

## **INTRODUCCION**

Para que exista Desarrollo Humano, es necesario generar ambientes adecuados que permitan a los seres humanos el acceso a los medios para satisfacer las necesidades básicas condicionantes de su existencia. Para conseguir los satisfactores de las necesidades humanas (sean estas básicas o no) se entrega fuerza de trabajo, y el otro camino es el de generar empleo que redunde en la creación de riqueza económica.

Los datos que se presentan en este estudio con relación a la generación y creación de unidades productivas (empresas), no son alentadores. Cuando el apoyo del sector estatal es bajo, los gobiernos locales tampoco generan políticas de estímulo a la generación de emprendimientos. Adicional a esto los empresarios no cuentan con infraestructura y organización competitiva.

La Provincia de Loja en Ecuador, es conocida por su escaso desarrollo empresarial. La escasez de Industrias con un aporte inferior al 1% al PIB del Ecuador son indicadores que, sumados a los altos índices de migración no han permitido presentar un panorama de desarrollo económico local sostenible.

El presente estudio se realiza con el fin de presentar los resultados del proyecto “Loja Competitiva”, que generó la creación del proyecto piloto “Agencia de Desarrollo Empresarial de Loja”, que en la actualidad se encuentra replicado en siete provincias del Ecuador.

La provincia de Loja se halla localizada en el sur del Ecuador. Con una superficie de 11026 km<sup>2</sup>, representa el 4.3% de la superficie continental del Ecuador. Loja, forma parte de la línea de frontera sur occidental con el Perú. Está situada al final del callejón interandino.

La población lojana tiene una tradición migratoria que data de hace varias décadas, se inicia a raíz de las severas sequías registradas en esa zona durante los años sesenta.

De acuerdo con Francisca Ramalhosa<sup>1</sup>, “se ha estimado que 150.000 lojanos dejaron la provincia durante un periodo de veinte años”, entre 1962 y 1982. Sin embargo, esta cifra queda un tanto corta cuando los censos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) señalan que la migración de lojanos dentro del país ha sido de 287970. Según Ramalhosa, el flujo se dio primero de áreas rurales y ciudades secundarias hacia la capital u otras partes del Ecuador (migraciones internas), y posteriormente a destinos foráneos. En efecto, al analizar las tendencias migratorias en el Ecuador, se puede constatar, según afirma Marco Antonio Guzmán, que hacia 1990 más del 33% de la población lojana ha dejado su provincia. No obstante, este porcentaje bien podría haber sido más alto, superando incluso el 47%. Mientras la emigración desde provincias como Azuay y Cañar se orientaba sobre todo hacia el exterior (durante los setenta y ochenta), y concretamente hacia los Estados Unidos, con el deterioro crónico de la economía ecuatoriana durante los ochenta y

---

<sup>1</sup>Ver Ramalhosa Francisca y C. W. Minkel, “Características de la migración en la provincia de Loja, Ecuador”, Universidad de Tennessee, 2003.

especialmente desde mediados de los noventa, finalmente se impuso también en Loja la opción de una migración hacia el exterior.

El estudio no intenta hacer un diagnóstico del porqué del escaso desarrollo de la provincia de Loja, más bien, ofrece un panorama de distintas variables que inciden en la creación de empresas y en el trabajo diario de empresarios y emprendedores de la ciudad de Loja.

Se analizan distintas variables, la variable dependiente en este caso es considerada como Desarrollo Empresarial (**DE**) en función del acceso a la información socioeconómica pública y privada (**AIS**), de las potencialidades de los emprendedores para crear empresas, de la creación de empresas (**Ce**), de la existencia de financiamiento (**Fn**), de la cantidad de tramites ha realizar para iniciar las operaciones empresariales (**Tr**), de la capacitación de los promotores de los proyectos (**Cp**) y de la asistencia técnica recibida durante los primeros años de la operación de la empresa (**At**).

$$\mathbf{DE} = \mathbf{f}(\mathbf{AIS}, \mathbf{Ce}, \mathbf{Fn}, \mathbf{Tr}, \mathbf{Cp}, \mathbf{At})$$

Estas variables son contrastadas y comparadas con la gestión y resultados obtenidos a lo largo de estos tres años de gestión de la ADE.

Se analiza en el primer capítulo el Marco Teórico que presenta los aportes más interesantes del Desarrollo Humano y su incidencia en el crecimiento económico.

En el segundo capítulo se ofrece una visión general de cual era la situación en la que se encontraba el Ecuador al iniciar, por parte de los promotores del proyecto, los acercamiento que derivarían en una alianza competitiva que se mantiene hasta la actualidad, en este capítulo se hace constar un resumen general de la estructura administrativa de lo que hoy se conoce como Agencia de Desarrollo Empresarial de Loja (ADE-Loja).

El tercer capítulo presenta los aspectos metodológicos y de investigación que sirvieron de herramientas para el análisis y exposición de los resultados que se detallarán. Se presentan adicionalmente los indicadores y resultados de gestión de cada uno de los departamentos y estructura que conforman la ADE y cuáles han sido los cambios microeconómicos estructurales que se han logrado.

## CAPITULO I: MARCO TEÓRICO

### 1.1 CONCEPCIONES SOBRE EL DESARROLLO

Alcanzar el desarrollo económico y social es más viable que nunca en términos de tecnologías y potencial productivo, pero al mismo tiempo ese objetivo se halla muy distante de amplias poblaciones en diversos continentes, y entre ellos, América Latina.

El Premio Nóbel de Economía 1998, Amartya Sen, cuestiona la vía usualmente pregonada para el desarrollo, que describe como de “sangre, sudor y lágrimas” calificándola como una “política cruel de desarrollo”, que al mismo tiempo es altamente ineficiente<sup>2</sup>. Joseph Stiglitz, ex jefe de los asesores económicos del Presidente Clinton, aboga para la revisión de las metas y los instrumentos planteados para la realidad latinoamericana, y resalta que “la experiencia latinoamericana sugiere que deberíamos reexaminar, rehacer y ampliar los conocimientos acerca de la economía de desarrollo, que se toman como verdad”<sup>3</sup>.

Generar nuevos conceptos de desarrollo es un proceso que abarca no-solo el trabajo y aporte de un grupo de investigadores sino más bien los resultados que se obtienen en los procesos socioeconómicos coyunturales y estructurales de cada uno de los puntos de nuestra aldea global.

---

<sup>2</sup> Sen A. (1997a), Teoría del desarrollo a principios del Siglo XXI, L. Emmerij, y J. Nuñez del Arco, (comps.). El Desarrollo económico y Social en los umbrales del siglo XXI, Washington, D.C., BID

<sup>3</sup> Stiglitz, J. Citado por Bernardo Kliksberg en “Capital Social y Cultura, claves esenciales del desarrollo”, Revista de la CEPAL Nro. 69, Diciembre 1999.

Con estos antecedentes se plantea algunas concepciones que inclusive podrían tomarse como contradictorias, estas son:

- La visión del desarrollo como crecimiento económico,
- El desarrollo a escala humana, y
- El desarrollo humano.

### **1.1.1 El Desarrollo como Crecimiento Económico**

Desde la finalización de la segunda guerra mundial hasta los años 60, las teorías del desarrollo y de la modernización dominaron las reflexiones académicas y las políticas sobre el desarrollo nacional y regional. Estas teorías ven el “subdesarrollo” como consecuencia de factores internos a las sociedades y a las economías de los países o regiones pobres. El desarrollo era presentado de esta forma como crecimiento económico, y éste como incremento de productividad. De esta manera, el desarrollo se mide en las variaciones del Producto Interno Bruto (PIB).

Las mediciones que se realizan en función de los “agregados macroeconómicos” presentan serias falencias, pues en el afán de cuantificar un crecimiento monetario terminan excluyendo de este proceso la valoración de recursos naturales y un sinnúmero de relaciones que se menosprecian en nuestras sociedades occidentales.

Estos indicadores además de tergiversar los flujos reales, puesto que no consideran el autoconsumo y las “externalidades” de la economía, no toman en consideración nada que no pase por el mercado y, al mismo tiempo, se contabiliza todo aquello que pasa

por el mercado, sin tomar en cuenta si estas son productivas, improductivas o destructivas.

### **1.1.2 El Desarrollo a Escala Humana**

Max-Neef plantea contribuir a una filosofía del desarrollo sustentada en un paradigma menos mecanicista y más humano. Supone que la persona pueda ser sujeto del desarrollo y eso implica una cuestión de escalas, porque no hay protagonismo posible en sistemas organizados jerárquicamente de arriba hacia abajo.

### **1.1.3 El Desarrollo Humano (IDH)**

Este es el aporte de Amartya Sen que, en buena parte, ha guiado las formulaciones del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Se plantea que el desarrollo está ligado a la calidad de vida. De allí que “el proceso de desarrollo económico se debe concebir como la expansión de las capacidades de la gente” (Sen, 1997b)<sup>4</sup>.

Las dotaciones son las “posesiones o propiedades iniciales con que cuenta una persona (o familia)”. Estas dotaciones “pueden convertirse en derechos de uso o de dominio”, conversión que se realiza por medio del autoconsumo o del intercambio. La posibilidad de “ejercer dominio sobre la cantidad suficiente de alimentos” (por ejemplo), depende del “sistema de derechos que opere” en la economía.

---

<sup>4</sup> Sen A. (1997b), Teoría del desarrollo a principios del Siglo XXI, L. Emmerij, y J. Nuñez del Arco, (comps.). El Desarrollo económico y Social en los umbrales del siglo XXI, Washington, D.C., BID

En conjunto todas estas concepciones dan origen a las teorías del desarrollo sustentable, que se preocupa básicamente, por la relación de depredación de recursos que ciertos modelos de desarrollo imponen a la naturaleza. El postulado es que ningún desarrollo podrá ser sustentable si no se preocupa por las generaciones futuras unidas a la calidad de vida, esto incluye evidentemente un proceso de conciencia social a futuro.

## **1.2 DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL (DEL)**

La realidad de la aldea global cada vez se vuelve más crítica. Para mantener la viabilidad de un estado nación debemos proponer modelos que van en contra de los sistemas preconcebidos.

“La nueva concepción Glocal<sup>5</sup> pone el acento en lo local abierto al mundo. Esto supone propiciar la máxima cohesión interna capaz de aportar el amalgama suficiente para potenciar el magnetismo que atraiga los flujos necesarios para el desarrollo: personales, tecnológicos, financieros” (Azua, 2001).

Es necesario plantear modelos de desarrollo GLOCALES (global y local), modelos que privilegien aquellas relaciones y realidades de Capital Social, que apoyadas en estructuras cercanas a sus habitantes cambien o al menos modifiquen su entorno.

Se plantea un modelo de Desarrollo Económico Local en el cual la Competitividad es un factor fundamental, pero no aquella competitividad sanguinaria en la que el

---

<sup>5</sup> Simplificador del balance entre lo local y lo global en el marco de la llamada “Nueva Economía”.

negocio es destruir a quienes fracasan y agrandar las brechas, sino partir de modelos que acerquen el PODER hacia todos sus involucrados y actores sociales.

Una forma de entender la realidad local es hacerlo usando como referencia la Comunidad, en la cual esencialmente existen elementos compartidos entre los miembros de un grupo de personas; todos sus miembros comparten una idea generalizada en las vivencias de cada uno.

Si hoy en día, la competitividad se confronta en términos de relación entre naciones (estados, países, bloques, regiones o espacios económicos), resulta de vital interés identificar la interdependencia, sus beneficios y relaciones de intercambio.

### **1.2.1 Paradigma Competitivo: Negocios + Gobierno + Comunidad + Academia (N+G+C+A)**

La asociación y agrupación no es algo nuevo para nuestros pueblos andinos, ni siquiera en las etapas republicanas a mediados del siglo XIX, sin embargo hemos podido observar los problemas que surgieron al no “marcar adecuadamente la cancha”. En una asociación se necesita tener claro los riesgos, se debe construir prospectivamente escenarios que nos permitan avizorar los beneficios individuales y colectivos.

En este paradigma competitivo se integran tres elementos clave, ya recogidos en los trabajos de Michael Porter (Empresa, Industria, Gobierno) sumado un actor fundamental, la Academia, esta no solamente como generadora de conocimiento que,

pueda ser en el mejor de los casos sujeto de extensión y docencia, sino aquella que brinda las facilidades y pone al servicio de la sociedad su capacidad instalada y acumulada.

Este nuevo Polinomio: N+G+C+A, muestra la interacción del mundo de la empresa, los Gobiernos y Academia, constituyen una base (plataforma económica) responsable última de la atracción/generación de competitividad y bienestar para el conjunto de clientes – ciudadanos que, bajo su ámbito de interés, se implican en el desarrollo de una nueva sociedad.

En lo más general las pequeñas poblaciones locales deben estar conscientes que solas no van a ninguna parte. Los Gobiernos Locales deben ver en el sector Negocios (Productivo – Empresarial) a un aliado, no solo aquel sujeto de tasas por prestación de servicios, sino también como un generador de fuentes de trabajo, los empresarios a su vez deben manejar un estilo de administración en el que prime la responsabilidad social. La comunidad es lo que dinamiza las empresas o industrias no-solo con el Consumo, sino también con una serie de relaciones sociales que permiten considerar a un lugar como apto para vivir y producir.

La Competitividad no debe mirarse como un enemigo del Bienestar Social, debe verse como un adicional resultante del nuevo contrato social que deberán establecer los actores sociales y la ACADEMIA.

Debemos llegar a plantear un tipo de competitividad que nos haga competentes, es decir que nos permita desarrollar nuestras competencias básicas (Core Competence)

para finalmente llegar a un estilo de cooepetitividad que será un tanto más sustentable socialmente. La Coepetitividad<sup>6</sup> es el conjunto de cuatro agentes: clientes, proveedores, competidores y complementarios.

Al mismo tiempo los tradicionales adversarios unidos de la empresa y del gobierno, comparten con mayor intensidad áreas de relación condicionantes en gran medida de sus propias competitividades.

El dualismo de las sociedades (sobre todo en las económicamente desarrolladas) genera individuos con empleo, partícipes del bienestar, y desempleados, marginados del/por el sistema. Situación que lleva a la determinación de un nuevo contrato social con clara influencia en cualquier sistema de competitividad.

### **1.2.2 Competitividad Sistémica: Nuevo Desafío a las Empresas y a la Política**

El concepto de "competitividad sistémica"<sup>7</sup> constituye un marco de referencia para los países tanto industrializados como en desarrollo. Hay dos elementos que lo distinguen de otros conceptos dirigidos a determinar los factores de la competitividad industrial:

---

<sup>6</sup> Azua, Jon. Alianza Competitiva para la nueva economía, primera edición, Barcelona, Mc. Graw Hill, 2001, 330 pag.

<sup>7</sup> Klaus Esser. et. al , Revista de la CEPAL, Santiago 1996, No. 59, pág. 39 - 52

1) la diferenciación entre cuatro niveles analíticos distintos (meta, macro, meso y micro), siendo en el nivel meta donde se examinan factores tales como la capacidad de una sociedad para la integración y la estrategia, mientras que en el nivel meso se estudia la formación de un entorno capaz de fomentar, complementar y multiplicar los esfuerzos al nivel de la empresa;

2) la vinculación de elementos pertenecientes a la economía industrial, a la teoría de la innovación y a la sociología industrial con los argumentos del reciente debate sobre gestión económica desarrollado en el plano de las ciencias políticas.

Para no agotar el inacabable listado de nuevos indicios, baste señalar unos pocos reclamos hacia la nueva competitividad:

- El conocimiento
- La capacidad de una organización digitalizada
- Desarrollar prácticas de excelencia como interrelaciones demande la empresa,  
y
- Desarrollar las competencias básicas y externalizar el resto de las funciones.

#### **a) Niveles de Competitividad Sistémica**

La capacidad competitiva exige una elevada capacidad de organización, interacción y gestión por parte de los grupos nacionales de actores, que deben procurar finalmente una gestión sistémica que abarque a la sociedad en su conjunto.

Los crecientes requerimientos a las empresas van de la mano con requerimientos cada vez mayores al entorno de las mismas. Es por ello que las empresas que actúan

en el mercado mundial ya no compiten de una manera descentralizada y hasta aislada, sino en forma de clusters<sup>8</sup> industriales, es decir, como grupos empresariales organizados en redes de colaboración.

La dinámica de su desarrollo depende en gran medida de la efectividad de cada una de las localizaciones industriales, vale decir del contacto estrecho y permanente con universidades, instituciones educativas, centros de Investigación y Desarrollo (I+D), instituciones de información y extensión tecnológica, instituciones financieras, agencias de información para la exportación, organizaciones sectoriales no estatales y muchas otras entidades más.

El know-how atesorado en las instituciones así como las modalidades formales e informales de interacción entre ellas (red cooperativa) permite que todos los actores sociales realicen un proceso de aprendizaje continuo en términos de economía y localización industrial, hacen ver con mayor transparencia los aspectos eficientes y deficientes y los desafíos a la economía nacional y mejoran la capacidad de orientación tanto de las empresas como de las instituciones privadas y públicas.

### **1.2.3 Competitividad.**

La competitividad no es solo la producción de bienes o servicios a menores precios que un competidor específico, incluso esto se logra sin criterios de eficiencia y productividad, cuando nos encontramos con economías que no ofrecen la misma información a demandantes en beneficio de los oferentes (asimetrías de información).

---

<sup>8</sup> Cluster: es un grupo, próximo geográficamente, de empresas e instituciones asociadas interconectadas en un campo del saber determinado, unidas tanto por elementos comunes como por complementariedades

La competitividad nacional se ha convertido en una de las preocupaciones centrales de los gobiernos y las industrias de todas las naciones. A pesar de todas las discusiones y debates y de lo que se ha escrito sobre el tema, todavía no existe una teoría convincente que explique la competitividad nacional. Aunque el concepto de empresa competitiva es bastante claro, el de la nación competitiva no lo está. Una explicación final muy en boga de la competitividad nacional es la de las diferencias en las prácticas de gestión, incluidas las relaciones dirección – trabajadores. (Porter, 1999)

### **a) Fuentes de Competitividad**

A nivel microeconómico, se considera que las naciones pueden disfrutar de dos fuentes de competitividad:

- a.1) Internas: La calidad de las estrategias y las operaciones de las empresas que operan en esa nación.
- a.2) Externas: La calidad del ambiente para la generación de empresas y empleo.

**Grafico 1.**  
**Fuentes de Competitividad**



Fuente: Michael Porter, Harvard University, Ser competitivo

**a.1) Fuentes Internas de Competitividad**

Muchas de las carencias competitivas internas, es decir, aquéllas que atañen a las estrategias y las operaciones de las empresas que operan en el mercado nacional, son ocasionadas en su inicio por la falta de fuentes de competitividad externas:

- Dominio de un mercado pequeño y cerrado
- Planificación empresarial con poco énfasis en la estructura de la industria
- Escaso interés en las mejores prácticas internacionales y en el mejoramiento continuo
- Escasa inversión en maquinaria, equipamiento, marca, investigación o equipos
- Valor generado en la extracción de recursos, el ensamblaje o en la distribución local
- Estrategias de precios basadas en la materia prima
- Obtención de financiación únicamente a corto plazo
- Inversiones atadas al capital circulante

- Competitividad basada en salarios bajos y en explotación de recursos naturales
- Exportación basada en materias primas o bienes intensivos en mano de obra
- Innovación basada en imitación
- Escasa atención al marketing y la creación de marcas
- Escasas estrategias de internacionalización
- Obsesión por mercados muy avanzados y olvido del potencial regional

Una adecuada estrategia para mejorar el ambiente donde se desarrollan las empresas, basada en pequeñas reformas microeconómicas a nivel local, sin esperar grandes decisiones del gobierno central, puede llegar a dar muy buenos resultados.

#### **a.2) Fuentes Externas de Competitividad**

La calidad del ambiente que reine en una nación para la generación de empresas y empleo, es considerada como una fuente externa de competitividad.

La riqueza de una nación no viene dada por la cantidad de recursos de los que esa nación disponga, sino por la productividad con la que utilice dichos recursos (humanos, naturales y de capital) en el largo plazo. La sustentabilidad es una señal clave para medir la eficiencia con la que los recursos son utilizados. La productividad depende del valor de los productos generados (calidad, exclusividad, etc.) pero también de la eficiencia con la que son producidos.

## Grafico 2

### Determinantes de Competitividad y Crecimiento de la Productividad



La competitividad depende en último término de los fundamentos microeconómicos. El progreso que se consiga implementar sobre estos fundamentos hará más fácil la consecución de prosperidad económica. Los fundamentos microeconómicos nos los presenta Porter en su conocido “DIAMANTE”.

### Gráfico 3.

#### Competitividad, Productividad y el Ambiente Microeconómico



Fuente: Profesor Michael Porter, Deusto, Ser Competitivos

## **CAPITULO II AGENCIA DE DESARROLLO EMPRESARIAL DE LOJA**

### **2.1 Antecedentes para la creación de la ADE en Ecuador**

Para analizar la Agencia de Desarrollo Empresarial de Loja (ADE) como estructura que intenta facilitar la creación de empresas competitivas, es necesario conocer algunos datos importantes del momento histórico por el que atravesaba el Ecuador y que en gran medida facilitó la creación de esta estructura empresarial.

Durante la última década, Ecuador ha sido profundamente afectado por una crisis motivada por una serie de factores políticos, económicos, sociales y medioambientales.

La inestabilidad política del país no ha tenido parangón en la historia reciente, la desigualdad social se ha profundizado, el sistema financiero nacional llegó a colapsar y el país ha sido víctima de desastres naturales como la derivada del fenómeno climático “el Niño”.

Todo esto ha ocurrido además en un marco jurídico y regulatorio que no ha fomentado la inversión, la innovación y la competencia entre las empresas y por lo tanto la productividad, la competitividad y la creación de empleo.

La escasez de empleo y oportunidades ha llevado a una parte importante de la sociedad ecuatoriana a emigrar hacia otros países. Desgraciadamente se trata de la parte de población más capacitada y en muchos casos, la más emprendedora, la que

más oportunidades (en términos de riqueza y empleo) hubiera creado para el resto de sus compatriotas.

Según el Informe de Desarrollo Humano - Ecuador 1999, elaborado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, el Producto Interno Bruto del Ecuador en el año 1998 fue de S/. 107 Billones (millones de millones de sucres), equivalentes a 19.710 millones de dólares.

