

**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO DE
MANABÍ”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**



TESIS

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ECONOMISTA**

Tema:

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PARA DETERMINAR EL IMPACTO
SOCIOECONÓMICO DE LAS MICROFINANZAS “CREDIFE” EN LOS
EMPREDIMIENTOS DE LA PARROQUIA MANTA EN EL PERÍODO
2014-2016**

Autor:

Cevallos Prado Heidy Mishell

Tutor:

Ing. Carlos Muñoz Rodríguez MFCI

MANTA - MANABÍ - ECUADOR

2018

Dedicatoria

El presente proyecto está dedicado principalmente a los estudiantes de la carrera de Economía de manera que el estudio realizado sirva como una herramienta de apoyo para sus futuras investigaciones y así contribuir de cierta manera al desarrollo profesional de los futuros Economistas.

Dedico también este proyecto a los microempresarios de la ciudad de Manta, por abrirme las puertas de sus negocios y facilitarme la información necesaria para culminar mi investigación, a ellos quienes me demostraron que con esfuerzo y dedicación se logran grandes cosas.

A las instituciones financieras públicas y privadas para que a través de la presente investigación puedan detectar oportunidades de mejoras que beneficien e impulsen el desarrollo de este sector tan dinámico de la economía.

Finalmente dedico este proyecto a los docentes de la Facultad de Ciencias Económicas por sus valiosos esfuerzos por formar profesionales con bases sólidas, con ética y valores que representen la misión y visión de la facultad en todos los ámbitos sociales.

Heidy Mishell Cevallos Prado

Agradecimiento

Agradezco a Dios por cada una de sus bendiciones, por brindarme la salud que tengo y la fuerza de voluntad necesaria para continuar con mis proyectos de vida, especialmente por iluminar mi camino hacia el logro de esta meta importante como es la Titulación Profesional. Por ello llena de humildad y amor doy gracias a Dios en primer lugar.

A mi familia por ser el pilar fundamental en mi formación como ser humano, por su compañía y respeto que me permiten entender que cada día es una nueva oportunidad para triunfar.

A la Facultad de Economía de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí por darme la oportunidad de formarme como profesional dentro de sus instalaciones en donde adquirí los conocimientos fundamentales y necesarios para cumplir con la visión de crecimiento y desarrollo social de nuestra región.

Heidy Mishell Cevallos Prado

Certificación del tutor

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, cumpliendo el total de 400 horas, bajo la modalidad de PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, cuyo tema del proyecto es **“PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PARA DETERMINAR EL IMPACTO SOCIOECONÓMICO DE LAS MICROFINANZAS “CREDIFE” EN LOS EMPRENDIMIENTOS DE LA PARROQUIA MANTA EN EL PERIODO 2014-2016”**, el mismo que ha sido desarrollado de acuerdo a los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, por tal motivo CERTIFICO, que el mencionado proyecto reúne los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

La autoría del tema desarrollado, corresponde a la señorita HEIDY MISHHELL CEVALLOS PRADO, estudiante de la carrera de ECONOMÍA, período académico 2018-2019, quien se encuentra apto para la sustentación de su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 21 de septiembre del 2018.

Lo certifico,

Ing. Carlos Muñoz Rodríguez MFCI
Docente Tutor(a)
Área:

Autoría

Los resultados obtenidos en el **“PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PARA DETERMINAR EL IMPACTO SOCIOECONÓMICO DE LAS MICROFINANZAS “CREDIFE” EN LOS EMPRENDIMIENTOS DE LA PARROQUIA MANTA EN EL PERIODO 2014-2016”** son responsabilidad del autor, basado en revisión bibliográfica y datos obtenidos en el trabajo de campo.

Cevallos Prado Heidy Mishell

Heidy Mishell Cevallos Prado

UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

CARRERA: ECONOMÍA

Los miembros del tribunal examinador aprueban el informe del trabajo sobre el tema:

“PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PARA DETERMINAR EL IMPACTO SOCIOECONÓMICO DE LAS MICROFINANZAS “CREDIFE” EN LOS EMPRENDIMIENTOS DE LA PARROQUIA MANTA EN EL PERIODO 2014-2016” de la egresada Cevallos Prado Heidy Mishell, luego de haber sido analizada por los señores Miembros del Tribunal de Grado, en cumplimiento de lo que establece la ley se da por aprobada la sustentación, acción que le hace acreedora al título de Economista.

