hill, 6ª.edición
- [17] Lira L., Ugarte M. y Vergara R. 2007. Economías de Escala, Concentración y Precios en la Industria de Supermercados. DyS. Pág. 5.
- [18] Liu L. 2003. The Cost Function and Scale Economies in Academic Research Libraries. University of Illinois. Pág. 5
- [19] Martín J. (2003).Economías de Escala. Economías externas e integración económica. Cuadernos de Estudios Empresariales. 13, 206. España
- [20] Mello M.2009. Estimación De Economías De Escala Y De Alcance Para El Sistema Bancario Uruguayo Con Datos De Panel. Banco Central del Uruguay. Pág. 11. Uruguay.
- [21] Monge A. 2008. Un Estudio de la función de Costos de las Operadoras de Pensiones Complementarias en Costa Rica. Super Intendencia de Pensiones de Costa Rica. Pag.8.

- [22] Nicholson W. 2007. Teoría Microeconómica: Principios básicos y ampliaciones. Cengage Learning Editores S.A. 7 – 183. México
- [23] Nuñez, S. & Pérez M. 2001. El grado de concentración en las ramas productivas de la economía española. Documento de trabajo nº113. Banco de España.
- [24] Porter, M.E. (1979), “The Structure within Industries and Companies Performance”, Review of Economics and Statistics, 61, pp. 214-227.
- [25] Ramírez N., Mungaray A., Ramírez M. & Taxis M. (2008). Economías de escala y rendimientos crecientes una aplicación en microempresas mexicanas. Economía mexicana nueva época, 19, 2. Pag.1- 10. México
- [26] Revollo D. & Londoño G. Análisis de Economías de Escala y Alcance en los Servicios de Acueducto y Alcantarillado en Colombia. Comisión de Regulación de Agua Potable y Saneamiento Básico. Colombia. Pág.10- 12
- [27] Subsecretaría de Economía. 2009. Informe Final Cuantificación De Las Economías De Escala. SCL Econometrics S.A. Chile. Pág. 12 - 42.
- [28] Sutton J. 1989. Endogenous sunk costs and the structure of advertising intensive industries. European Economic Review, 33(2-3).335-344.
- [29] Vargas R. 2005. Ingresos y Costos. Centro de Estudios y Capacitación Cooperativa. Pág. 22.
- [30] Vosen R. Combining Small And Large Firm Advantages In Innovation: Theory And Examples. Editors M. Dodgson and R. Rothwell. Aldershot Hants: Edward Elgar, pp310-324
- [31] Vosen R. Combining Small And Large Firm Advantages In Innovation: Theory And Examples. Editors M. Dodgson and R. Rothwell. Aldershot Hants: Edward Elgar, pp310-324.

ANEXOS

NC

OG

Telefono

Email.....

Año de Inicio de Actividades:	9 años
Numero de propietarios de la organización	
Tipo de Actividad Economica de la organización	
¿La organización es de constitución familiar?	<input type="checkbox"/> NO
Origen del Capital	<input checked="" type="checkbox"/> Propio <input type="checkbox"/> Externo
Ciudad(es) enq ue se encuentran sus establecimientos	INC
Numero de empleados	0
Categoría Ocupacional	Profesionales y técnicos
	Empelados
	Obreros
	Trabajadores a domicilio
<input type="checkbox"/> La propiedad es totalmente de personas independientes <input type="checkbox"/> <25% <input type="checkbox"/> 25%<X<50% <input type="checkbox"/> >50%	
<input type="checkbox"/> >50%	
Numero de sucursales	

<p>Han recibido alguna capacitación sus empleados durante el tiempo dela contratación laboral</p>	<p><input type="checkbox"/> SI</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> NO</p>
<p>Promedio del salario de los empleados</p>	<p><input type="checkbox"/></p>
<p>Incremento de la Productividad - Ingresos de la organización</p>	<p>Ventas netas de mercaderías</p> <p>Costo de Ventas de mercaderías</p> <p>Prestación de Servicios netos</p> <p>Rotación de inventarios</p> <p>Utilidad Neta</p>
<p>De que depende el incremento de sus ventas al mercado</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> El poder Adquisitivo</p> <p><input type="checkbox"/> política Arancelaria</p> <p><input type="checkbox"/> Desarrollo de mercados</p> <p><input type="checkbox"/> Desarrollo de credito directo</p> <p><input type="checkbox"/> Campañas publicitarias</p> <p><input type="checkbox"/> Diseño del producto</p>
<p>Valor de sus activos</p>	<p><input type="checkbox"/> Terrenos</p> <p><input type="checkbox"/> Edificios y Construcciones</p> <p><input type="checkbox"/> Maquinarias y equipos usados para la produccion</p> <p><input type="checkbox"/> Maquinarias y equipos usados para otros fines</p> <p>Materias Primas</p> <p>Servicios prestados por terceros (agua, luz, publicidad, etc.)</p> <p>Otros egresos (cargas financieras)</p>
<p>Gastos de Insumos</p>	<p></p>