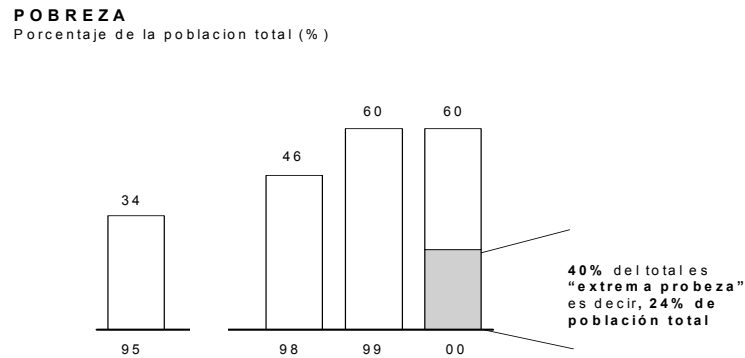
Esta cifra representa un crecimiento del PIB de tan sólo un 0,4% respecto a 1997. Para 1999, el PIB fue de 157 Billones de sucres, equivalentes a 14.451 millones de dólares. Las cifras de cambio respecto al dólar revelaron la depreciación del Sucre, acelerada por el pánico que desató la crisis financiera y favorecida por la cesación de la banda cambiaria y la libre flotación del dólar desde marzo de 1999 (Anexo 1).

Medido en dólares, el PIB se contrajo drásticamente en 1999, por efecto de la fuerte depreciación de la moneda. En términos per cápita, el PIB era de 1.164 dólares, una reducción del 28% en relación a 1998.

### 2.1.1 Pobreza.

#### Grafico 4

#### Pobreza



Source: Informe sobre Desarrollo Humano, Ecuador, 1999

1

La pobreza creció del 34% de la población total en 1995 al 46% en 1998. En los dos últimos años ha seguido creciendo hasta llegar a la alarmante estadística actual del 60%. Esta estadística muestra que el número de personas con la capacidad de comprar la cesta básica decrece a ritmos preocupantes. De forma adicional, conviene señalar que el porcentaje de población bajo la línea de "extrema pobreza" se ha doblado en relación al total de población clasificada como pobre, pasando a ser el 40% de este total desde el 20% anterior (datos tomados en 2000). Todo ello muestra una alarmante pérdida de calidad de vida.

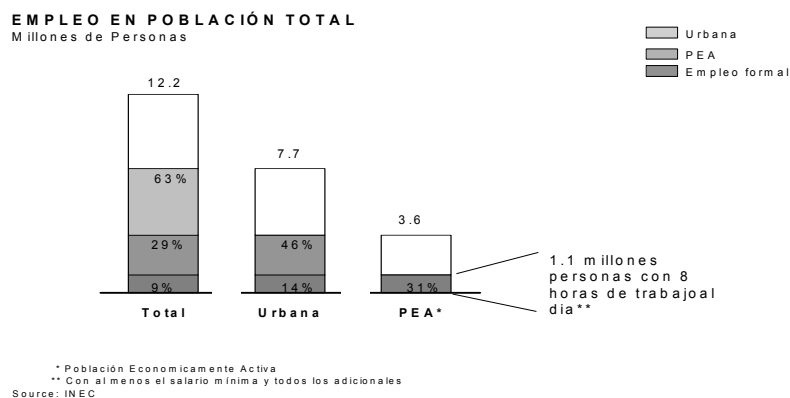
## 2.1.2 Desempleo.

El desempleo ha seguido patrones cíclicos en los últimos 10 años: Creció entre 1990 y 1992. Se redujo entre 1992 y 1995. Revirtió este comportamiento con rápidos incrementos en el desempleo entre 1995 y 1999 (Las Cámaras de la Producción, que representan al sector patronal privado, reportaron en 1999 una importante reducción de plazas de trabajo en las empresas afiliadas a sus gremios). Si tomamos el desempleo de forma aislada, los incrementos desde 1998 hasta 2001, muestran que el Ecuador ha sufrido, sin duda, una de las peores crisis de su historia.

### a) La calidad del empleo

Gráfico 5

#### La calidad del empleo



En 1998, el 63% de la población era urbana, esto es 7,7 millones de los 12,2 millones de la población total estimada a esas fechas y residiendo en el país.

A noviembre de 1998, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) estableció que la Población Económicamente Activa (PEA) era de 3.560.000 personas, con un aumento de 5,6% en el año, con respecto a noviembre de 1997. De ellos, 1.100.000 personas estaban adecuadamente empleadas con 8 horas de trabajo al día con al menos el salario mínimo y valores adicionales a su sueldo.

El empleo informal crece cada año al 7,8%. Los informales son los que o trabajan por su cuenta sin relación laboral alguna, o si tienen un empleo, no gozan de estabilidad laboral ni de los beneficios del seguro social, y suelen percibir remuneraciones inferiores a la mínima. En Quito un 50,7% de la PEA tiene empleo adecuado en el sector moderno. En Guayaquil sólo el 41,6%. La diferencia se debe al efecto del empleo en el sector público. Esta diferencia de 9,1 puntos menos en Guayaquil se compensa con una tasa más alta de 6,6% de informales y una de 2,1% más de subempleo. Los niveles de desempleo, sin embargo, son comparables.

### **2.1.3 El Sector Empresarial**

La crisis vivida por toda la sociedad ecuatoriana en general no fue ajena al sector empresarial. Lógicamente, algunas de las medidas extremas tomadas por el gobierno para tratar de estabilizar la economía, fueron letales para muchas compañías (congelamiento bancario). Esto se dejó ver muy claramente en las cifras de desempleo comentadas anteriormente.

Pero no fueron factores internos los únicos causantes de la quiebra de innumerables compañías. Factores externos introdujeron inestabilidades suficientes como para quebrar a empresas solventes que de otra manera hubieran sobrevivido los efectos de la crisis:

- Camarón: mancha blanca
- Café: Precios de crisis provenientes de extremo oriente
- Atún: Medidas restrictivas por parte de México
- Plátano: Conflictos comerciales USA-Europa
- Industria agroalimentaria: Efectos del Fenómeno del Niño
- Turismo: Levantamientos sociales y secuestros
- Galápagos: Inestabilidad social y noticias de accidentes desastrosos
- Exportación: La Competitividad basada en devaluación terminó con el esquema de dolarización
- Flores: Quiebra del mercado ruso, el principal cliente
- Industria en general: Imposibilidad de importar insumos por limitaciones en riesgo-país
- Construcción: Escasez de mano de obra calificada por emigración

#### **2.1.4 Emigración**

Uno de los resultados directos de la falta de oportunidades y empleo que actualmente se vive en Ecuador es la emigración. Miles de ecuatorianos están abandonando el país de forma masiva y desordenada hacia destinos en teoría más prometedores. En algunos casos la situación ha sido tan llamativa que Gobiernos receptores de

inmigrantes ecuatorianos han impulsado convenios bilaterales de regulación de flujos migratorios.

Las características inherentes al tipo de emigración que se produce actualmente en el país, hacen muy difícil la recopilación de datos estadísticos: Suele tratarse de emigración camuflada que no consta en ningún registro. Por esta razón, no es posible presentar datos fiables en el presente documento. Sin embargo, en líneas generales, se conocen los siguientes datos:

- Entre 2 y 3 millones de personas han abandonado el país en los últimos 10 años.
- Las provincias del sur del país (Austro Ecuatoriano) son las más afectadas por este factor: Azuay, Cañar, Zamora-Chinchipe, El Oro y Loja.
- En Loja, Azuay y Cañar existen numerosas poblaciones “fantasma”, o poblaciones donde la unidad familiar ha quedado casi totalmente destruida.
- Los tres destinos preferidos por los emigrantes ecuatorianos son: Estados Unidos de Norteamérica, España e Italia por este orden.
- Numerosas instituciones se han creado para tratar de evitar la emigración de más personas. Sin embargo la mayoría reconocen encontrarse con las manos vacías a la hora de ofrecer ingresos o posibilidades de autoempleo.

En el Ecuador, según una investigación reciente llevada a cabo por el Instituto de Estudios Sociales y Técnicos (INSOTEC), la crisis económica ha determinado que muchas pequeñas empresas desaparezcan y que el empleo que genera el sector disminuya sensiblemente: Entre las empresas entrevistadas, el 55,7% reconocieron

haber reducido personal recientemente. La disminución media de empleo en estas empresas fue del 32,3%.

Un alto número de empresas (46,6%) manifestó que sus ventas están siendo bajas o muy bajas, aunque otras encuestas demuestran que algunas empresas comienzan a tener pequeños incrementos en sus ventas desde finales de 2000. Para un 45,63% de las empresas entrevistadas por INSOTEC las ventas apenas están en un nivel medio.

De todas las empresas entrevistadas, un 21,5% reconoció estar vendiendo a pérdida. El 12,2% está recurriendo a la venta de activos (maquinaria, etc.) para evitar la descapitalización inmediata. Este último dato, muy preocupante, permite deducir que la utilización de la capacidad instalada se está reduciendo en el país, introduciéndolo en un círculo vicioso de descapitalización/destrucción de empleo.

A mediados del 2001 la Asociación de las Cámaras de la Producción de Loja inicio la conformación de una asociación empresarial, posteriormente reciben asistencia técnica del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible (UNDP por sus siglas en inglés), y logra consolidarse con una serie de alianzas y convenios con organismos estatales y el gobierno local así como con la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL). Posteriormente la Cámara de Industrias de Loja se mantiene en el proyecto asociándose en forma definitiva con la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL).

En la provincia de Loja, las respuestas de 20 empresarios entrevistados por funcionarios de Naciones Unidas en diciembre de 2000 fueron las siguientes:

- El 45% desconoce la existencia de algún organismo de apoyo a la exportación
- El 100% desconoce el concepto subvención y localización de subvenciones (a pesar de que en Loja rige una Ley que exonera el pago de impuestos a las importaciones para el equipamiento productivo)
- El 85% desconoce dónde localizar bases de datos para identificar clientes potenciales
- El 35% desconoce la utilidad de una página web como canal de información y ventas y el 90% desconoce cómo crear una página web y dónde
- El 100% considera no estar suficientemente capacitado para llevar a cabo una actividad empresarial. El 100% conoce dónde capacitarse, pero considera los cursos demasiado onerosos
- Al 100% le es imposible acceder a financiación para incrementar sus operaciones. El 100% desconoce fuentes alternativas de financiación diferentes al endeudamiento
- El 100% considera que dedica demasiado tiempo a burocracia “sin sentido” que no añade valor
- El 5% subcontrata servicios administrativos
- Al 70% le resulta difícil contratar personal cualificado
- El 100% encuentra verdaderas dificultades para dar a conocer su producto
- El 100% nunca ha participado en una feria
- El 100% desconoce qué facilidades entregan los organismos de cooperación y los países. El mismo porcentaje desconoce cómo entrar en contacto con este tipo de cooperación
- El 100% considera que al Gobierno Central y las autoridades locales no les interesa apoyar al sector empresarial

- El 100% considera muy positivo contar con un único lugar de apoyo general que se especialice en el sector empresarial

## 2.2 Estructura Administrativa y Operativa de la ADE

Las Agencias de Desarrollo Económico Local (ADEL), son **instancias organizadas a nivel local**, donde los **protagonistas locales** en forma concertada y autónoma **toman decisiones** sobre propuestas e iniciativas de **desarrollo económico autosostenido**, aseguran al mismo tiempo las **condiciones técnicas** para viabilizarlas y la **movilización de recursos requeridos**, con el objetivo de **brindar oportunidades** de acceso al circuito productivo, al conjunto de la población y en particular a la más excluida<sup>9</sup>.

Las Agencias de Desarrollo Local o Empresarial son el resultado de una nueva manera de concebir la política territorial, que apuesta por los valores y potencialidades del entorno local.

Se trata, generalmente, de estructuras flexibles que funcionan para promover e implementar las actividades económicas a nivel local. Su actuación suele centrarse en labores de intermediación cualificada entre los actores públicos y privados, y entre la demanda y la oferta, promoviendo la participación y la circulación de información.

Las acciones de las agencias de desarrollo tienen como objetivo fundamental la movilización y el estímulo de la innovación en la iniciativa privada, sobre todo en el

---

<sup>9</sup> LAS AGENCIAS DE DESARROLLO ECONOMICO LOCAL: "PROMOVIENDO LA EMPRESARIALIDAD EN EL MARCO DEL DESARROLLO HUMANO SOSTENIBLE" El caso de Centro América, Alfredo Lazarte H

área de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES), y la creación de empleo, favoreciendo de este modo la potenciación y correcta asignación de los recursos internos y externos de cada zona, junto a la creación de nuevas actividades económicas.

El proyecto de instalar en la ciudad de Loja una Agencia de Desarrollo Local pretendía generar una masa crítica que creara una estructura de apoyo al Tejido Empresarial y sobretodo a los emprendedores de esta población. Lo interesante de esto es que si bien se la considera como ADEL, se decidió denominarla como Agencia de Desarrollo Empresarial, por la idiosincrasia en una ciudad conservadora, y en dónde el 60% del sector laboral se encuentra en el Estado.

La Agencia de Desarrollo Empresarial surge inicialmente como una sociedad anónima creada bajo supervisión de la Superintendencia de Compañías en el mes de Enero del 2002. Sus socios iniciales fueron la Cámara de Industrias de Loja y la Universidad Técnica Particular de Loja, cada una con una participación del 50%.

Paralelamente a esto y por normatividad para canalizar recursos de Organismos Internacionales hacia la capacitación empresarial se crea una institución de derecho privado legalizada como Fundación sin fines de lucro mediante Resolución del Ministerio de Bienestar Social No. 00028, emitida el 12 de junio del 2003.

Actualmente luego de la última Junta General de Socios llevada a cabo el 15 de octubre del presente año se acepta el incremento de capital así como el ingreso de

dos nuevos socios, el promotor inicial del proyecto Ing. James Loaiza Riofrío y de la empresa de Economía Mixta LOJAGAS.

El proyecto planteó metas económicas y sociales, que se detallan a continuación:

- Metas ECONÓMICAS: Facilitar la creación de empresas, la realización de inversiones y trabajar en el concepto de competitividad
  
- Metas SOCIALES: Crear riqueza, empleo y equidad; a través del apoyo a la creación de empresas.

Con estas metas se intentaba beneficiar directamente a los siguientes actores:

Participantes y Beneficiarios directos:

- a) Los emprendedores que quieran constituir una empresa
- b) Los empresarios que quieran hacer más competitiva su empresa
- c) Los emigrantes que podrán disponer de oportunidades donde invertir sus recursos
- d) Las personas sin empleo que tendrán más posibilidades de encontrarlo
- e) Las Cámaras de la producción que implementen este programa como contraparte
- f) La sociedad en general que se verá beneficiada por el incremento de actividad económica.

Participantes y Beneficiarios indirectos:

- Los Municipios en los que se instale la Agencia de Desarrollo Empresarial
- Los Consejos Provinciales de las Provincias donde se instale la Agencia de Desarrollo Empresarial
- Las arcas públicas por el incremento en la recaudación de impuestos
- El gobierno y sus instituciones nacionales

En definitiva la ADE tiene como principal objetivo “convertirse en una agencia generadora de empleo, mediante la facilitación a la creación de empresas en la región sur del Ecuador” utilizando estrategias que las desarrolla mediante cuatro estructuras administrativas:

1. Ventanilla Única Empresarial (VUE): Servicios Generales Empresariales (SGE), Tramitología Pública y Privada.
2. Incubadora de Empresas Innovadoras de Loja (IE)
3. Centro de Capacitación (CC)
4. Centro de Investigación Económicas y Sociales (CIES)

**Gráfico 6.**

**Estructura Empresarial ADE Loja**

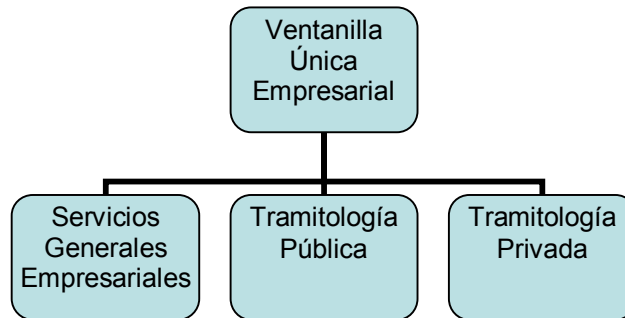


Fuente: ADE Loja

## 2.2.1 Ventanilla Única Empresarial (VUE)

Gráfico 7

### Estructura Ventanilla Única Empresarial



Fuente. ADE-Loja

Ofrece servicios de tramitología pública, que intervienen en el proceso de creación de una empresa. La filosofía fundamental de VUE es la de ofrecer en un solo lugar físico todos los servicios y asesoría de los entes estatales y privados, para de esta forma disminuir los costos con relación a tiempo que se pueden dar debido a los problemas de concentración de funciones que se da entre las provincias grandes hacia las pequeñas y de estas hacia sus cantones.

### 2.2.1.1 Convenios Firmados

- Corporación Financiera Nacional. Convenio de participación en Ventanilla Única empresarial y capacitación a empresarios y emprendedores de la región.

- Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI) / Banco Mundial (BM). Convenio de instalación de oficina de CORPEI en la ADE para facilitar información y estudios de CORPEI.
- Bolsa de Valores de Quito. Convenio para capacitación en mercados bursátiles a través de software con funcionarios de la Corporación Financiera Nacional (CFN).
- Convenios de Ventanilla Única Empresarial
  - Superintendencia de Compañías
  - Ministerio de Salud Pública
  - Ministerio de Relaciones Exteriores
  - Ministerio de Agricultura
  - Comité de Consultoría
  - Consejo Provincial de Loja
  - Municipio de Loja
  - Corporación Aduanera Ecuatoriana

#### **a) Servicios resultantes de estos convenios**

##### a.1 Superintendencia de Compañías

- Constitución de Compañías
- Certificado de Cumplimiento de Obligaciones

a.2 Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad -  
MICIP

- Calificación Artesanal
- Certificado de Origen
- Legalización de Asociaciones Productivas
- Registro de Directiva MICIP

a.3 Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual - IEPI

- Certificación de nombre o marca comercial
- Registro de nombre o marca comercial
- Transferencia de nombre o marca comercial
- Registro de Patentes
- Asesoría en Propiedad Intelectual

a.4 ACCE - Comité de Consultoría

- Calificación Individual Comité de Consultoría
- Calificación Compañías, Fundaciones, Corporaciones

a.5 Ecuatoriana de Código de Producto - ECOP

- Código de Barras (ECOP)

#### a.6 Dirección Provincial de Salud

- Certificación de Salud
- Permiso de Funcionamiento Sanitario
- Licencia Sanitaria de Venta
- Asesoría en Registro Sanitario

#### a.7 Servicios CORPEI

- Contactos comerciales para un producto o mercado
- Fichas o perfiles de un producto de exportación
- Requisitos de ingreso a un mercado
- Estudios de productos de exportación
- Materiales de seminarios de Oportunidades Comerciales
- Bases de datos de exportadores

### **2.2.2 Servicios Generales Empresariales**

Dentro de los servicios generales empresariales que ofrece la ADE se encuentra el asesoramiento y formación para convertir su idea en realidad con la contribución de profesionales altamente calificados que facilitan la realización de sus proyectos como:

- ▣ Elaboración de perfiles y proyectos de inversión para la micro y mediana empresa.
- ▣ Elaboración de estudios de mercado y organizacionales.
- ▣ Evaluación financiera, económica, social y ambiental.
- ▣ Asesoramiento legal general y constitución de compañías.

• Registro de marcas, patentes y propiedad intelectual.

• Capacitación en gestión empresarial.

• Contabilidad, auditoria y pagos impositivos.

- Desarrollo de elementos publicitarios: Logotipos, identidad Corporativa, Web, Multimedia.

### **2.2.3 Incubadora de Empresas**

A nivel mundial las incubadoras de empresas se han convertido en un agente de desarrollo socioeconómico del sector donde se ubican, este hecho se debe a la constante generación de empresas con alto valor agregado que dinamizan la economía del medio en que se encuentran, a continuación se describe información relevante de la Incubadora de Empresas.

#### **a) Red de Incubadoras del Ecuador**

Esta referencia sirvió como antecedente, para que algunos representantes de instituciones públicas, privadas y de fundaciones decidieran implantar el modelo de incubación en Ecuador. De esta forma nacieron en el 2003 tres incubadoras regionales: Emprender (Pichincha), Incoval (Guayas) y ADE Incubadora de Empresas de Loja (Loja); las mismas que constituyen la Red de Incubadoras del Ecuador.

A fin de integrar esfuerzos y potenciar el impacto de su trabajo, las tres incubadoras decidieron unirse en un proyecto de envergadura nacional e internacional. Su principal objetivo es fortalecer sus instituciones para cumplir eficientemente con la meta de crear empresas.

Puesto que las tres incubadoras son relativamente nuevas en el mercado, uno de los primeros temas del proyecto es la solidez institucional. Por ello, entre sus objetivos está el fortalecimiento de las capacidades institucionales de cada una de las incubadoras para las operaciones de incubación. Este fortalecimiento supone establecer procesos operativos estandarizados, mejora de la administración interna, capacitación específica y la implantación de procesos rigurosos de monitoreo y evaluación.

Es preciso mencionar además que la Corporación Andina de Fomento (CAF) ha realizado un aporte de cien mil dólares que serán repartidos proporcionalmente entre las tres Incubadoras del Ecuador; para cubrir algunos gastos de operación para el presente año 2004.

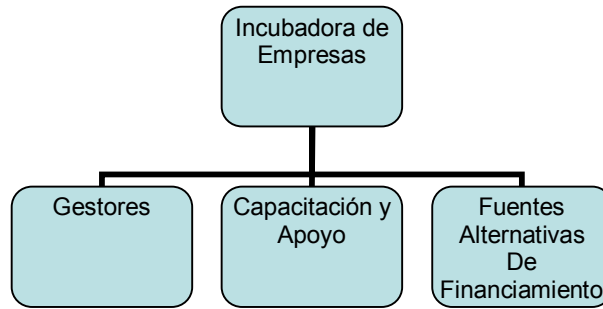
#### **b) Incubadora de Empresas de Loja**

En la Incubadora de Loja el modelo de incubación que se aplica se basa fundamentalmente en las experiencias y conocimientos que la Incubadora de Empresas de Base Tecnológica de Antioquia IEBTA (Medellín Colombia) ha podido adquirir. El MICIP-C intervino directamente aportando el modelo de incubación, adquirido a la IEBTA de Medellín (Colombia).

El soporte tecnológico, el modelo de gestión y el Know How que aporta el modelo colombiano, es un método probado que ha permitido a la ciudad de Medellín crear cerca de setenta empresas que contribuyen con más de setecientas fuentes de empleo (IEBTA, 2002).

En la ciudad de Loja la Incubadora de Empresas opera como una dependencia de la Agencia de Desarrollo Empresarial ADE, con la siguiente estructura funcional:

**Gráfico 8**  
**Estructura Incubadora de Empresas**



Fuente: ADE-Loja

- Los Gestores son personal multidisciplinario que facilita la aplicación de los emprendedores hacia el modelo de Incubación de Empresas
- La estructura de Capacitación y Apoyo brinda conocimientos necesarios de administración y eficiencia, así como ofrece una estructura física y operativa adecuada a las exigencias de cada empresario.
- Como Fuentes Alternativas de Financiamiento se puede considerar los recursos de Bussines Angels<sup>10</sup>, Fondos de Capital de Riesgo, Accionistas o incluso de Microcrédito y Banca de Segundo Piso.

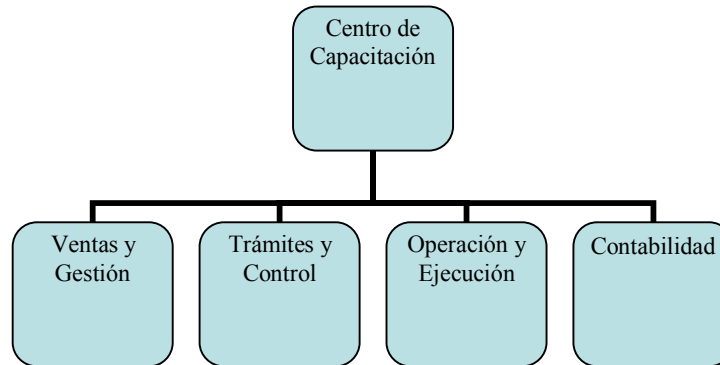
Para lograr este objetivo la Incubadora deberá transferir espíritu empresarial a los emprendedores y empresarios de nuestra ciudad y provincia y constituirse en un nexo efectivo entre las ideas empresariales y su adecuada ejecución y gestión.

<sup>10</sup> Bussines Angels: Capitalistas Ángeles, inversionistas de capital de riesgo que toman la figura de accionistas sociales, generalmente empresarios comprometidos con el desarrollo empresarial con tinte social. Nota del Autor

## 2.2.4 Centro de Capacitación

Gráfico 9

Estructura Centro de Capacitación



Fuente: ADE-Loja

La ADE ha estructurado un Centro de Capacitación calificado por el Consejo Nacional de Capacitación y Formación Profesional (CNCF) para desarrollar diferentes cursos y programas de formación para las empresas que pueden ser financiados por el CNCF solo en el caso de que las empresas tengan afiliados a sus empleados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

El CNCF es un organismo que se nutre de los aportes que realizan los empresarios privados de todo el país por el aseguramiento de sus trabajadores ante el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS). Del aporte patronal realizado que es de un 9,85% del aporte total se destina un 0,5% para este organismo.

EL CNCF financia hasta un 80% de cualquier capacitación empresarial que desee una empresa siempre y cuando vaya destinado hacia los mandos medios y bajos y no a nivel gerencial.

Al momento se han realizado 118 cursos en el lapso de 9 meses capacitando a 1138 funcionarios de nivel medio y bajo de 16 industrias y pequeña empresa de la ciudad de Loja. Sus resultados se presentan en mayor detalla en el capítulo IV.

Mediante Resolución No. RA-051-ST-2003 del CNCF emitida el 15 de Noviembre de 2003, la Fundación Agencia de Desarrollo Empresarial recibe la acreditación como Centro de Capacitación y Formación Profesional en la ciudad de Loja en las siguientes áreas y especialidades:

**Tabla 1**  
**Áreas de calificación ante el CNCF**

| <b>ÁREA</b>                          | <b>ESPECIALIZACIÓN</b>                            |
|--------------------------------------|---|
| Administración                       | Administración Empresarial                        |
| Comercio y Servicios Financieros     | Finanzas  |
| Comercialización, Marketing y Ventas | Ventas  |
| Transporte y Comunicaciones          | Edición, Comunicaciones y Publicaciones de Prensa |
| Procesos Industriales                | Buenas Prácticas de Manufactura                   |

Fuente: ADE Loja

### **2.2.5 Centro de Investigaciones Económicas y Sociales (CIES)**

El Centro de Investigaciones Económicas y Sociales CIES, surge como alternativa ante la falta de información socioeconómica o la mala distribución de la misma. La teoría económica define ésta carencia o mal reparto de información entre los agentes

como “Información Asimétrica”. Por tal razón antes de revisar el proceso de implementación del CIES, es importante analizar los fundamentos técnicos que apuntalaron la creación del centro.

### **a) Economía de la información**

En un mundo ideal, donde la información económica está disponible completamente, los sujetos participantes en las actividades económicas tienen a su disposición todos los medios para tomar sus decisiones. Los inversionistas financian proyectos con los más altos rendimientos y los gobiernos están posibilitados a ejecutar políticas que generen eficiencia. Sin embargo la realidad es diferente, en el mundo real la información es imperfecta y muy costosa de conseguir, existen asimetrías en la información; por lo que las opciones no están necesariamente asignadas a su mejor uso.

Precisamente la Economía de la Información, se ha dedicado “al estudio de las asimetrías en la información y su relación con las acciones de las empresas y de los individuos. Por economía de la información se entiende el estudio de las relaciones entre los agentes económicos en situaciones en las que existen asimetrías de información y la modelización de procesos en los cuales hay que tomar decisiones cuando la información disponible es incompleta”<sup>11</sup>.

---

<sup>11</sup> MACCHO Stadler y otros, Introducción a la Economía de la Información, Editorial Ariel S.A., Barcelona, 1994

## b) Asimetrías en la información

La teoría económica clásica establece en uno de sus postulados que todos los participantes de los mercados tienen información completa, es decir los productores conocen la tecnología, los costos de los factores y los precios que los consumidores están dispuestos a pagar por los productos; los consumidores conocen las características de los productos y los precios que estos realmente tienen para el mercado en general. Sin embargo ésta teoría tiene debilidades, la realidad nos muestra que existe asimetría en la información, es decir que algunos saben más que otros.

Se define a la *información asimétrica* como la situación en la que el oferente y demandante tienen información diferente sobre una transacción. Las partes involucradas en un intercambio no manejan la misma información; por ejemplo, el vendedor de un producto conoce su calidad mejor que el comprador, los trabajadores normalmente conocen sus propias capacidades mejor que el empleador y los gerentes conocen los costos de la empresa, la posición competitiva y las oportunidades de inversión mejor que los accionistas o propietarios de la empresa.

Las asimetrías de información se presentan especialmente en la forma de “**adverse selection**” (selección adversa) y de “**moral hazard**” (riesgo moral).

## c) Información asimétrica y la selección adversa

La selección adversa ocurre cuando en una relación entre principal (por ejemplo: prestamista, banco) y agente (por ejemplo: prestatario, empresas), el primero puede observar el resultado de la empresa *ex-post* pero desconoce *ex-ante* la situación y características del prestatario. Un ejemplo claro de este tipo de información se da en la industria de los seguros, donde la parte que se asegura tiene más información sobre el riesgo que la compañía de seguros, lo cual puede provocar una selección adversa

(ocultar información), donde las personas de alto riesgo optan por asegurarse y no así las de bajo riesgo.

George Akerlof<sup>12</sup> fue el primero que analizó las implicaciones de la información asimétrica sobre la calidad de los productos.

Akerlof demostró que la existencia de información asimétrica sobre la calidad de las mercancías tenía como consecuencia el hecho de que se vendieran menos productos de calidad. Aunque puede haber consumidores dispuestos a satisfacer el precio que piden los vendedores por un producto de calidad, la transacción no se lleva a cabo por la existencia de asimetría informativa. En cambio, cuando los consumidores pueden identificar la calidad del producto antes de efectuar su compra, los productos de calidad representan una mayor proporción en el mercado. Por tanto, se trata de un proceso de selección adversa. Esta selección adversa se origina siempre que se venden productos de diferente calidad a un único precio, porque los compradores o vendedores no están lo bastante informados como para establecer la verdadera calidad de la mercancía en el momento del intercambio.

#### **d) Información asimétrica y la señalización en el mercado**

Michael Spence<sup>13</sup>, otro de los galardonados con el Premio Nobel de Economía 2001, observó en 1974, como en algunos mercados, precisamente para evitar los problemas de la información asimétrica, los compradores y los vendedores ofrecían señales sobre la calidad del producto o servicio que se quería intercambiar. Por ejemplo, en los mercados de bienes de consumo durable, las empresas que fabrican un producto de mejor calidad y más fiable ofrecen una garantía generosa con el objetivo de indicar a los consumidores que se trata de un producto inmejorable y, de esta manera,

---

<sup>12</sup> AKERLOF George, The Market for Lemons, Quaterly Journal of Economics, Vol 84, Nro. 3, 1970

<sup>13</sup> SPENCE Michael, Job Market Signalling, Quaterly Journal of Economics, Vol 87, 1973

predisponerlos a pagar un precio más elevado. Para que funcione una señal de mercado, esta tiene que ser mucho más costosa para los productores de baja calidad. Efectivamente, este es el caso de las garantías, porque una amplia garantía es mucho más cara para el fabricante de un artículo de baja calidad, que tiene una probabilidad más elevada de que surja la necesidad de reparación en el período de garantía. Dicho de otro modo, falsificar las señales es mucho más caro para los fabricantes de baja calidad.

Las publicaciones del profesor Spence apuntaban hacia el hecho de que la información asimétrica no sólo está presente en los mercados de bienes y servicios, sino también en el mercado de trabajo. Es evidente que un candidato sabe mucho mejor su cualificación, profesionalidad y capacidad de dedicación al trabajo que el empresario que considera su contratación. Spence nos indica que, en el caso del mercado de trabajo, la señalización es muy frecuente. A las empresas les resulta muy cara la rotación de personal, en términos de costo del despido, recursos y tiempo invertidos en la selección y dinero destinado a formación. Por tanto, el proceso de selección es crítico para las empresas, que invierten tiempo y dinero en identificar a los candidatos que pueden ser más productivos. La formación es una de las señales más potentes en el mercado de trabajo, ya que la posesión de conocimientos incide directamente en la productividad.

#### **e) Información asimétrica y riesgo moral.**

El riesgo moral (ocultar acción) es otro problema que se presenta, el mismo consiste en que la parte que se asegura tiene menos cuidado de evitar las pérdidas después de asegurarse.

El daño moral aparece cuando, después del establecimiento de una relación contractual entre las partes, un estado de la naturaleza es revelado únicamente a una de las partes. Generalmente, la parte informada es el agente (empresa) y la no

informada el principal (financiero). Dado que este último no puede observar las acciones del agente, no le es posible formular previamente condiciones al respecto a la hora de firmar el contrato.

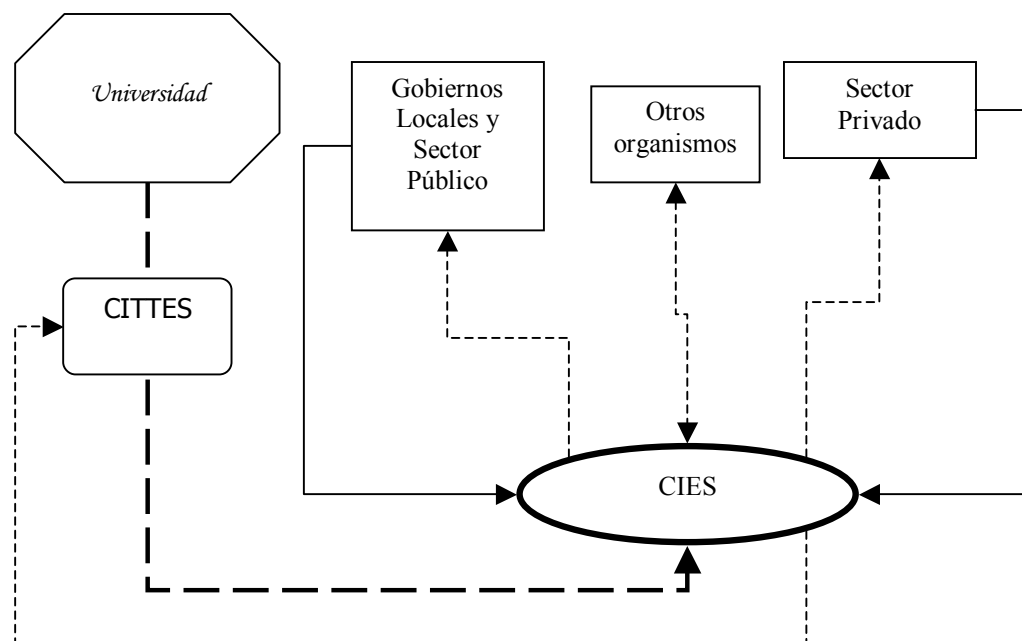
El riesgo moral se basa en lo siguiente: ante la firma de un contrato, que luego de firmado no puede ser modificado, a causa de la información incompleta de una de las partes, la otra parte puede salir perjudicada (es decir se puede “mentir” para cerrar el contrato).

En Loja, las instituciones públicas y privadas escasamente cuentan con la información necesaria sobre la situación de las diferentes ramas de actividad económica de la región, herramienta indispensable a la hora de sustentar con amplios rangos de confiabilidad las diferentes propuestas de inversión.

Se considera de suma importancia el iniciar este tipo de estudios a través del Centro de Investigaciones Económicas y Sociales (CIES) con la finalidad de estructurar paulatinamente una amplia base de indicadores sobre la actividad productiva de Loja, que a futuro, no solo facilite la tarea de los proyectistas, sino que inclusive permita a los organismos públicos o privados direccionar de forma mas efectiva su gestión. El trabajo del CIES, se soporta en un equipo multidisciplinario que deberá recopilar, procesar, analizar y difundir la información socioeconómica que se genera en el medio, cuenta con una Misión: Proveer a sus clientes de información socioeconómica oportuna, imparcial y veraz debidamente procesada y analizada, y, una Visión: Convertirse en una entidad que oriente la toma de decisiones en la Región Sur del país. Se plantean una serie de estrategias que se detallan a continuación:

- Gestión de información apoyada por los Centros de Investigación Transferencia de Tecnología Extensión y Servicios de la UTPL, a través de trabajos realizados o por realizar y asesoría de su personal.
- Gestión de información apoyada por los profesionales en formación de las diferentes escuelas de la UTPL, a través de la realización de trabajos investigativos y tesis previo la obtención de títulos profesionales.
- Gestión de información apoyada por instituciones públicas y privadas, provinciales y nacionales, mediante información generada y experiencias anteriores.
- Capacitación del personal involucrado en el CIES, en lo referente a las metodologías de recolección, cálculo y análisis de la información.

**Gráfico 10**  
**Relaciones del CIES**



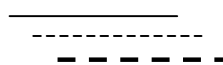
**SIMBOLOGÍA:**

Información no procesada

Información procesada

Recursos humanos y financieros

Fuente: CIES



## **f) Sustento Legal**

Las actividades del CIES dependen en gran medida del acceso a información generada en entidades públicas y privadas. Para garantizar este hecho se valdrá de la Ley de de Transparencia y Acceso a la Información Pública que entró en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial, el 18 de mayo del 2004.

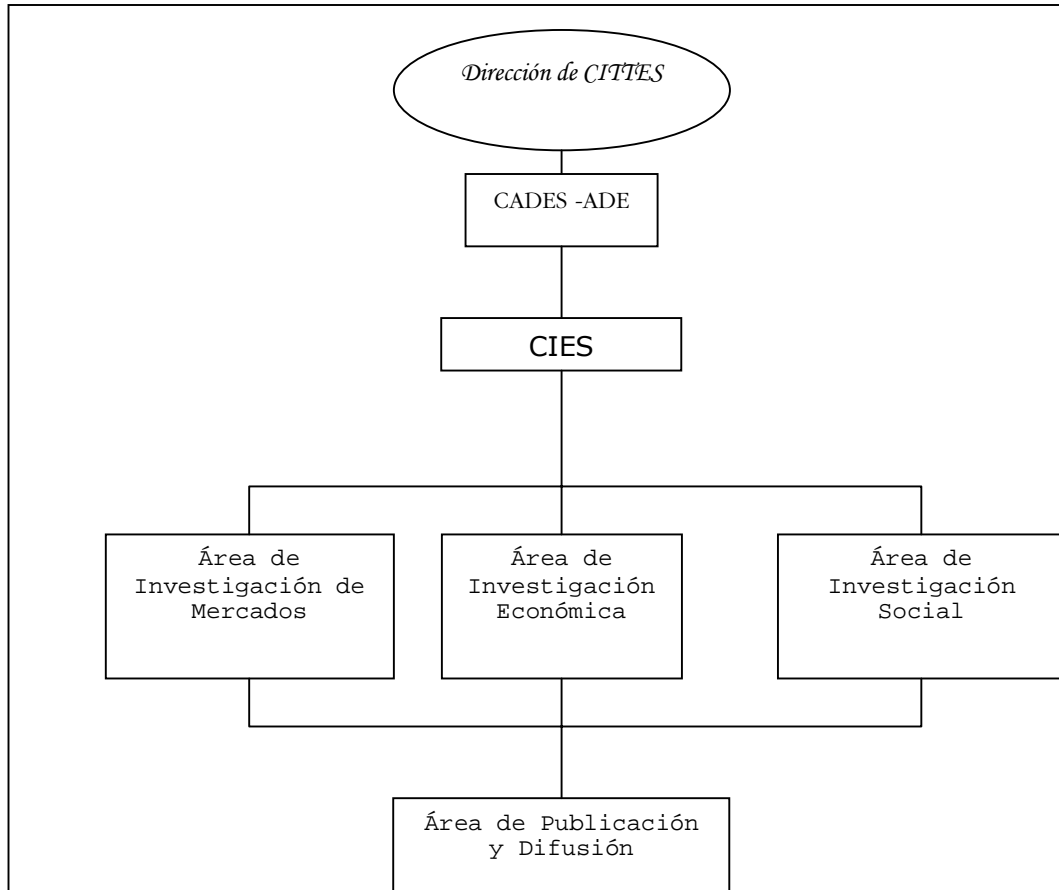
Todo ciudadano ecuatoriano tiene el derecho, de exigir que las instituciones públicas que manejan sus recursos, le informen sobre el desarrollo de su gestión y sus resultados. Así lo respalda la mencionada Ley, la misma que en su Título Primero, artículo 1 dice: “...Toda la información que emane o que esté en poder de las instituciones, organismos y entidades, personas jurídicas de derecho público o privado que, para el tema materia de la información tengan participación del Estado o sean concesionarios de éste, en cualquiera de sus modalidades, conforme lo dispone la Ley Orgánica de la Contraloría General del Estado; las organizaciones de trabajadores y servidores de las instituciones del Estado, instituciones de educación superior que perciban rentas del Estado, las denominadas organizaciones no gubernamentales (ONG's), están sometidas al principio de publicidad; por lo tanto, toda información que posean es pública....”

## **g) Estructura Organizacional**

El Centro de Investigaciones Económicas y Sociales (CIES) estará integrado por cuatro “**Áreas de Investigación y Acción**”. La forma de operar y la función de cada una de éstas se detallan a continuación.

Gráfico 11

## Áreas de Investigación y Acción del CIES



**Fuente:** CIES

- **Área de Investigación de Mercados**

Esta área comprende una gran variedad de investigaciones de mercado que abarcan tanto la demanda como la oferta de sectores determinados.

Dentro de los principales estudios de demanda se encuentran los siguientes:

- a) Análisis de ingreso y consumo de los hogares.

- b) Estudio de marcas y medios.
- c) Identificación de necesidades insatisfechas, mejoramiento de productos o servicios.

Para analizar la oferta:

- a) Sectores productivos
- b) Ranking empresarial
- c) Competencia empresarial
- d) Estadísticas de precios de bienes y servicios locales.

- **Área de Investigación Económica**

Comprende la generación y análisis de los principales agregados macroeconómicos así como la elaboración de perspectivas a corto y mediano plazo. En esta área, se recopilarán los datos de los estudios de formulación y evaluación de proyectos elaborados por el ADE, para obtener datos microeconómicos que sirvan como registros históricos y permitan conocer la evolución de los sectores empresariales de la localidad. La metodología se detalla en el Anexo 1.

- **Área de Investigación Social**

Las investigaciones realizadas por el CIES abarcan tanto la dimensión económica como los aspectos sociales; es por ello que se aborda la temática social de manera formal a través de investigaciones primarias y secundarias. Los principales indicadores sociales a generar tienen relación con la migración, desempleo, educación, salud y vivienda. (Anexo 2)

- **Área de Publicación y Difusión**

Existe un responsable encargado de diagramar la información seleccionada en cada una de las áreas del CIES para publicación. El mecanismo de difusión también es seleccionado por el equipo de cada área, puede ser en el boletín de circulación mensual, en la revista de circulación trimestral, o en el anuario del Centro de Investigaciones Económicas y Sociales. La forma de operar se detalla en el esquema descrito en el Anexo 3.

### **CAPITULO III. METODOLOGÍA DE TRABAJO Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS**

El análisis empírico de la Economía, por su imposibilidad de producir experimentos controlados, se basa en datos históricos o temporales. Esto significa que dentro de los análisis socioeconómicos no solo se recurren a distintas técnicas econométricas y estadísticas, sino que se utilizan indistintamente métodos de investigación en las evaluaciones a las que se somete cualquier fenómeno estudiado.

No puede haber investigación sin la aplicación del método científico, este método permite organizar los recursos disponibles y los procedimientos en forma lógica y secuencial. Partiendo desde la observación empírica del problema, delimitándolo, planteando objetivos, fundamentos teóricos, formulación y comprobación de hipótesis, contrastando indicadores e infiriendo resultados cuando no existen estas últimas.

Al ser una evaluación de las experiencias y resultados obtenidos, a lo largo del presente trabajo se realizan inducciones y deducciones que permiten comparar y contrastar las metas diseñadas originalmente con el modelo vigente de la ADE.