Financiamiento de la organización	<input checked="" type="checkbox"/> Recursos Propios	
	<input type="checkbox"/> Bancos Privados	
	<input type="checkbox"/> Proveedores	
	<input type="checkbox"/> Bancos del Estado	
	<input type="checkbox"/> Fundaciones	
¿Cuánto paga en impuestos?	<input type="checkbox"/> Impuesto a la Renta	
	<input type="checkbox"/> Impuesto al Patrimonio	
	<input type="checkbox"/> Otros Impuestos a la Renta y a la Propiedad	
Certificaciones Internacionales	<input type="checkbox"/> ISO	
	<input checked="" type="checkbox"/> Ninguna	
	<input type="checkbox"/> Otra.....	
Licencias y Franquicias	<input type="checkbox"/> Vender	
	<input type="checkbox"/> Comprar	

Problemas que enfrenta la empresa	Financiamiento Externo	<input type="checkbox"/> Hipotecas (prestamos bancarios) <input type="checkbox"/> Prestamos Quirografarios <input type="checkbox"/> Pocos Ingresos
	Financieros	<input type="checkbox"/> Aumento en el credito a clientes <input type="checkbox"/> Costo Fijo alto <input type="checkbox"/> Aumento de gastos financieros
	Ventas	<input type="checkbox"/> Bajas ventas <input type="checkbox"/> Cambios en el mercado <input type="checkbox"/> Plazos de cobro <input type="checkbox"/> Plazos de pago
	Produccion	<input type="checkbox"/> Costos de Insumos <input type="checkbox"/> Disponibilidad de Insumos <input type="checkbox"/> Capacidad del lugar <input type="checkbox"/> Falta de experiencia
	Administración	<input type="checkbox"/> Poco personal <input type="checkbox"/> Falta de planificacion
	Ambiente Economico	<input type="checkbox"/> Situacion macroeconomica <input type="checkbox"/> Tasas de interes <input type="checkbox"/> Tipo de cambio <input type="checkbox"/> Inestabilidad en el mercado
	Ambiente Regulatorio	<input type="checkbox"/> Burocracia estatal <input type="checkbox"/> Seguros <input type="checkbox"/> Licencias <input type="checkbox"/> Cambios frecuentes en la leyes
	Impuestos	<input type="checkbox"/> Montos excesivos <input checked="" type="checkbox"/> Complejidad en los pagos

Se relaciona a la empresa con una:	<input checked="" type="checkbox"/> Una MIPYME	
	<input type="checkbox"/> Una gran empresa	
	<input type="checkbox"/> Una pequeña empresa	
Dónde se compran normalmente sus insumos	<input checked="" type="checkbox"/> Mayorista	<input checked="" type="checkbox"/> Cerca de su empresa
	<input type="checkbox"/> Minorista	<input type="checkbox"/> Lejos de su empresa
Su empresa en los últimos 3 años a introducido innovaciones	<input checked="" type="checkbox"/> Productos	<input type="checkbox"/> Procesos Productivos
	<input type="checkbox"/> Servicios	<input type="checkbox"/> Gestión Organizacional
Han representado un alto costo las innovaciones realizadas dentro de su empresa	<input type="checkbox"/> SI	
	<input checked="" type="checkbox"/> NO	
Si dispone de internet indique las alternativas de uso:	<input type="checkbox"/> Prestaciones de servicios al cliente	<input type="checkbox"/> Realizar tramites de servicios públicos
	<input type="checkbox"/> Recibir servicios de sus proveedores	<input type="checkbox"/> Pago de servicios básicos
	<input type="checkbox"/> Realizar Trámites bancarios	
Razones de NO conectarse a internet	<input type="checkbox"/> Falta de Financiamiento	
	<input type="checkbox"/> Falta de personal calificado	
	<input type="checkbox"/> No existe la necesidad	

Análisis de plagio

plagium™ búsqueda y seguimiento de plagios Síguenos en [f](#) [t](#) [B](#) | [Ayuda](#) | [Mi cuenta](#) | [Iniciar sesión](#)

Revisar texto Revisar URL Revisar archivo Mis búsquedas Mis alertas Servicios Profesionales Español ▾

Controle el uso pegando o escribiendo su texto original aquí, hasta 3.612 caracteres:

Algunos estudios concluyen que existe una estrecha relación entre el tamaño de la empresa y el rendimiento económico, donde las pequeñas empresas tienen ventajas sobre las grandes empresas, debido a su tamaño y reducción de costes.

Se estima que para las PYME, el porcentaje de empresas familiares que bordea en el total del 90%, y en el caso de las microempresas es, casi por definición del 100%. Además el 89% de empresas en Ecuador están familiarizadas.

Se puede estimar que el número de empleos generados por las empresas familiares es de 1,6 millones, lo que representa aproximadamente el 93% del empleo formal. La riqueza generada por la empresa familiar representa el 34,4% del PIB.

Búsqueda Rápida Búsqueda Profunda

Busca a través de: [la web](#) [noticias](#) - [ver opciones avanzadas](#)

Plagium no encontró documentos que estén haciendo uso del texto ingresado.

¡Corra la voz!

[f](#) 9.4K [t](#) [G+](#) [in](#) 135 [+](#) 4.7K

[Acerca de](#) | [Productos](#) | [Precios](#) | [Ayuda](#) | [FAQ](#) | [Instituciones](#) | [Blog](#) | [Twitter](#) | [Facebook](#) | [API](#) | [WordPress](#) | [Términos de Uso](#) | [Contáctenos](#) © 2006-2016 Seglet Systems