La inducción en este análisis nos sirve para delimitar el problema, plantear sus soluciones, es decir para generalizar los conocimientos particulares sobre nuestra temática. Paralelamente la deducción se aplica a partir de una teoría general, y llegar a deducciones (inferencias) que podrían ser consideradas como conclusiones y/o recomendaciones.

Se utilizó también el método descriptivo puesto que tenemos ya el resultado de lo que inicialmente fue concebido por un proyecto y que luego de 3 años de vigencia nos permite contrastar y comparar adecuadamente aquellos indicadores de las variables que se plantearon para explicar la aplicación de este modelo de agencia de desarrollo empresarial.

Utilizando una serie de instrumentos como son los reporte de Gestión de cada uno de los departamentos y sus consolidados, información sistematizada de los años 2002 y 2003 de la Agencia de Desarrollo Empresarial, comparación de indicadores de gestión generan los principales resultados de esta investigación, se tuvo acceso a los documentos originales de las consultorías realizadas por la Cámara de Comercio de Bilbao y del Programa de Voluntarios de Naciones Unidas en el año 2001 y del 2002.

Los informes de Gerencia a la Junta de Accionistas, así como los informes de los Líderes de Área e informes consolidados presentados ante la Superintendencia de Compañías del Ecuador son fundamentales en las conclusiones y análisis generados.

Se cuentan con las evaluaciones de seguimiento en la prestación de los servicios de desarrollo empresarial, así como los resultados en la constitución de compañías y presentaciones realizadas en eventos y ante organismos de todo el país. Todos los indicadores que se hacen constar de gestión interna así como los datos que sustentan nuestras aseveraciones son fruto del levantamiento en los procesos internos y externos a lo largo de estos dos años de funcionamiento de ADE en la ciudad de

Loja. Los resultados de este estudio se presentan en detalle, agrupados en cada una de las actividades que realiza la ADE.

### **3.1 Resultados e Indicadores de Ventanilla Única Empresarial**

La VUE facilita y agiliza la formación y creación de empresas, funcionan con una alta efectividad, reducen el periodo de tiempo de trámite y la eliminación de trabas burocráticas.

La firma de convenios con diferentes estamentos del sector público y privado han sido de particular importancia, sin embargo vale rescatar que en la práctica se ha mantenido estrecha relación con el Ministerio de Industrias y Comercio (MICIP-C), Dirección Provincial de Salud (DPS) y Superintendencia de Compañías (SIC), las que en alguna manera se vuelven imprescindibles para el normal funcionamiento de ventanilla única.

#### **3.1.1 La constitución y creación de empresas**

Constituir una empresa en Ecuador no es un proceso fácil y depende de los recursos económicos de los que se disponga así como de contactos. El proceso suele ser tremendamente largo y complicado. Muchas veces cambia la normativa. Una parte importante de emprendedores emigra del país al ver las dificultades para crear una empresa.

Según las estadísticas manejadas por las autoridades de Estados Unidos, el 38% de los latinos legales llegados al país crean una microempresa a lo largo del primer año de su estadía allá. La parte que corresponda a emigrantes ecuatorianos es riqueza perdida para Ecuador.

Una lista facilitada por funcionarios del MICIP-C muestra la cantidad de instituciones por donde un emprendedor debe transitar para intentar poner en marcha su idea:

- Abogados.
- Notarios.
- Registros Mercantiles y de Propiedad.
- Superintendencia de Compañías.
- Sanidad.
- Municipalidad.
- Cámaras Empresariales.
- Junta de Defensa Nacional.
- SRI
- Seguridad Social.

Todo esto para crear movimiento económico, riqueza, puestos de trabajo y para pagar impuestos. Los costos de todas estas operaciones son altos para el emprendedor y la mayoría de los resultados que se obtienen son actividades informales incontroladas, con los peligros inherentes y la lógica imposibilidad de recaudación de impuestos.

En la actualidad cerca del 50% de las empresas establecidas en Ecuador pertenece al sector informal, debido, entre otros factores, a las excesivas regulaciones, procedimientos y trámites que dificultan y encarecen tanto su regularización como el registro de nuevas empresas. Esta situación limita el crecimiento, la consolidación del sector empresarial y afecta las finanzas públicas.

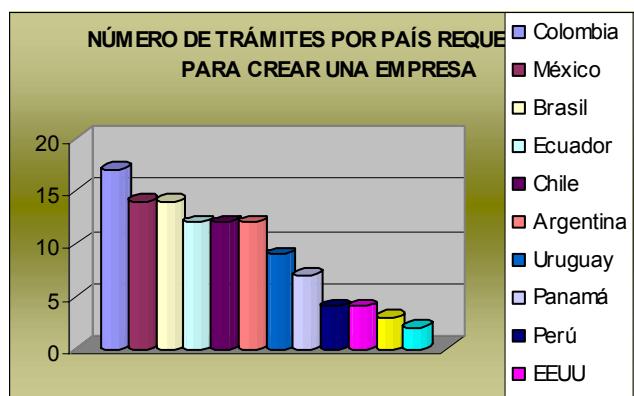
En el Ecuador se tardaba en el año 2001, cuatro meses para constituir una empresa (MICIP-C, 2002). Como estrategia que permita mitigar dicha situación el 7 de mayo del 2001, la Corporación Andina de Fomento (CAF) y su Programa de Apoyo a la Competitividad (PAC), organizan un evento al cual asisten entidades del estado que en aquellos momentos autorizaban la emisión de licencias (Superintendencia de Compañías, Banco Central del Ecuador, Servicio de Rentas Internas, entre otros), además de empresarios. La conclusión se enmarca en la importancia de iniciar reformas para solucionar el exceso de trámites y disminuir el tiempo requerido para la constitución de una empresa. Ante esta situación la Superintendencia de Compañías (SIC) inicia algunas reformas, de las cuales aún no se pueden evaluar resultados debido a la ausencia de información e indicadores que permitan apreciar el tiempo y los pasos a seguir.

Otros organismos que pretenden aportar al mejoramiento en este tema, es el MICIP-C y el Consejo Nacional de Competitividad (CNC), quienes luego de realizar una consultoría sobre los trámites que se requieren para la constitución de una empresa sugieren una serie de acciones para agilizar dichos procesos y al igual que pasó con la SIC los resultados no pueden ser corroborados, pero en ésta ocasión debido a que el cambio de gobierno no permitió a la entidad continuar con dicho proceso.

En promedio, en América Latina se necesitan aproximadamente 11 trámites solo para la constitución de una empresa, en Ecuador 12; mientras que nuestro actual socio comercial con el que nos encontramos negociando el TLC (EEUU) tan solo requiere de 4 trámites en total, (al igual que Perú), encontrándonos en desventaja. Existe una barrera muy grande para crear una empresa, aunque no es el único país con esta clase de problemas, situación que puede ser apreciada claramente en el gráfico siguiente:

**Grafico 12**

**Trámites para crear Empresa**



FUENTE: Programa Andino de Competitividad.

Es importante reconocer que los países en vías de desarrollo como los de América Latina, cuentan con un mayor número de trámites para la creación de una empresa, lo que los hace menos atractivos para las inversiones, esto representa una traba muy fuerte, que no permite un crecimiento sostenido del sector empresarial. Esta situación puede ser atribuida a la elevada burocracia que existe en los países en desarrollo, además de la escasa tecnología existente, a la falta de información lo que hace que los trámites se vuelvan engorrosos y difíciles de gestionarlos.

En la siguiente tabla se presenta los trámites básicos, tiempo y costo para el empresario que intenta constituir una empresa en la ciudad de Loja:

**Tabla 2**  
**Trámites para la Constitución de Compañías**

| Trámites para la constitución de una Compañía de Responsabilidad Limitada o Anónima en Loja |      |  |
|---|------|--|
| Nº DE PROCEDIMIENTOS  | DIAS | COSTO                                    |
| Aprobación del nombre   | 1    | -  |
| Realizar una minuta   | 1    | \$ 15.00                                 |
| Cuenta de integración en el Banco de Loja.  | ½    | -  |
| Elevar a escritura pública.   | ½    | \$ 25.00                                 |
| Publicación en un diario de la localidad  | 1    | Diario "La Hora"<br>\$ 50.40             |
|   |      | Diario "Crónica de la Tarde"<br>\$ 34.50 |
| Aprobación de la escritura.   |      | -  |
| Marginación de la documentación.  | 1    | -  |
| El Registro Mercantil debe conceder el número de partida o de registro                      | 1    | \$ 44.00                                 |
| Autorización para el funcionamiento de la compañía  | 1    | \$ 2,00                                  |
| TOTAL   | 7    | \$ 120,50*                               |
|   |      | \$ 136,40*                               |

\* El costo final dependerá del diario que se escoja para la publicación del extracto.

FUENTE: ADE.

Constituir una compañía en Loja presenta dificultades, lo que muchas de las veces hacen que las personas se desanimen, debido al tiempo que pierden en recolectar la documentación. Es necesario recalcar que el tiempo señalado en la tabla es un tiempo promedio, algunas veces esto tiende a ser mayor. Uno de los escollos principales es la falta de información, lo que hace que el trámite sea aun más extenso.

Como mejora competitiva podemos anotar el número de trámites en el Ecuador para realizar es el mismo que hace 2 años y el promedio nacional sigue siendo de 4 meses, en la Ventanilla Única Empresarial de Loja es de 9 trámites y de 30 días, lo cual significa un aporte interesante para los empresarios y emprendedores.

Podemos citar adicionalmente algunos requisitos para obtener un registro sanitario, este es imprescindible para quien desea comercializar un producto a nivel nacional.

**Tabla 3**

**Trámite para obtener Registro Sanitario**

|  |            |                  |
|--|------------|------------------|
| <b>REGISTRO DE MARCA IEPI</b>                  |            |                  |
| Certificación                                  | 4          | \$ 15,60         |
| Registro                                       |            | \$ 72,80         |
| Emisión  | 180        | \$ 35,60         |
| <b>DIRECCIÓN DE SALUD</b>                      |            |                  |
| Permiso Sanitario de Funcionamiento            | 5          | \$ 13,60         |
| Proyecto de Rotulo de Etiqueta                 |            | \$ 0,24          |
| Análisis Físico Químico y Ficha de Estabilidad |            |                  |
| <b>MICIP</b>                                   |            |                  |
| Certificación del MICIP                        | 3          | \$ 36,80         |
| <b>MUNICIPIO DE LOJA</b>                       |            |                  |
| Permiso de Funcionamiento Municipal            | 1          | \$ 5,60          |
| <b>TOTAL</b>                                   | <b>193</b> | <b>\$ 180,24</b> |

FUENTE: ADE

Como podemos observar en la Tabla 3 los trámites a realizar para obtener un registro sanitario, son de larga duración (193 días aproximadamente), debemos tener en cuenta que lo más importante para constituir una compañía es registrar el nombre o la marca del producto en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), lo que no es muy realizado en nuestro medio, pues la sociedad ecuatoriana todavía no tiene una cultura de protección a lo intelectual. En este punto es muy importante que de acuerdo al IEPI todos los registros de marca y que han sido solicitados y ejecutados mediante “títulos de registro” para la provincia de Loja son tramitados a través de la ADE, con un promedio de 90 días laborables y sin necesidad alguna de desplazamiento de los empresarios hacia la ciudad de Quito que es en donde se tramita este documento.

Un trámite importante para aquellas empresas que se encuentra dentro del sector de alimentos y bebidas en sus distintas categorías es el de la obtención del Análisis Físico Químico y Ficha de Estabilidad, la misma que se la realiza en laboratorios autorizados por la Dirección de Salud, en el caso de la ciudad de Loja el laboratorio autorizado es el de la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL), los costos dependen de los productos a ser analizados, por ejemplo: miel de abeja, \$ 278.78, café tostado \$ 309.12, whisky \$ 154.36, para productos perecibles el costo es menor, como ejemplo: productos derivados de banano( empanadas de verde) tienen un costo de \$ 64.02, de igual forma el tiempo en el que se realiza el análisis, depende de cada producto por lo que resulta difícil estimar la duración del proceso completo.

Una vez finalizado debe enviarse la documentación y exámenes hacia la Regional de la Dirección de Salud del Austro, esto en la ciudad de Cuenca a más de 200 km de Loja, para que se revise los papeles e inserte un sello y rubrique los documentos. Es interesante este dato pues Loja cuenta con un laboratorio acreditado por el Ministerio de Salud para la emisión de estos análisis. Incluso posee la certificación ISO 17025 que le permite emitir sus resultados con validez internacional y Cuenca no posee ninguna de estas dos características.

Los indicadores del primer año de existencia de la ADE, son muy importantes. Cabe resaltar que un cliente asesorado es el que se acerca hacia VUE y solicita cualquier tipo de información sin que exista de por medio ningún costo financiero.

Una vez que ha recibido toda la información necesaria puede realizar un trámite público o privado mediante esta estructura o hacerlo por sus propios medios, pues la

serie de convenios firmados con organismos públicos y privados no son obligatorios y exclusivos.

Durante el año 2002, en definitiva fase inicial como estructura ya legalizada se observa una contratación de cerca de 149 empresarios que generan una serie de servicios, de cerca de 647 empresarios que son los que asistieron y recibieron asesoría gratuita.

**Tabla 4**  
**Clientes Febrero – Diciembre 2002**

|                           |        |
|---------------------------|--------|
| Clientes Asesorados       | 647    |
| Contratación de servicios | 149    |
| % de Contratación         | 23.03% |

Fuente: VUE

Para el año 2003, el incremento horizontal (con relación al mismo año) es positivo. Con 900 clientes asesorados, se llega a recibir una contratación de cerca de un 38% (339 empresarios).

**Tabla 5**  
**Clientes Enero – Diciembre 2003**

|                           |        |
|---------------------------|--------|
| Clientes Asesorados       | 900    |
| Contratación de servicios | 339    |
| % de Contratación         | 37,67% |

Fuente: VUE

Para el año 2004 surge un factor adicional que debe servirnos para el análisis, para esta época se toma la decisión por parte de la Junta General de Accionistas (JGA) de crear una institución privada sin fines de lucro que se desenvuelva dentro del Área de

Capacitación, es por eso que los servicios que anteriormente se contrataban por VUE y que eran programas de capacitación no se encuentran registrados en este indicador.

Sin embargo es importante analizar que se posee un porcentaje de contratación superior con el 49% de todos los clientes asesorados hasta el mes de septiembre del 2004.

**Tabla 6**  
**Clientes Enero - Septiembre 2004.**

|                           |        |
|---------------------------|--------|
| Clientes asesorados       | 406    |
| Contratación de servicios | 199    |
| % de Contratación         | 49.01% |

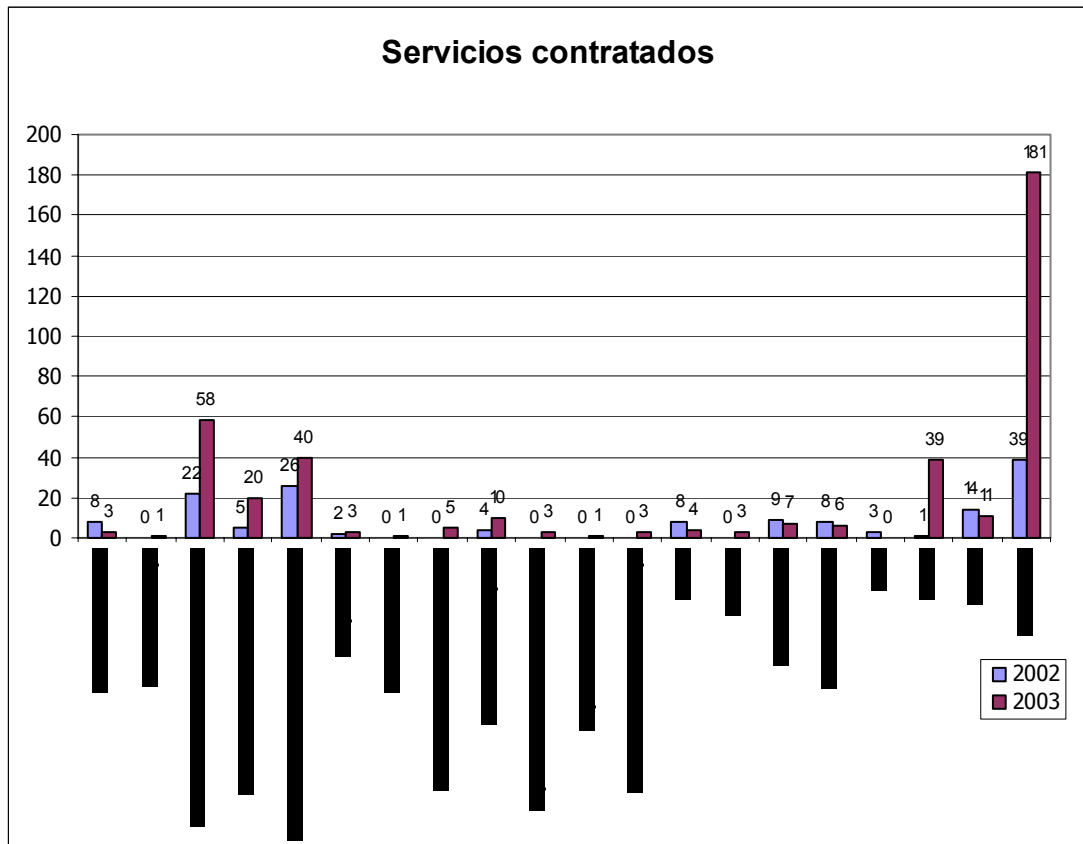
Fuente: VUE

A continuación se indexan los principales servicios contratados en los años 2002 y 2003:

- Calificaciones Artesanales que permiten exoneraciones tributarias (11)
- Certificación de Nombre o Marca Comercial (80)
- Calificación individual Comité de Consultoría (66)
- Constitución de Compañías (14)
- Asesorías Empresariales (25)
- Capacitaciones (220), entre las más importantes

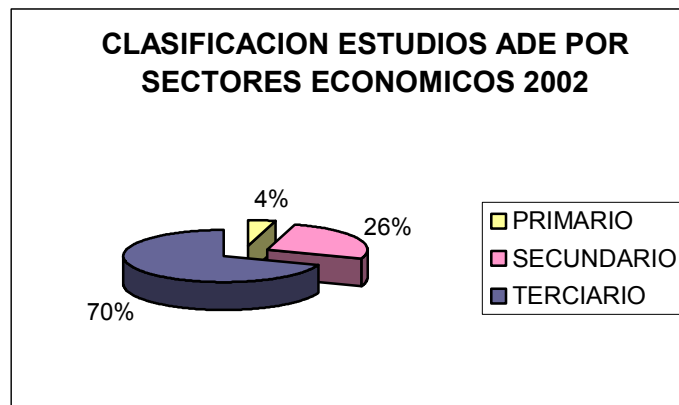
Gráfico 13

## Servicios Contratados comparativo 2002 y 2003



Fuente: VUE

Los estudios contratados a la ADE son un muestra de lo sectores económicos de la provincia de Loja. El mayor componente del ingreso de esta economía recae en el sector comercial o terciario (si lo enfocamos por la parte del gasto) es así que se cuenta con una contratación de cerca del 70% de los estudios contratados seguidos por un 26% del sector industrial y tan solo un 4% el primario.

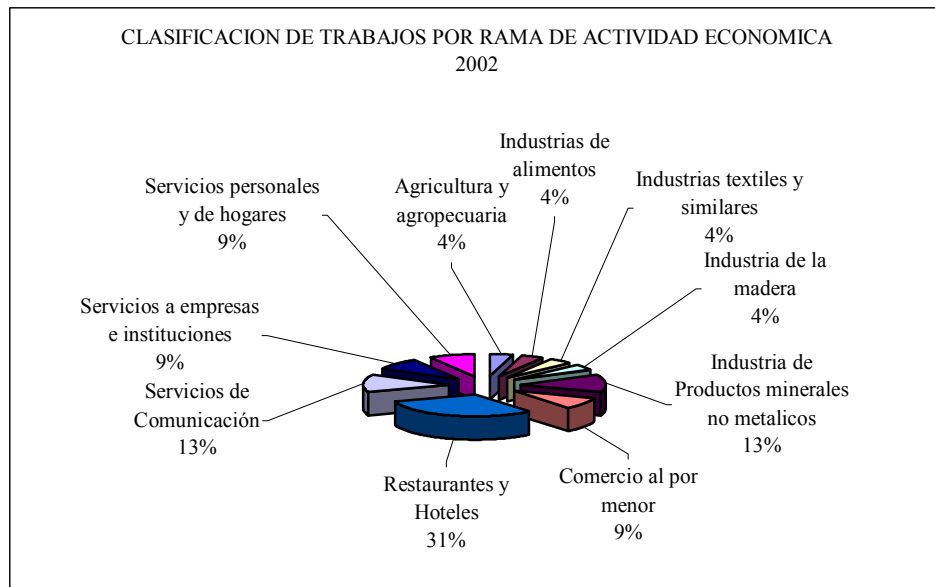
**Gráfico 14****Clasificación estudios por sector económico 2002**

Fuente: VUE

Se detalla a continuación los distintos estudios realizados por rama de actividad económica u objetivo al que se encaminan estas inversiones:

- Restaurantes y Hoteles (31%)
- Minerales No Metálicos (9%)
- Servicios de Comunicación (13%)
- Servicios Personales y a Hogares (9%)
- Industrias de Alimentos (4%)
- Agropecuarias (4%)

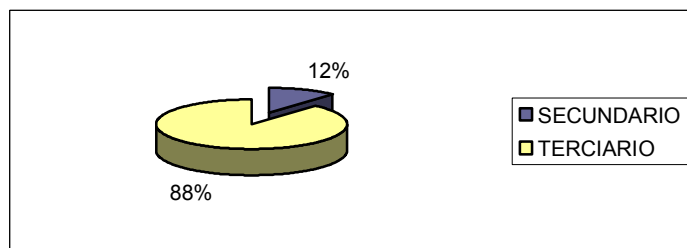
**Gráfico 15**  
**Clasificación por rama económica 2002**



Fuente: VUE

Para el año 2003 el cambio más importante es el hecho que no se contrataron estudios del sector agrícola o agropecuario. La demanda crece en definitiva y se consolida hacia el sector comercial (88%) y para el industrial (12%).

**Gráfico 16**  
**Clasificación por sectores económicos 2003**

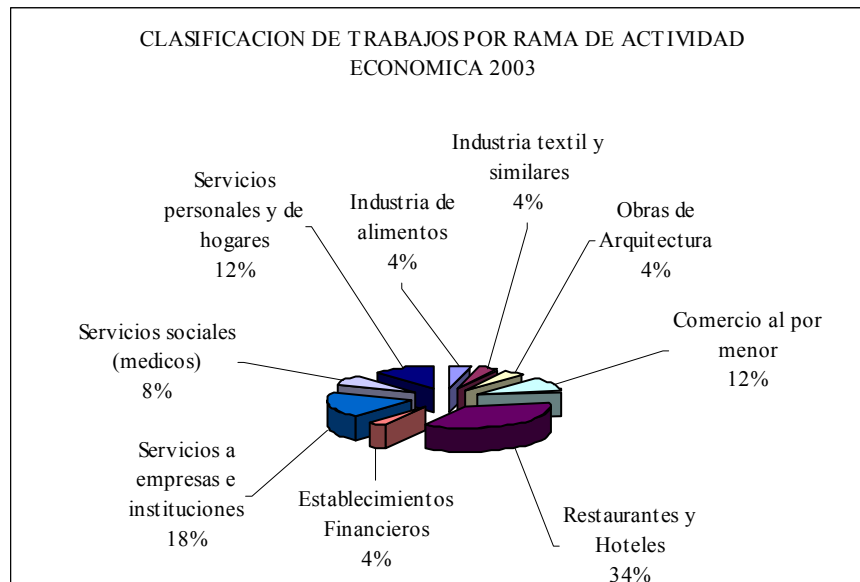


Fuente: VUE

Según las ramas de actividad económica que se contrataron el 2003 podemos detallar lo siguiente:

- Restaurantes y Hoteles (34%)
- Servicios a empresas e instituciones (18%)
- Servicios personales y de Hogares (12%)
- Industrias de Alimentos (4%)
- Textiles (4%)
- Obras de Arquitectura (4%)

**Gráfico 17**  
**Rama de Actividad Económica 2003**



Fuente: VUE

### 3.2 Resultados e Indicadores de la Incubadora de Empresas Innovadoras de Loja

Al ser un proveedor de servicios de desarrollo empresarial mediante su VUE, la ADE no solo debe realizar esfuerzos en la tramitación para la constitución de compañías o empresas sino también apoyar en su sostenibilidad en el tiempo.

Con este objetivo la Incubadora de Empresas desarrolló durante el primer trimestre del año 2004 las Jornadas de Emprendimiento con jóvenes de las áreas administrativa, técnica, biológica y social de la UTPL, participando 796 profesionales en formación, conformándose como resultado de las mismas el “Club de Emprendedores” que acoge a 145 profesionales en formación, los cuales han sido informados y asesorados acerca de temas empresariales y el funcionamiento de la Incubadora.

Con el fin de incentivar el espíritu emprendedor, se desarrolló el “Primer Concurso para la creación y desarrollo de empresas innovadoras: Emprender”, que tiene por objetivo la búsqueda de iniciativas empresariales entre jóvenes universitarios, egresados y profesionales de la Universidad Técnica Particular de Loja, que se inclinen por la opción de crear empresas.

Las operaciones de la Incubadora de Empresas de Loja iniciaron en el mes de diciembre del 2003 la planificación de actividades a realizar durante el transcurso del 2004; las actividades programadas se enmarcan en los lineamientos establecidos en la transferencia del modelo por parte de la IEBTA los cuales son: Posicionamiento, Preincubación e Incubación. Cabe señalar que cada uno de estos procedimientos ha sido modificado para que se adapte eficientemente a los requerimientos y necesidades de nuestro medio.

### **3.2.1 Primera fase posicionamiento.**

Para posicionar la Incubadora de Empresas en nuestra ciudad, se han realizado las siguientes actividades.

- **Primeras Jornadas de Emprendimiento:**

Las jornadas de emprendimiento se desarrollaron en la Universidad Técnica Particular de Loja en el área Administrativa los días martes 20 y miércoles 21 de enero y en el área técnica los días 03 y 04 de Febrero del 2004. Las jornadas se realizaron con la finalidad de “promover el espíritu emprendedor de los profesionales en formación y hacer el lanzamiento oficial del Club de Emprendedores”.

- **Club de Emprendedores**

El club de emprendedores es un espacio físico en la ADE que se establece con la intención de brindar información y asesoría personalizada a los emprendedores que se acerquen a nuestras dependencias.

Los objetivos específicos que se quiere alcanzar con el club son los siguientes:

- Estimular a los profesionales en formación para que creen su propia unidad productiva.
- Establecer una base de datos de emprendedores e ideas empresariales.
- Servir de nexo entre los proyectos empresariales con asesores técnicos y administrativos.
- Seleccionar las iniciativas empresariales para que se sometan al proceso de preincubación.
- Difundir entre los estudiantes universitarios las actividades que realiza la Incubadora de Empresas.

Las inscripciones para el Club de Emprendedores se receptaron durante el transcurso de las jornadas de emprendimiento.

Los resultados obtenidos en el área administrativa de la UTPL fueron los siguientes:

**Tabla 7**  
Resultados obtenidos en la Universidad Técnica Área Administrativa

| <b>Escuela</b>             | <b>Asistentes</b> | <b>Inscritos</b> |
|----------------------------|-------------------|------------------|
| Contabilidad y Auditoría   | 68                | 4                |
| Banca y Finanzas           | 83                | 16               |
| Administración de Empresas | 48                | 16               |
| Economía                   | 73                | 22               |
| Administración Turística   | 26                | 7                |
| <b>TOTAL</b>               | <b>298</b>        | <b>65</b>        |

**Fuente:** Incubadora de Empresas

Los resultados obtenidos en el Área Técnica - Biológica – Socio Humanística, son los siguientes:

**Tabla 8**  
Resultados obtenidos en la UTPL Área Técnica – Biológica –Socio Humanística

| <b>Facultad</b>          | <b>Clave</b> | <b>Asistentes</b> | <b>Inscritos</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------------------|--------------|-------------------|------------------|-------------------|
| Sistemas Informáticos    | S.I.         | 114               | 18               | 43%               |
| Electrónica              | ELEC         | 85                | 0                | n.a               |
| Industrias Agropecuarias | I.A.         | 89                | 22               | 52%               |
| Ingeniería Civil         | I.C.         | 5                 | 0                | n.a               |
| Psicología               | PS           | 2                 | 0                | n.a               |
| Lenguas y Literatura     | L.L.         | 10                | 0                | n.a               |
| Bioquímica y Farmacia    | B.F.         | 23                | 0                | n.a               |
| Medicina                 | MED          | 24                | 0                | n.a               |
| Gestión Ambiental        | G.A.         | 24                | 2                | 5%                |
| No Anotó carrera         | N.A.C.       | 2                 | 0                | n.a               |
| <b>TOTAL</b>             |              | <b>378</b>        | <b>42</b>        | <b>100%</b>       |

**Fuente:** Incubadora de Empresas

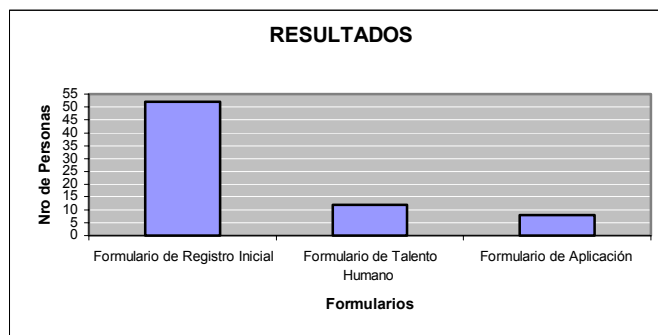
Una vez concluidas las Jornadas de Emprendimiento la Incubadora de Empresas durante el mes de marzo del 2004 empezó a realizar actividades para el Club de

Emprendedores; estas iniciativas tuvieron como propósitos por un lado motivar a los profesionales en formación para que se inclinen por la opción de hacer empresa, y por otro lado fortalecer los vínculos que unen a los emprendedores y a la Incubadora. Las principales actividades que se desarrollaron fueron las siguientes:

- Creación de un correo grupal del Club de Emprendedores para enviar información de emprendedorismo y empresa, de forma permanente a los miembros del club.
- Invitación a los profesionales en formación de las universidades a conocer las instalaciones y la forma de operación de la Incubadora de Empresas de la ADE.
- Explicación del modelo de incubación a aplicar por parte de la Incubadora de Empresas.
- Entrega a los emprendedores las fichas de registro inicial, aplicación y talento humano para que indique en estas fichas su proyecto empresarial y el perfil de sus promotores.

Los resultados obtenidos luego de haber efectuado las actividades mencionadas fueron los siguientes:

**Grafico 18**  
**Resultados de la Entrega de Fichas.**



**Fuente:** Incubadora de Empresas

A continuación se presentará el registro de las fichas de aplicación presentadas luego de las jornadas de posicionamiento.

**Tabla 9**  
**Fichas de Aplicación**

| <b>Formulario de Aplicación</b> |  |
|---------------------------------|--|
| <b>Numero</b>                   | <b>Descripción</b>   |
| 1                               | Desarrollo de software   |
| 2                               | Industrialización de salsa picante de tomate de árbol                  |
| 3                               | Asesoría Contable  |
| 4                               | Creación de una compañía de seguros                                    |
| 5                               | Administradora de fondos   |
| 6                               | Langosta de agua dulce   |
| 7                               | Creación de SPA con sala de tratamiento y cuidados corporal de la piel |
| 8                               | Desarrollo de Software para ingeniería Química                         |

**Fuente:** Incubadora de Empresas

En abril del 2004, como parte de sus actividades de posicionamiento la Incubadora de Empresas conjuntamente con el Centro de Transferencia Tecnológica en Investigación Agroindustrial (CETTIA) de la Universidad Técnica Particular de Loja coordinaron el “Seminario-Taller Empretec para el desarrollo del comportamiento Emprendedor” y el ciclo de Conferencias “Formando Empresarios” estos eventos contaron con el aval del programa de las Naciones Unidas UNCTAD y con la presencia de destacados conferencistas nacionales e internacionales.

- **Conferencias “Formando Empresarios”**

El ciclo de Conferencias “Formando Empresarios” se desarrolló los días martes 20 y miércoles 21 de abril del 2004; los temas que se abordaron durante el ciclo de conferencias estuvieron relacionados con el quehacer empresarial local nacional e internacional.

El evento se realizó con el ánimo de difundir masivamente entre los profesionales en formación, miembros del club de emprendedores y empresarios locales los temas de emprendedorismo y empresa mas relevantes de la actualidad; además el ciclo de conferencias sirvió para cofinanciar el taller Empretec “Para el desarrollo del comportamiento emprendedor”

Se contó con la asistencia de 200 personas al evento entre empresarios locales emprendedores particulares y profesionales en formación los resultados se detallan a continuación:

**Tabla 10**  
**Resultados del Ciclo de Conferencias “Formando Empresarios”**

| <b>CICLO DE CONFERENCIAS FORMANDO EMPRESARIOS</b> |                   |                   |
|---|-------------------|-------------------|
| <b>Escuela</b>                                    | <b>Asistentes</b> | <b>Porcentaje</b> |
| Administración de Empresas                        | 30                | 15                |
| Banca y Finanzas                                  | 30                | 15                |
| Economía  | 40                | 20                |
| Industrias Agropecuarias                          | 40                | 20                |
| Contabilidad                                      | 30                | 15                |
| Profesores  | 8                 | 4                 |
| Particulares                                      | 22                | 11                |
| <b>TOTAL</b>                                      | <b>200</b>        | <b>100</b>        |

Fuente: Incubadora de Empresas

- **Almuerzo de negocios y desayuno empresarial.**

Estos eventos son importantes para posicionar el pensamiento empresarial, lo que se intenta con estas actividades es vincular a los académicos, y empresarios con emprendedores jóvenes, para que en un ambiente informal puedan intercambiar opiniones acerca del quehacer empresarial.

El almuerzo empresarial que efectuó la Incubadora de Empresas el día martes 20 de abril del 2004 contó con la asistencia de todos los conferencistas presentes para el

ciclo de conferencias “Formando Empresarios” además de representantes de reconocidas instituciones y empresas nacionales y locales como son: Universidad Técnica Particular de Loja, Superintendencia de Compañías, Farmalemana, INAPESA, MyM electrodomésticos, Diario La Hora, Colegio de Contadores, Colegio de Arquitectos, CACPE Loja, Cooperativa Nuevos Horizontes, Banco de Machala, Banco de Loja, Corporación Financiera Nacional, Emprender Incubadora de Empresas y Lojagas.

- **Taller EMPRETEC “Para el desarrollo del comportamiento Emprendedor”**

El seminario Taller de Empretec se desarrollo desde el 21 al 28 de abril del 2004 en las instalaciones de la UPSI de la Universidad Técnica Particular de Loja, los instructores fueron los ingenieros Yamandu Bermúdez y Rafael Mendieve expertos del programa de las Naciones Unidas UNCTAD.

Este seminario tuvo como finalidad desarrollar el comportamiento emprendedor de los asistentes. Por cuestiones metodológicas el cupo se restringió a 25 participantes, sin embargo dos miembros de la Incubadora de Empresas de Loja tuvieron la oportunidad de participar del taller y conocer la metodología Empretec reconocida a nivel mundial.

- **Concurso Emprender**

Dentro de las actividades programadas por la Incubadora, se plantea el desarrollo del concurso de ideas de negocios y empresas denominado “Emprender”.

Los objetivos a alcanzar con el concurso fueron los siguientes:

- Motivar a los emprendedores y empresarios lojanos para que generen iniciativas empresariales.

- Captar ideas o proyectos empresariales, para que participen del concurso “Emprender”.
- Estructurar el programa de capacitación en planes de negocios para los participantes del concurso.
- Establecer programas de asesorías técnico-administrativas para los promotores de los proyectos participantes del concurso.
- Iniciar el proceso de incubación de proyectos empresariales innovadores.

Es preciso mencionar que este concurso es el puntal principal sobre el cual se soporta todo el trabajo de la Incubadora para el presente año. Por esta razón cabe resaltar el aporte de la Universidad Técnica Particular de Loja, sin la cual este concurso no habría tenido efecto. La universidad realizó un aporte de veinte y cinco mil dólares americanos (\$25.000 USD) que servirán para capital semilla de las empresas incubadas, además ha contribuido con los recursos humanos, físicos y logísticos para que el proceso de incubación pueda tener efecto.

Este concurso generó una gran expectativa pues presentaron cerca de 18 proyectos algunos con características de empresas de base tecnológica que luego de un proceso de aproximadamente 60 días fueron preseleccionados 9 de ellos y mediante un Fondo de Capital de Riesgo de 25.000 dólares otorgado por la UTPL, recibirán hasta el 49% de las necesidades que plantearon, esto a través de asociarse como Compañías Limitadas.

Los sectores a los que van dirigidos estos proyectos son el Biotecnológico, Desarrollo de Software e Industrialización. En estos momentos se encuentran en etapa de preincubación, es decir realizando estudios e inteligencia de mercado de sus bienes y servicios, capacitación en áreas empresariales y administrativas. Se espera que en el lapso de 8 meses se pueda ofrecer localmente sus productos y sobre todo ofrecer una imagen consolidada de estas empresas.

A continuación se presentan los montos de inversión inicial de los nueve mejores proyectos empresariales y su financiamiento por parte de la UTPL.

**Tabla 11**

**Nueve proyectos seleccionados en concurso “EMPRENDER”**

| <b>Orden</b> | <b>Proyectos</b>   | <b>Inversión Inicial</b> | <b>Financiamiento UTPL</b> | <b>Aporte Personal o Préstamo</b> |
|--------------|--------------------|--------------------------|----------------------------|-----------------------------------|
| 1            | Esmaltes Cerámicos | 21.835,00                | 5.000,00                   | 16.835,00                         |
| 2            | Papel Artesanal    | 10.126,91                | 4.000,00                   | 6.126,91                          |
| 3            | Patitas Center     | 41.800,00                | 4.000,00                   | 37.800,00                         |
| 4            | Loja Binaria       | 13.500,00                | 3.000,00                   | 10.500,00                         |
| 5            | Tintura de café    | 776,22                   | 400,00                     | 376,22                            |
| 6            | Flash Services     | 5.250,00                 | 1.600,00                   | 3.650,00                          |
| 7            | Vinos la Esperanza | 7.063,94                 | 2.000,00                   | 5.063,94                          |
| 8            | Virtual Sol        | 22.000,00                | 2.000,00                   | 20.000,00                         |
| 9            | Picantero LMTDA.   | 15.500,00                | 3.000,00                   | 11.500,00                         |
| <b>TOTAL</b> |                    |                          | <b>25.000,00</b>           |                                   |

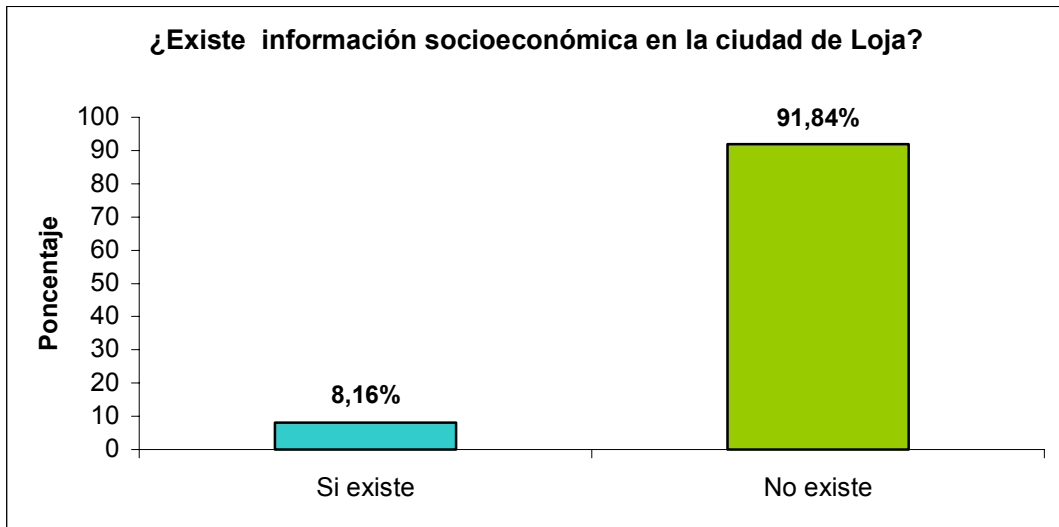
Fuente: ADE

### **3.3 Resultados e Indicadores para la ejecución del Centro de Investigaciones Económicas (CIES)**

Se realizó un DIAGNÓSTICO DE INFORMACIÓN SOCIOECONÓMICA EN LA CIUDAD DE LOJA que sirvió de base para identificar la demanda real de este servicio, se aplicó encuestas al Sector Público y Sector Privado, la encuesta estaba dirigida a los gerentes o directores de planificación de las empresas del Sector Privado y a las personas encargadas de la planificación económica de las Instituciones Públicas.

Los resultados de las encuestas aplicadas, se presentan a continuación.

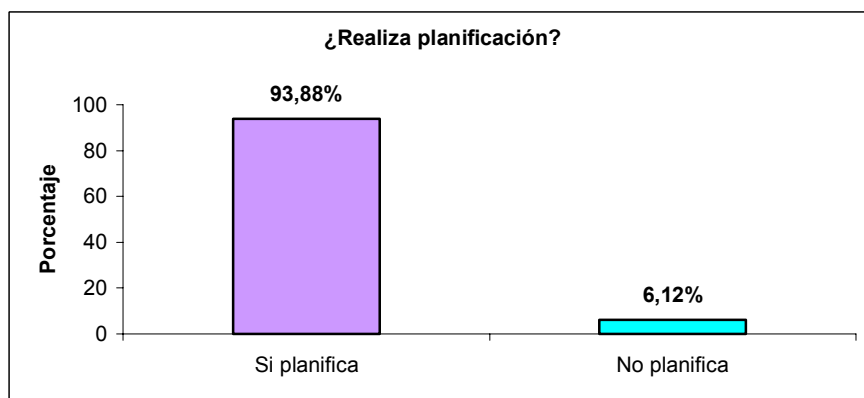
**Gráfico 19**  
**Disponibilidad de información**



Fuente: CIES

Del total de encuestas realizadas en la ciudad de Loja en el Sector Público y Privado, el 91,84% respondió que no existe la información suficiente ni los indicadores económicos locales necesarios para respaldar la elaboración de sus planificaciones de actividades.

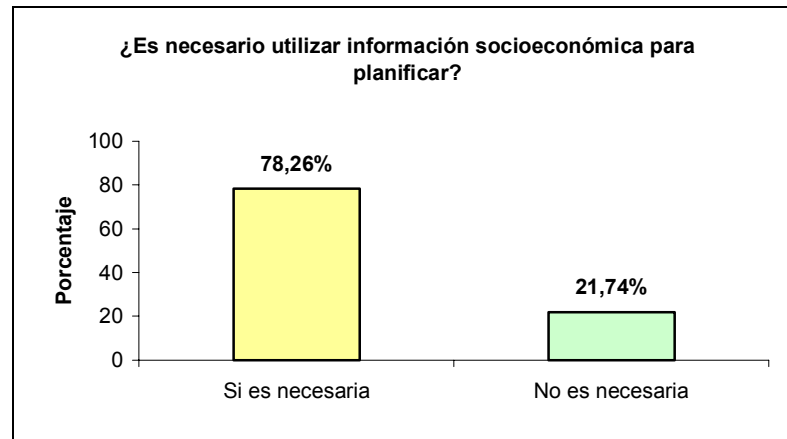
**Gráfico 20**  
**Planificación en entidades públicas y privadas**



Fuente: CIES.

El 93,8% de las instituciones públicas y empresas privadas de la ciudad realiza planificaciones, mientras que el 6,12% no lo hace.

**Gráfico 21**  
**Uso de información socioeconómica para planificar**

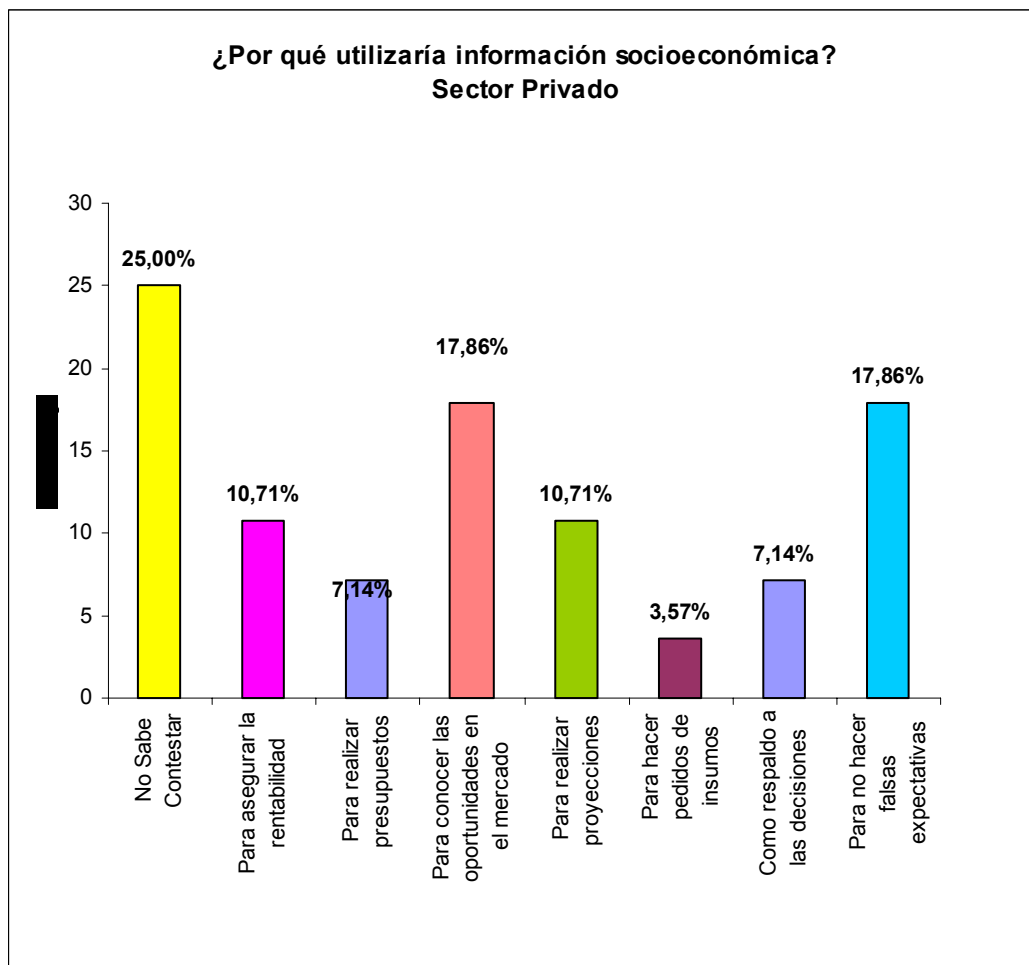


**Fuente:** CIES

El 78,26% de las entidades encuestadas respondió que si es necesario utilizar información socioeconómica al momento de planificar, mientras que el 21,74% restante manifestó que esta no es necesaria.

Gráfico 22

## Razones para utilizar información socioeconómica: Sector Privado

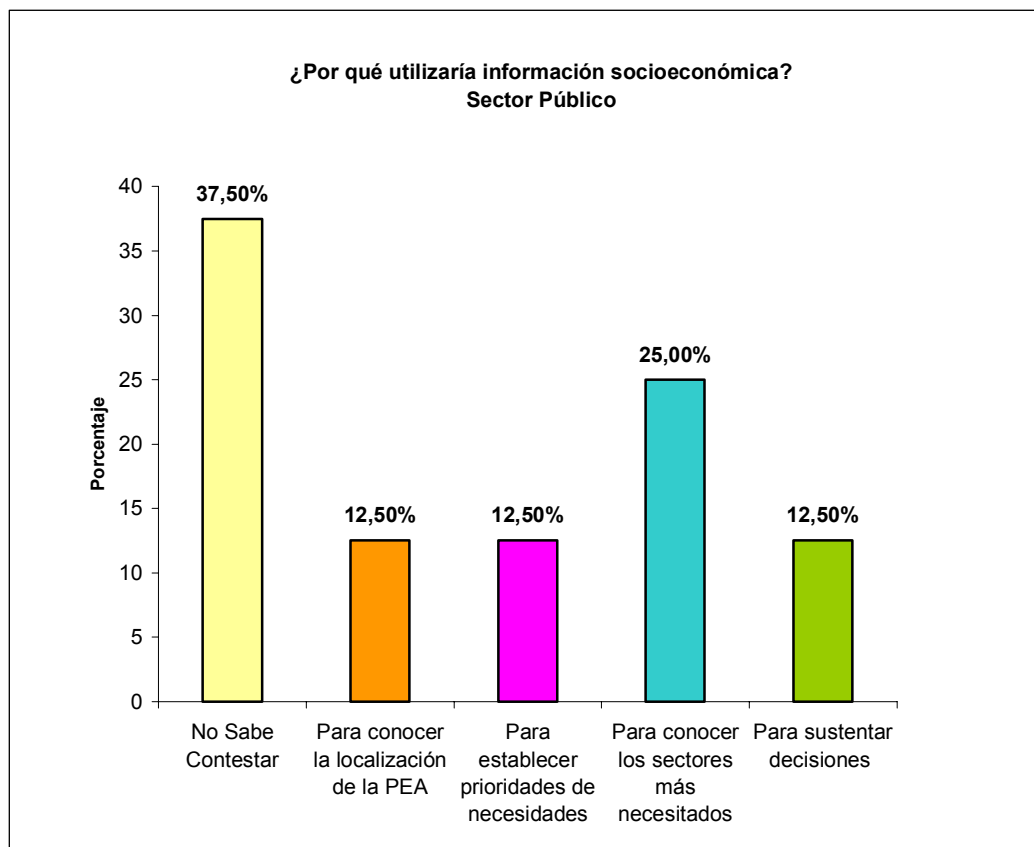


Fuente: CIES

En el Sector Privado el 17,86% considera necesario utilizar información socioeconómica para no hacer falsas expectativas, con idéntico porcentaje responden que es necesaria para conocer las oportunidades del mercado, 10,71% de las entidades encuestadas requieren de información para realizar proyecciones, otro 10,71% la requieren para asegurar su rentabilidad, el 7,14% para realizar presupuestos, con idéntico valor de 7,14% para tener respaldo en sus decisiones. Finalmente el 3,57% de las empresas encuestadas necesita información socioeconómica para prever los pedidos de los insumos.

Gráfico 23

## Razones para utilizar información socioeconómica: Sector Público

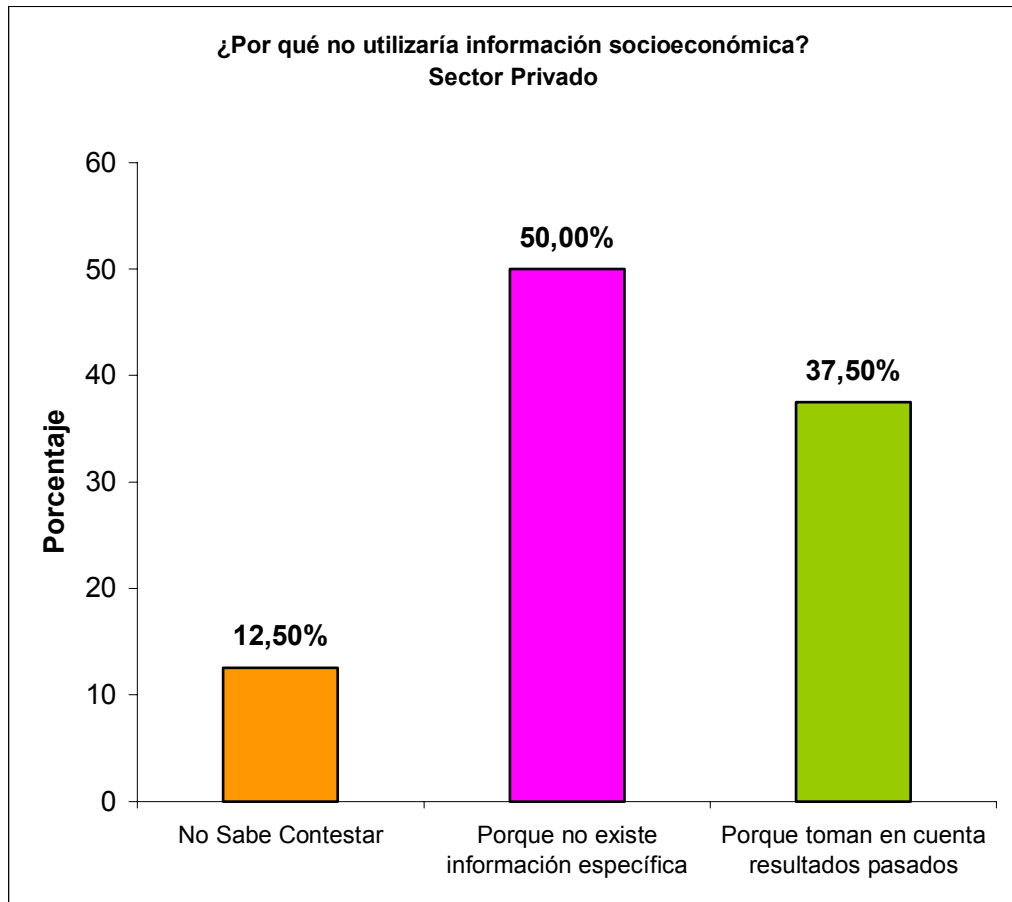


Fuente: CIES

El 25% de los encuestados en el Sector Público, creen que es necesario utilizar información socioeconómica para conocer los sectores más necesitados, un 12,50% responde que es necesaria para conocer la localización de la población económicamente activa, otro 12,50% para establecer prioridades entre necesidades, un idéntico 12,50% responde que es necesaria para sustentar sus decisiones.

Gráfico 24

## Razones para no utilizar información socioeconómica: Sector Privado

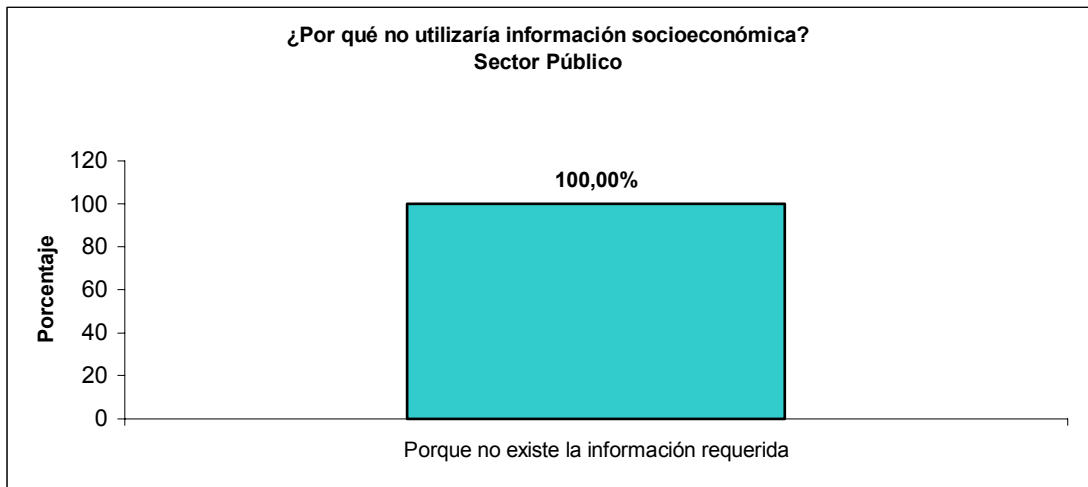


Fuente: CIES

El 50% de las empresas privadas encuestadas respondió que no es necesario utilizar información socioeconómica porque no existe información oportuna y específica, según su opinión la que existe es general y centralizada; mientras que el 37,50% contestó que no necesitan información socioeconómica, solamente toman en cuenta datos de sus resultados pasados.

Gráfico 25

## Razones para no utilizar información socioeconómica: Sector Público

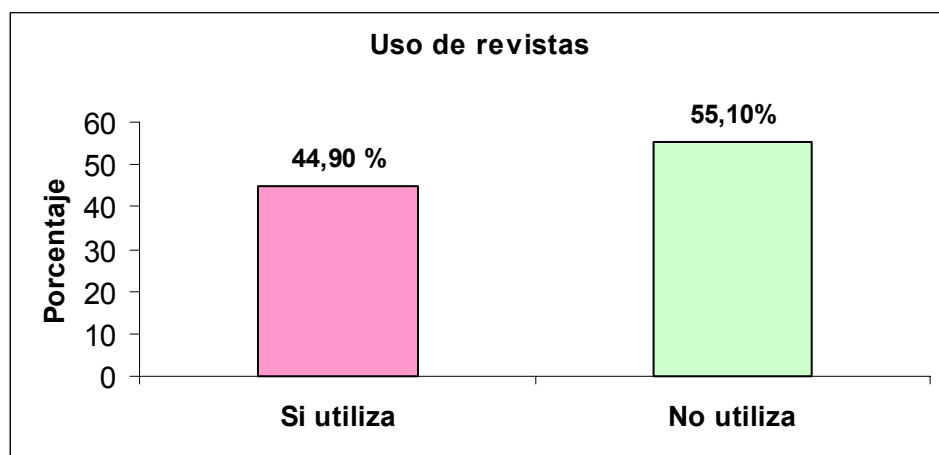


Fuente: CIES

El 100% de las instituciones públicas encuestadas respondió que no es necesario utilizar información socioeconómica debido a que no existe la información requerida por ellos.

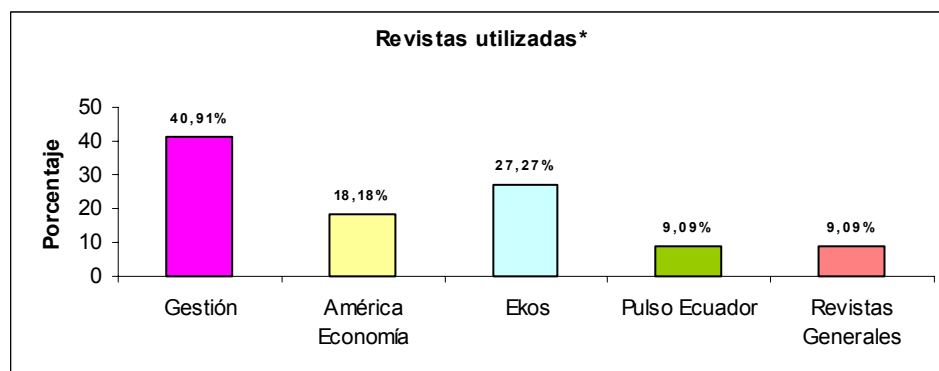
Gráfico 26

## Fuentes de Información Socioeconómica: Revistas Uso de revistas



Fuente: CIES

**Gráfico 27**  
**Revistas Utilizadas**



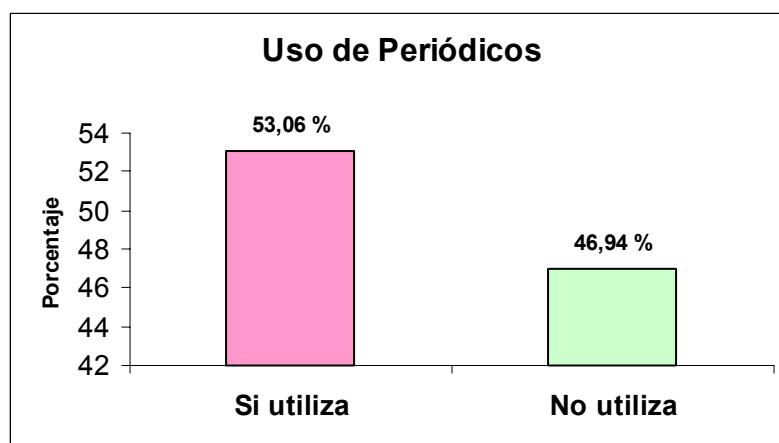
**Fuente:** CIES

**\*Nota:** alternativas no excluyentes

El 44,90% de las personas encuestadas respondieron que su fuente de información son las revistas ; la revista más difundida es la revista Gestión con un 40,91% de acogida, seguida de las revistas Ekos con un 27,27%, América Economía con 18,18% y Pulso Ecuador con 9,09%; finalmente con igual porcentaje de 9,09% se encuentran revistas de temas generales.

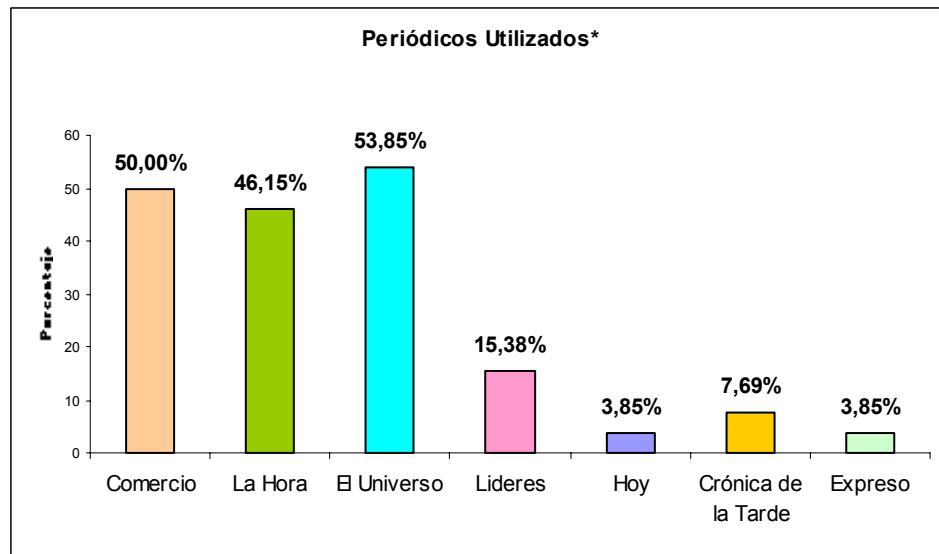
**Gráfico 28**

**Fuentes de Información Socioeconómica: Periódicos**



**Fuente:** CIES

**Gráfico 29**  
**Periódicos Utilizados**



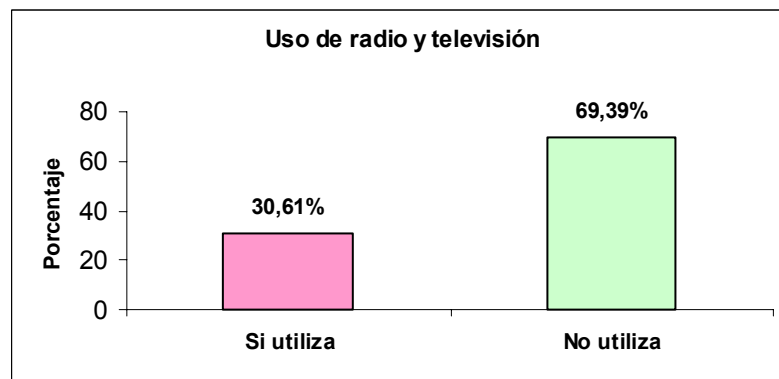
**Fuente:** CIES

**\*Nota:** alternativas no excluyentes

El 53,06% de los encuestados utiliza como fuente de información los periódicos, de este porcentaje el periódico más leído es el Universo con 53,85%, seguido por El Comercio con 50% de aceptación, La Hora con 46,15%, 15,38% para Líderes, 7,69% para Crónica de la Tarde y finalmente los periódicos menos leídos por los encuestados con igual valor (3,85% cada uno) son el Hoy y Expreso.

**Gráfico 30**

**Uso de Radio y televisión**

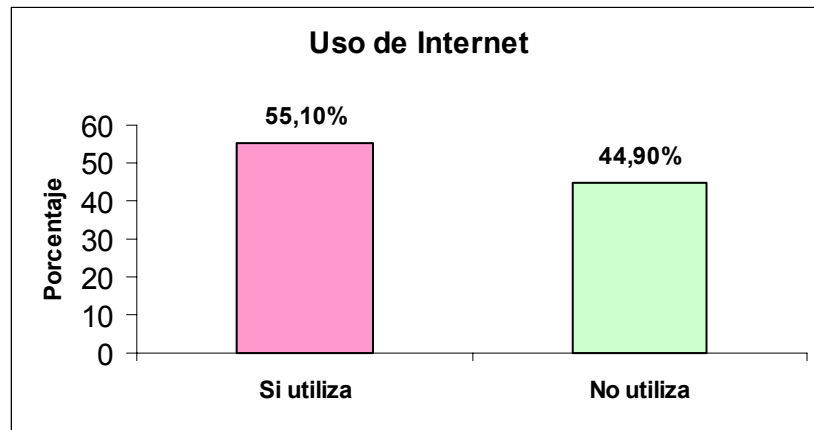


**Fuente:** CIES

El 30,61% de los encuestados utilizan como medios de información radio y televisión

**Gráfico 31**

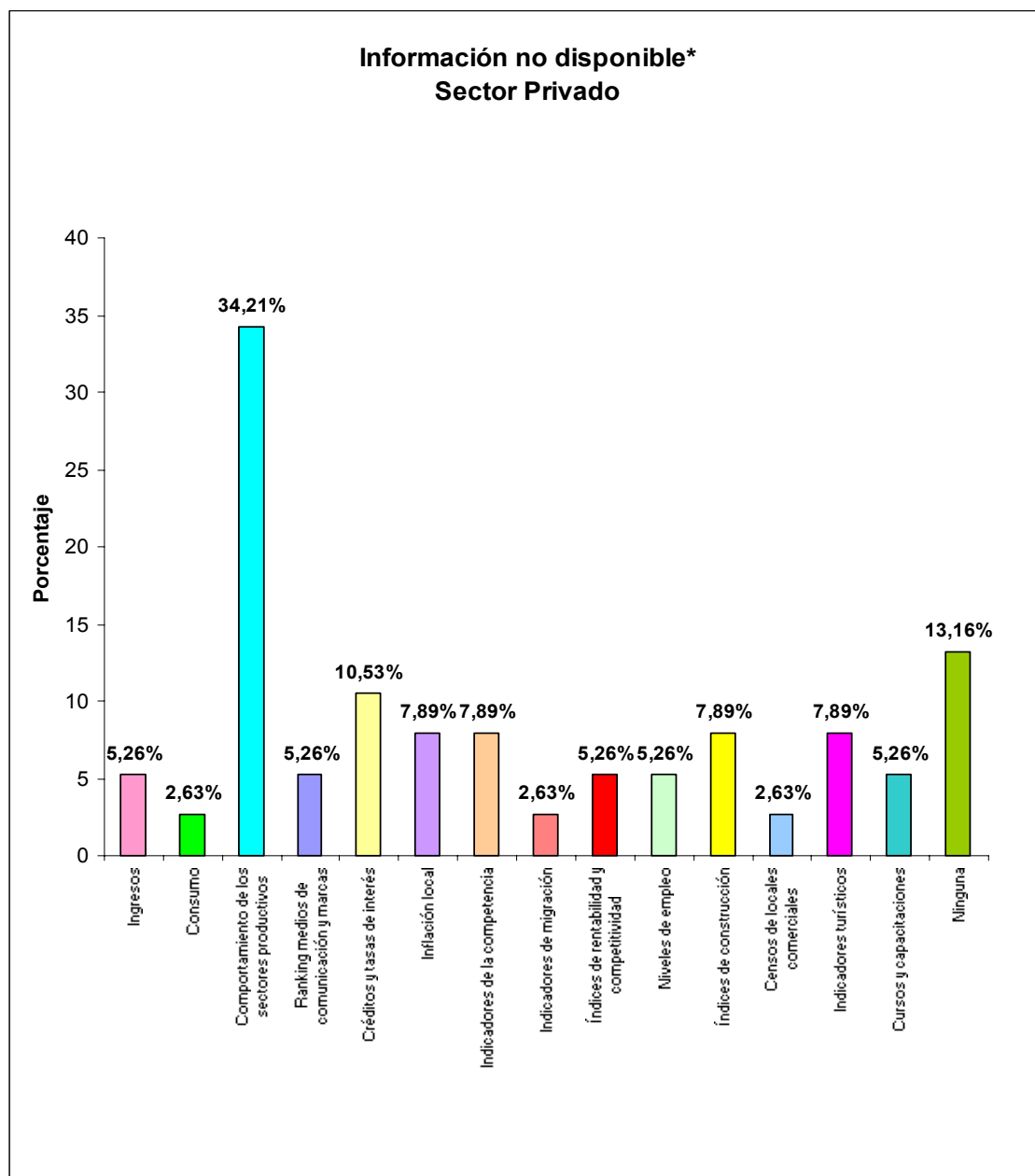
**Uso de Internet**



Fuente: CIES

El 55,10% de los encuestados respondieron que utiliza el internet como medio de información socioeconómica. Concluyendo se observa que la fuente de información socioeconómica más popular entre los encuestados es el internet (55,10%), seguido por los periódicos (53,06%), luego las revistas (44,90%) y finalmente la radio y televisión (30,61%).

**Gráfico 32**  
**Información No Disponible: Sector Privado**



**Fuente:** CIES

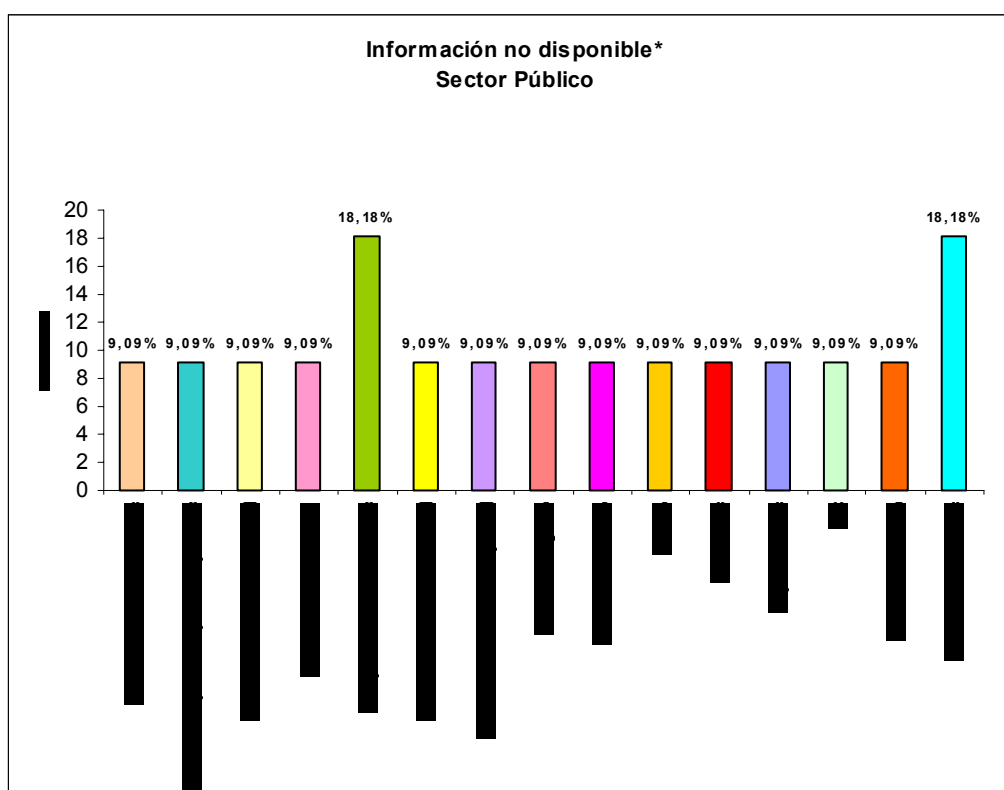
**\*Nota:** alternativas no excluyentes

Las entidades del Sector Privado encuestadas tienen como principal necesidad de información el comportamiento de los sectores productivos locales (34,21%), seguida por el comportamiento del sector financiero con el (10,53%). Información como la inflación local, información de la competencia, índices de construcción e índices turísticos ocupan el tercer lugar con un 7,89% cada uno. El cuarto lugar se

refiere a información sobre los ingresos, ranking de medios y marcas, índices de rentabilidad y competitividad, niveles de empleo, información sobre cursos y capacitaciones, cada uno con 5,26%. Finalmente información sobre el consumo, índices de migración y censos de lugares comerciales es necesitada por el 2,63% de las entidades encuestadas. Se debe destacar que el 13,16% de las empresas encuestadas respondió que no requiere de ningún tipo de información.

**Grafico 33**

**Necesidades de Información: Sector Público**



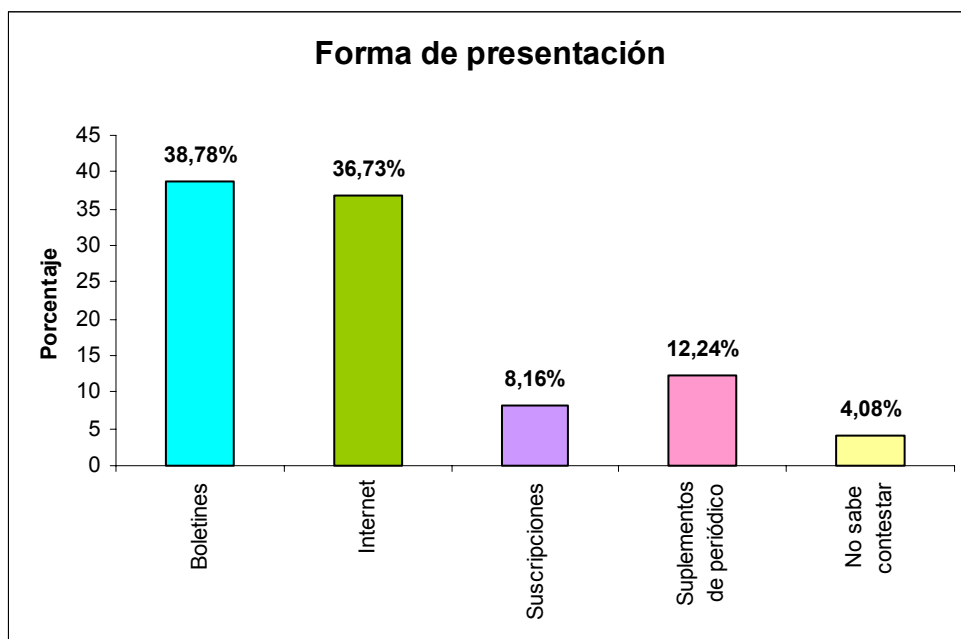
Fuente CIES

\*Nota: alternativas no excluyentes

En el Sector Público la situación es similar a la del Sector Privado, el comportamiento de los sectores productivos se constituye en la principal necesidad de información (18,18%) junto con los indicadores turísticos (18,18%), luego se encuentran necesidades sobre credibilidad de las autoridades, de políticas públicas, necesidades de barrios, indicadores de competitividad, gasto en protección

ambiental, indicadores de educación y salud, niveles de ingreso, niveles de consumo, ahorro, inversiones, captaciones, IPC, tasas de migración; cada una con 9,09%.

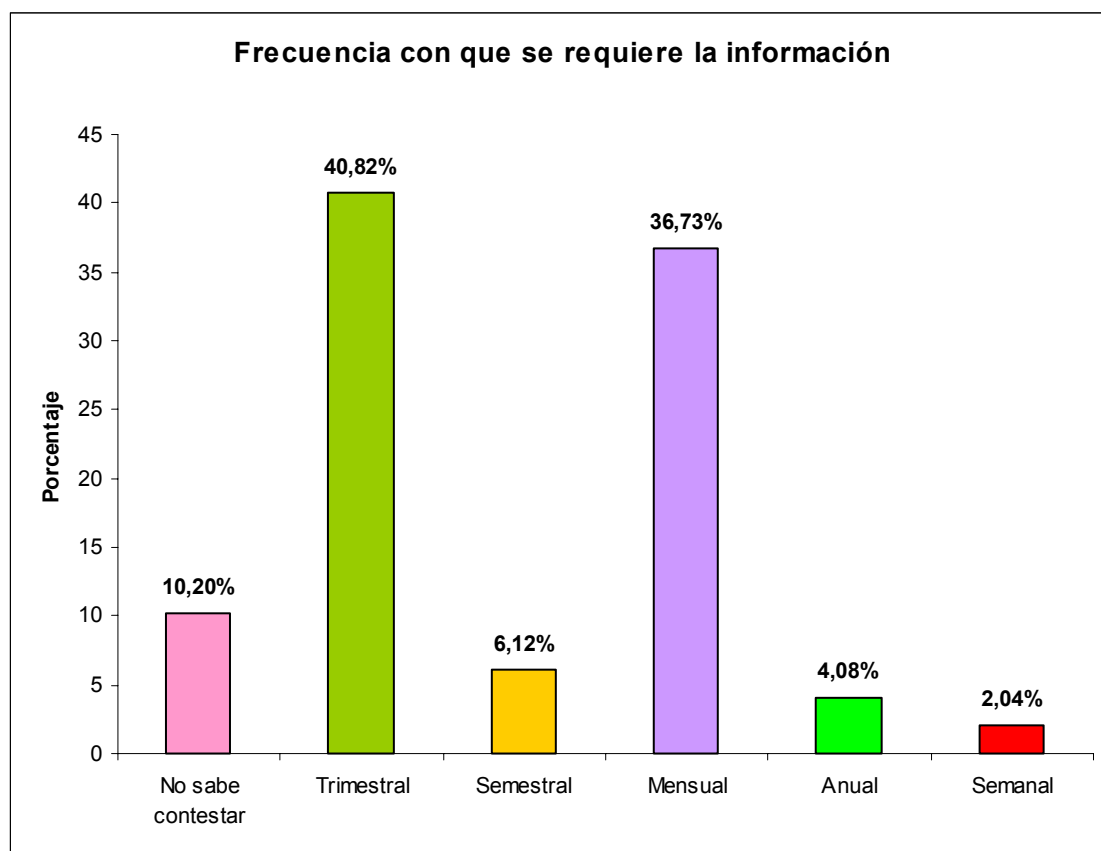
**Gráfico 34**  
**Presentación de la Información socioeconómica.**



Fuente: CIES

En lo referente a la forma de presentación de la información el 38,78% de los encuestados prefiere que se presente la información a través de boletines, el 36,73% por internet y el 12,24% a través de suplementos en los periódicos. Con un menor porcentaje 8,16% está la presentación a través de suscripciones

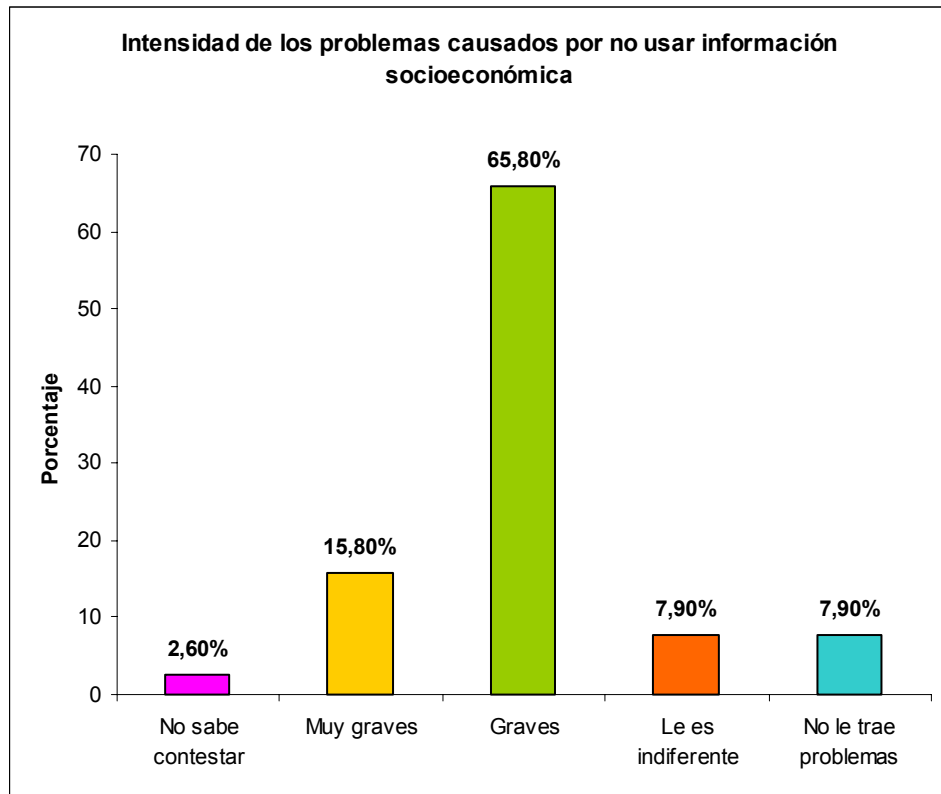
**Gráfico 35**  
**Frecuencia con que requiere la Información**



**Fuente:** CIES

El requerimiento de información trimestral representa el mayor porcentaje con el 40,82% del total de encuestadas aplicadas, seguida por la información mensual con un 36,73%, el 6,12% la prefiere en forma semestral, el 4,08% anualmente y sólo el 2,04% requiere información semanal.

**Gráfico 35**  
**Calificación de los problemas causados por no usar información socioeconómica**



**Fuente:** CIES

El 65,80% de las entidades encuestadas afirman que el no usar información económica ocasiona problemas graves, mientras que el 15,80% asegura que son muy graves, finalmente con el mismo porcentaje de 7,90% señalaron que les es indiferente y no les trae problemas

Las necesidades de Información del Sector Privado en detalle se describen a continuación:

Tabla 12  
Necesidades de información en detalle

| Descripción                                | Porcentaje |
|--|------------|
| Comportamiento de los sectores productivos | 34,21      |
| Créditos y tasas de interés                | 10,53      |
| Inflación local                            | 7,89       |
| Indicadores de la competencia              | 7,89       |
| Índices de construcción                    | 7,89       |
| Indicadores turísticos                     | 7,89       |
| Ingresos                                   | 5,26       |
| Ranking medios de comunicación y marcas    | 5,26       |
| Índices de rentabilidad y competitividad   | 5,26       |
| Niveles de empleo                          | 5,26       |
| Cursos y capacitaciones                    | 5,26       |
| Consumo                                    | 2,63       |
| Indicadores de migración                   | 2,63       |
| Censos de locales comerciales              | 2,63       |

Fuente: CIES

Podemos destacar que la información que deberían manejar para su eficiencia los sectores productivos es precisamente de la que carecen, un 34,21% de los encuestados considera que la necesitan y no poseen información para analizar comportamientos y tendencias y tomar decisiones con menores riesgos. Se mantienen evidentemente la información con relación al comportamiento de instrumentos de instrumentos como son las tasas de interés activas con un 10,53% sobre todo por la poca capacidad de financiamiento con otras formas alternativas de capital.

Con relación a las necesidades de información del sector público, se mantienen la necesidad de información pero se observa la poca capacidad para que este sector genere sus propias estadísticas, como se desprende del siguiente cuadro:

Tabla 13

## Necesidades Información sector público al detalle

| Descripción                             | Porcentaje |
|---|------------|
| Comportamiento de sectores              | 18,18      |
| Indicadores turísticos                  | 18,18      |
| Credibilidad de autoridades             | 9,09       |
| Sondeo de opinión de políticas públicas | 9,09       |
| Indicadores de competitividad           | 9,09       |
| Necesidades de barrios                  | 9,09       |
| Gasto en protección ambiental           | 9,09       |
| Indicadores de educación y salud        | 9,09       |
| Niveles de ingreso                      | 9,09       |
| Niveles de consumo                      | 9,09       |
| Ahorro                                  | 9,09       |
| Inversiones                             | 9,09       |
| Capacitaciones                          | 9,09       |
| IPC                                     | 9,09       |
| Tasas de migración                      | 9,09       |

Fuente: CIES

El sector público necesita información sobre el comportamiento de los sectores productivos (18,18%), Indicadores Turísticos (18,18%). Los indicadores de gobierno local y gobernabilidad tienen un peso importante para estos organismos, así como la parte de ingresos para sus proyecciones tributarias (9,09%).

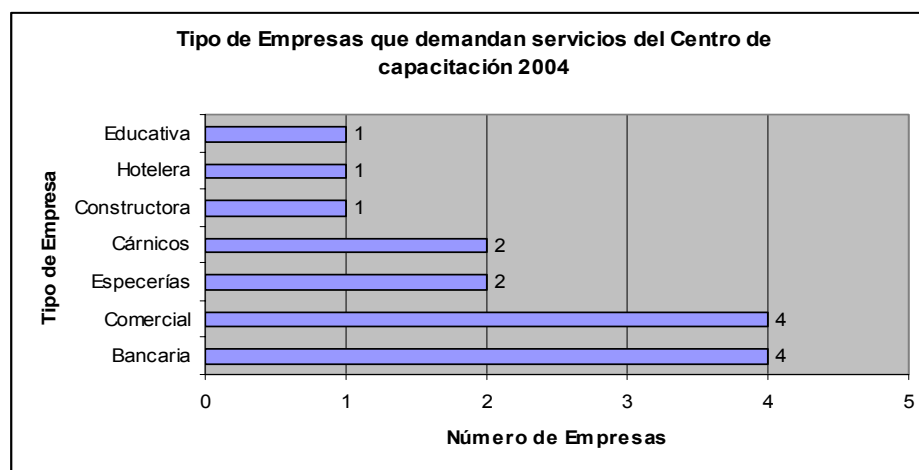
### 3.4 Resultados e Indicadores del Centro de Capacitación

El Centro de Capacitación logra su calificación ante el Consejo Nacional de capacitación y Formación (CNCF) en el mes de Septiembre del 2003. A partir del año 2004 comienza a generar una oferta permanente de cursos que paralelamente a los servicios de desarrollo empresarial han crecido considerablemente. Es importante recalcar que los recursos de capacitación en el presente año son los que mayor utilidad han generado (28% en promedio de utilidad neta). Se han obtenido recursos hasta el mes de Septiembre del 2004 de USD \$ 100.247, 69 dólares americanos.

Se han capacitado 1388 funcionarios de distintas empresas del sector empresarial de Loja, pasando a formar parte de los procesos de mejora continua y de desarrollo de los departamentos de Recursos Humanos de las mismas empresas.

**Gráfico 36**

#### Tipo de empresas que demandan servicios del Centro de Capacitación 2004

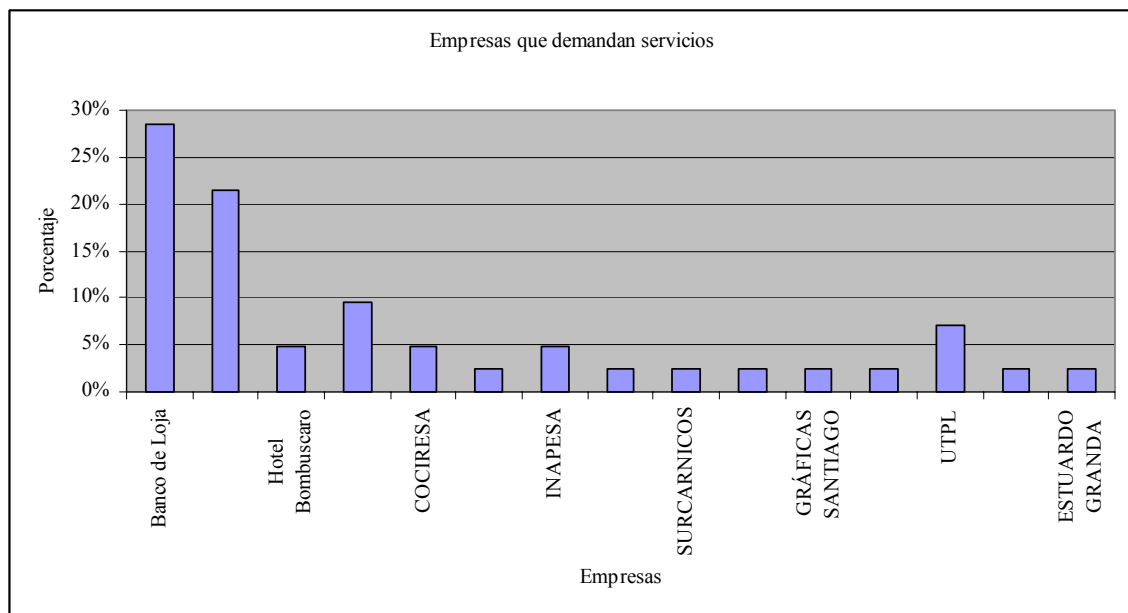


Fuente: Centro de Capacitación

El sector bancario y comercial es el que mayor representación posee en la demanda de los servicios del Centro de Capacitación (4 empresas por sector), seguido por el sector industrial con Especerías y Cárnicos (2 cada uno), seguidas por empresas de los sectores de la construcción, hotelera y educativa (1 por sector).

**Gráfico 37**

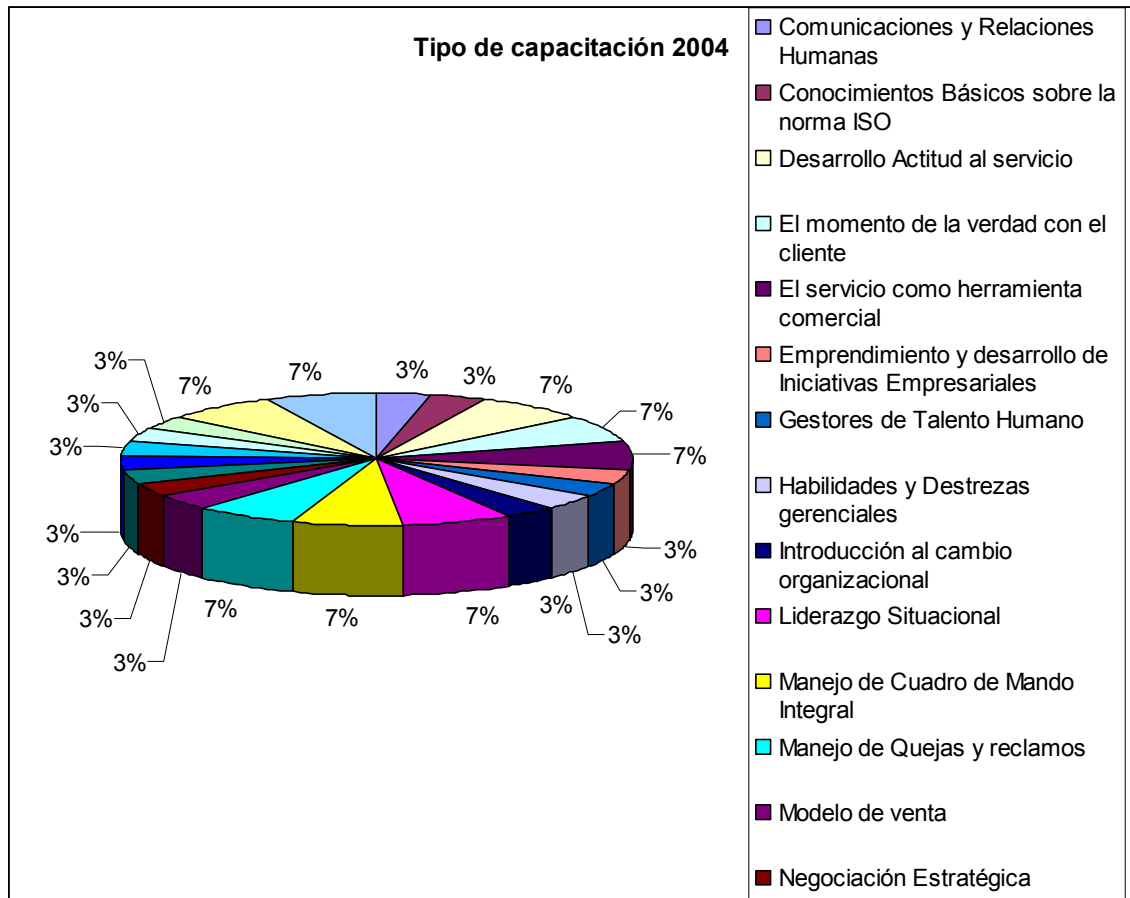
**Empresas que demanda servicios del Centro de Capacitación 2004**



Fuente: Centro de Capacitación

La mayor demanda que se tiene de una empresa es la del sector bancario con el Banco de Loja (29%), Industria Lojana de Especerías (21%), AVOG Cia Ltda. (10%) y la UTPL (7%), entre los más importantes.

**Gráfico 38**  
**Tipo de Cursos Demandados al Centro de Capacitación 2004**



Fuente: Centro de Capacitación

En la actualidad es una necesidad el fortalecimiento de cualquier tipo de capacitación con enfoque integral en competencias y liderazgo, trabajo en equipo y sobre todo atención al cliente. Es así que sobre el 21% se encuentran situados cursos, talleres y seminarios con temas que abarcan atención al cliente, manejo de quejas y reclamos. Seguido con programas como normas ISO (3%) y Manejo de Cuadro Integral (7%), así como los cursos y seminarios de Negociación Estratégica (3%).

## CAPITULO IV CONCLUSIONES

De lo detallado en el capítulo anterior se desprende:

4.1 La Agencia de Desarrollo Empresarial es una estructura innovadora para el sector de servicios de desarrollo empresarial en el Ecuador, sirve actualmente en la presentación de los indicadores de gestión eficiente ante los empresarios de la provincia de Loja y el país, por lo tanto su estructura en cuanto a Ventanilla Única Empresarial específicamente Tramitología (**Tr**) es sostenible y ha generado resultados y cambios positivos a sus demandantes.

4.2 La creación de empresas (**Ce**) es un proceso de mediano plazo y alto riesgo en cuanto a la supervivencia de las empresas incubadas, actualmente con la Incubadora de Empresas se está ofreciendo sostenibilidad y sustentabilidad a los 9 proyectos de los emprendedores que han recibido “capital semilla” o Financiamiento (**Fn**) por parte de la UTPL y han comenzado a utilizar la infraestructura física de la ADE. Se espera que hasta mediados del año 2005 tenga una sostenibilidad generada por sí mismos y con independencia de ADE.

4.3 El Centro de Capacitación presenta una realidad en cuanto a la necesidad no solo por parte de futuros empresarios o emprendedores sino de las empresas constituidas y que hacen uso en un 100% de los servicios del Centro. Esto nos permite afirmar que esta estructura es la que genera un doble beneficio directo a los empresarios pues no solo ofrece Capacitación y Asistencia Técnica (**At**) sino financiamiento directo para contratar a consultores y capacitadores mediante el CNCF.

4.4 El Centro de Investigaciones Económicas y Sociales (CIES) juega actualmente un papel específico, el de ofrecer líneas de base y mediante las tecnologías de información y comunicación (TIC) intenta crear la cultura de la utilización de información (AIS) y su democratización. Actualmente ya han circulado 5 boletines con información empresarial levantada mediante fuentes secundarias y primarias con acogida aceptable sobre todo en el sector privado de la localidad.

4.5 Se hace urgente que el sector privado empiece a jugar un papel relevante en la creación de un ambiente productivo y competitivo empezando por el nivel más local:

- Mejorando infraestructuras locales
- Creando instrumentos que incidan de manera directa sobre la creación y el desarrollo de empresas
- Facilitando instrumentos alternativos de financiación
- Creando instrumentos que en general faciliten la expansión de las empresas existentes
- Atrayendo inversiones
- Trabajando de forma estrecha con instituciones educativas y de investigación a nivel local
- Proveyendo a las autoridades locales con información sobre trabas al desarrollo empresarial
- Buscando soluciones para el desarrollo de industrias y clusters

El Sector Público, entendiéndolo como la conjunción del sector público central y de los Gobiernos Locales, debe aportar en:

- Volverse un dinamizador de la economía, estableciendo políticas que se conviertan en un estímulo par el sector privado,
- Protegiendo a quienes por su desconocimiento son victimas de abuso de aquellos que han malentendido el uso del PODER
- Deben permitir que el generador de empleo sea el sector privado, esto en nuestra realidad local, no se da debido a que uno de los mayores competidores y a la vez clientes del sector privado son los Gobiernos Locales.

## BIBLIOGRAFIA

AZUA, JON. ALIANZA COOPETITIVA PARA LA NUEVA ECONOMÍA, primera edición, Barcelona, Mc. Graw Hill, 2001, 330 páginas

PORTER, MICHAEL. SER COMPETITIVO. NUEVAS APORTACIONES Y CONCLUSIONES, Madrid, Deusto, 1999, 470 páginas.

EMMERIJ, Y J. NUÑEZ DEL ARCO. EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL EN LOS UMBRALES DEL SIGLO XXI, Washington, D.C., BID, 1997.

MACCHO STADLER y otros, INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA DE LA INFORMACIÓN, Editorial Ariel S.A., Barcelona, 1994

BERNARDO KLIKSBERG, Capital Social y Cultura, claves esenciales del desarrollo”, CEPAL Nro. 69, Chile, Diciembre 1999.

LAZARTE ALFREDO, Las Agencias de Desarrollo Económico Local: "Promoviendo la empresarialidad en el marco del Desarrollo Humano Sostenible" El Caso de Centro América, PNUD, Septiembre 2000

RAMALHOSA FRANCISCA Y C. W. MINKEL, “Características de la migración en la provincia de Loja, Ecuador”, Universidad de Tennessee, 2003.

KLAUS ESSER, WOLFGANG HILLEBRAND, DIRK MESSNER, JÖRG MEYER-STAMER. Revista de la CEPAL, Santiago 1996, No. 59, pág. 39 - 52

AKERLOF George, The Market for Lemons, Quaterly Journal of Economics, Vol 84, Nro. 3, 1970

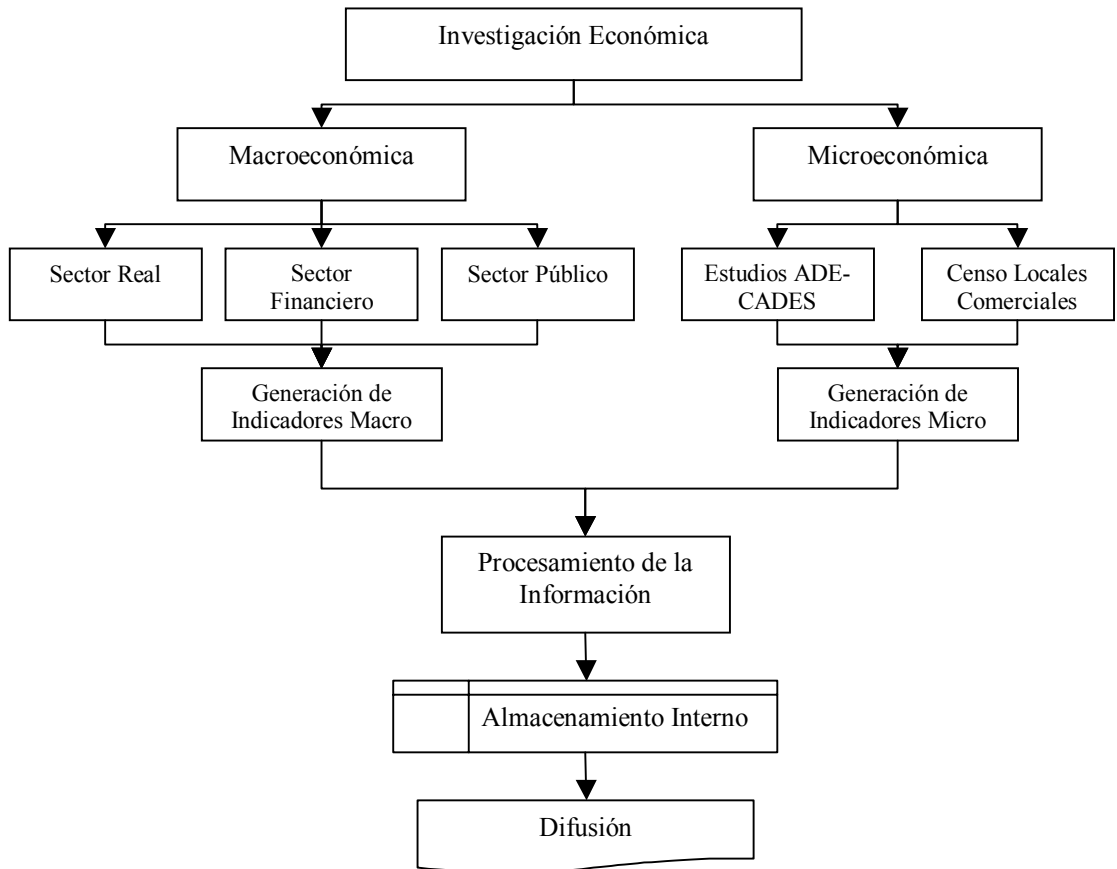
SPENCE Michael, Job Market Signalling, Quaterly Journal of Economics, Vol 87, 1973

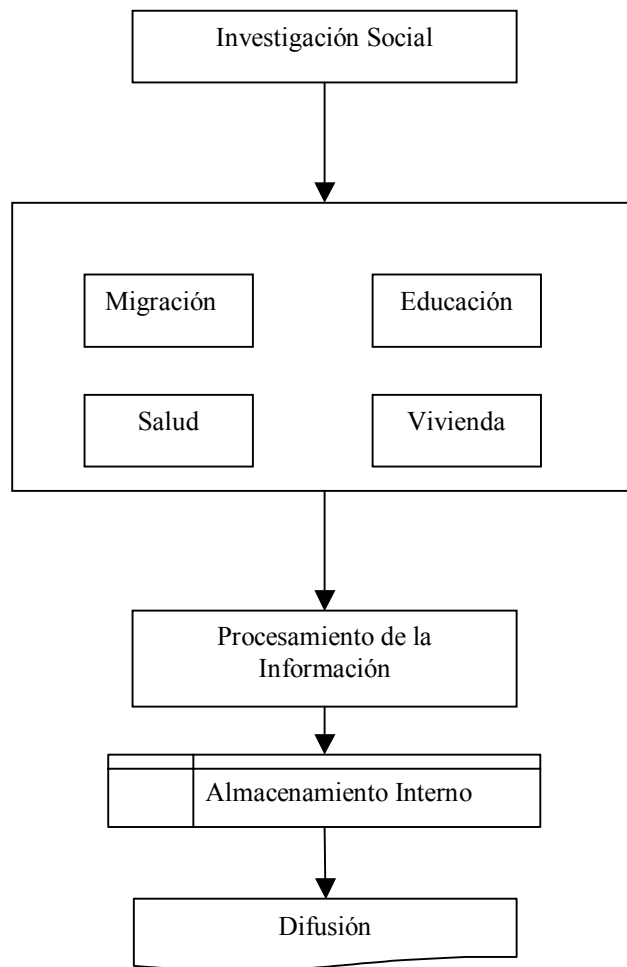
INCUBADORA DE EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA DE ANTIOQUIA (IEBTA), Transferencia realizada a la Incubadora Piloto de Loja, 2002.

# ANEXOS

## ANEXO 1

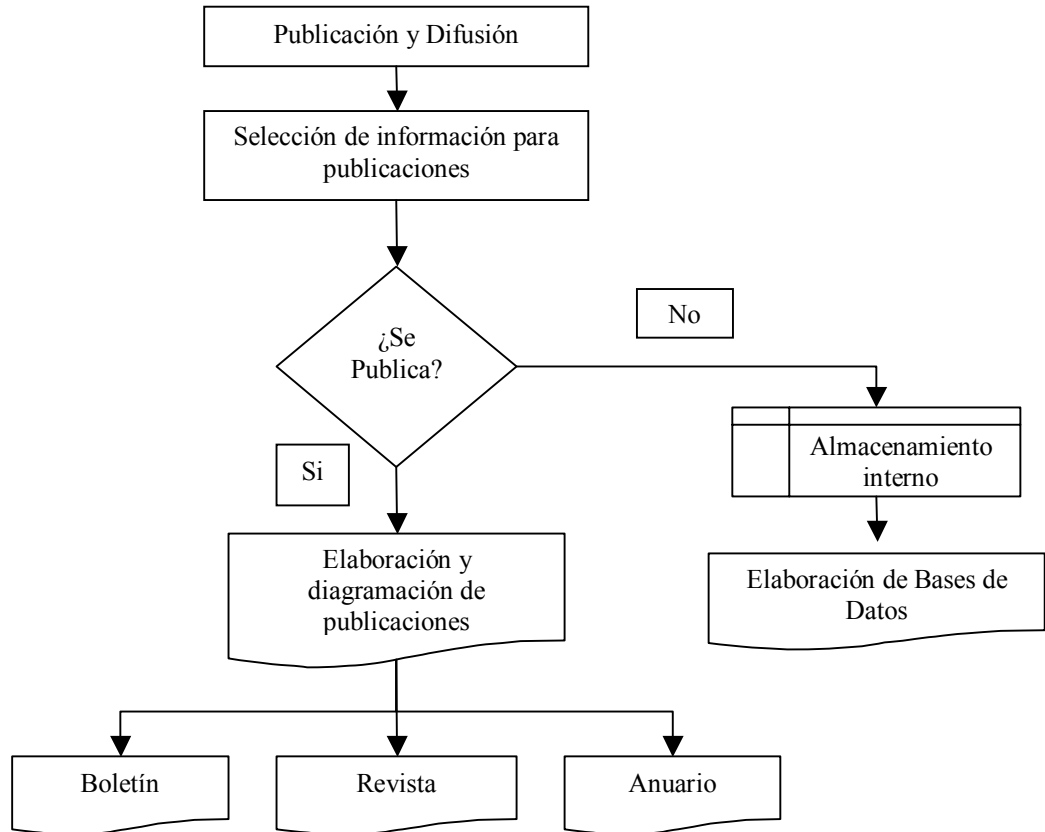
## ÁREA DE INVESTIGACIÓN ECONÓMICA DEL CIES



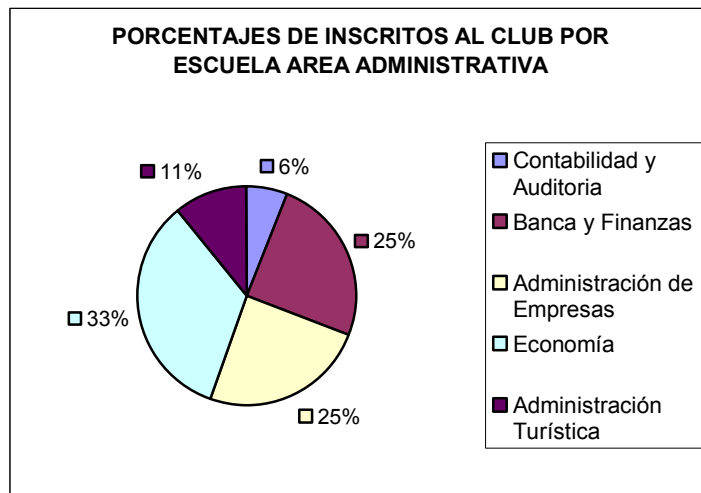
**ANEXO 2****Área de Investigación Social del CIES**

## ANEXO 3

## Área de Publicación y Difusión del CIES



## ANEXO 4



**Fuente:** Agencia de Desarrollo Empresarial.

## ANEXO 5

### Cronograma de Actividades del Ciclo de Conferencias “Formando Empresarios”

| <b>Horario</b> | <b>Martes 20</b>   |
|----------------|--|
| 11H00-12H00    | Inauguración   |
| 12H00-13H00    | Conferencia 1: Yamandú Bermúdez, Consultor de Empretec. Tema: ¿Qué hacen lo qué hacen? La red de centros Empretec.   |
| 13H00-14H00    | Almuerzo de Negocios   |
| 16H00-17H00    | Conferencia 2: Werner Corrales Marcano, Gerente Regional, División de Pequeñas Empresas de Microsoft.<br>Tema: La adopción tecnológica como herramienta habilitadora para la viabilidad comercial en la competitividad de las PYMES.   |
| 17H00-18H00    | Conferencia 3: Geovany Gynata. Funcionario de CORPEI<br>Tema: “Gestión de BIOCOM en el Ecuador”  |
| 18H00-19H00    | Conferencia 4: Rafael Mendive, Consultor de Empretec.<br>Tema: Estudio Comparativo entre emprendedorismo en el Este de Asia y América Latina.  |
| <b>Horario</b> | <b>Miércoles 21</b>  |
| 09H00-10H30    | Conferencia 5: Mark Holliban. Funcionario de CORPEI<br>Tema: “Capacitación y Asociatividad: Elementos claves para el apoyo y desarrollo de PYMES en el Ecuador”.   |
| 11H00-12H00    | Conferencia 6: Eduardo Villaquirán Gerente de la Incubadora de Empresas de EMPRENDER Quito.<br>Tema: Experiencias y perspectivas de la Incubadora de Empresas”.  |
| 17H00-19H00    | Mesa Redonda Empresarial.<br>Tema: “Emprendimiento y creación de nuevas unidades productivas” Moderador: Juan Manuel García.<br>Invitados:<br>Ing. Eduardo Villaquirán<br>Dr. Pablo Guerrero<br>Ing. Geovany Ginata<br>Ing. Mark Holliban<br>Ing. Werner Corrales Marcano<br>Ing. Mario Manzini. |

**Fuente:** Agencia de Desarrollo Empresarial

## ANEXO 6

## Proyectos Empresariales presentados al concurso “EMPRENDER”

| Área del proyecto  | Nombre del proyecto                         | Profesionales miembro del jurado.                              |
|--|---|--|
| <b>Proyectos Empresariales Agroindustriales.</b>                   | 1. Picantero LMTDA                          | Ing. Ximena Carrión  |
|  | 2. Tinto del Sur                            |  |
|  | 3. Yogurt de Soya                           |  |
|  | 4. Industria Lojana de Vinos “La Esperanza” |  |
|  | 5. FRESS Loja                               |  |
| <b>Proyectos Empresariales Ingeniería Química.</b>                 | 6. Papel Artesanal                          | Dr. Tomás Zaragoza   |
|  | 7. Esmaltes cerámicos                       |  |
| <b>Proyectos Empresariales Sociales y de Servicios</b>             | 8. Operación Control                        | Ing. Renato Dillón<br>Ing. James Loaiza                        |
|  | 9. Patitas Center                           |  |
|  | 10. Los Jardines                            |  |
|  | 11. Servi- Shop                             |  |
|  | 12. Centro de Alta Dirección                |  |
| <b>Proyectos Empresariales de Informáticas Telecomunicaciones.</b> | 13. RF- Com                                 | Ing. Marco Morocho<br>Ing. Samanta Cueva<br>Ing. Galo Castillo |
|  | 14. Loja Binaria                            |  |
|  | 15. Flash-Service                           |  |
|  | 16. Consorcio Ecuador                       |  |
|  | 17. Cacique Labs                            |  |
|  | 18. Virtual Sol                             |  |

Fuente: Incubadora de Empresas