MANTA, 21 de septiembre del 2018.

DIRECTOR DE TESIS:

Ing. Carlos Muñoz Rodríguez MFCI

MIEMBROS DEL TRIBUNAL:

Econ. Carlos Vera

Abg. Washington Zambrano

Ing. Gladys Cedeño

Índice

| | |
|--|-----------|
| Dedicatoria..... | II |
| Agradecimiento | II |
| Certificación del tutor..... | IV |
| Autoría | V |
| Resumen jecutivo. | XIII |
| Summary | XIV |
| Capítulo 1 Introducción e información general | 14 |
| 1.1 Tema..... | 14 |
| 1.2 Planteamiento del problema | 14 |
| 1.2.1 Contextualización del problema, macro, meso y micro..... | 14 |
| 1.3 Análisis crítico..... | 26 |
| 1.3.1. Prognosis | 26 |
| 1.4 Formulación del problema..... | 27 |
| 1.5 Cuestionamiento..... | 28 |
| 1.6 Delimitación del problema..... | 29 |
| 1.7 Objetivos..... | 29 |
| 1.7.1 Objetivo general: | 29 |

| | | |
|--------|---|---------------|
| 1.7.2 | Objetivos específicos..... | 29 |
| 1.8 | Idea a defender..... | 30 |
| 1.9 | Variables..... | 30 |
| 1.9.1 | Variable dependiente..... | 30 |
| 1.9.2 | Variables independiente..... | 30 |
| 1.10 | Operacionalización de variables..... | 30 |
| 1.11 | Metodología de estudio..... | 32 |
| 1.11.1 | Método de estudio..... | 32 |
| 1.11.2 | Tipo de estudio..... | 33 |
| 1.11.3 | Tipo de información a utilizar..... | 33 |
| 1.11.4 | Instrumentos a utilizar..... | 34 |
| 1.12 | Universo..... | 35 |
| 1.13 | Recolección de la información..... | 38 |
| 1.14 | Procesamiento de la información..... | 38 |
| | Capítulo 2 Marco teórico..... | 38 |
| 2.1 | Las microfinanzas en el Ecuador..... | 39 |
| 2.2 | Credife Banco Pichincha..... | 42 |
| 2.2.1 | Antecedentes: historia y trayectoria..... | 42 |
| 2.3 | Credife Desarrollo Microempresarial S.A: evolución histórica..... | 44 |
| 2.3.1 | Informe anual y memorias de sostenibilidad 2014..... | 44 |
| 2.3.2 | Informe anual y memorias de sostenibilidad 2015..... | 46 |

| | |
|--|-----------|
| 2.3.3 Informe anual y memorias de sostenibilidad 2016 | 47 |
| 2.4 Seguimiento, medición, análisis y revisión | 48 |
| 2.4.1 Generalidades..... | 48 |
| 2.4.2 Seguimiento | 48 |
| 2.4.3 Medición | 49 |
| 2.4.4 Análisis | 49 |
| 2.4.5 Revisión de la información obtenida del seguimiento, medición y análisis | 50 |
| | |
| Capítulo 3 Resultados y conclusiones..... | 51 |
| 3.1. Resultados de encuestas al cliente externo | 51 |
| 3.2 Conclusiones..... | 65 |
| 3.3 Recomendaciones..... | 68 |
| | |
| Bibliografía | 69 |
| | |
| Anexos | 71 |

Lista de Tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1 <i>Variables de clasificación: tamaño de empresa</i> | 16 |
| Tabla 2 <i>Número de empresas por tamaño de empresa y participación nacional, año 2014.....</i> | 17 |
| Tabla 3 <i>Número de empresas por tamaño de empresa y participación nacional, año 2015.....</i> | 18 |
| Tabla 4 <i>Número de empresas por tamaño de empresa y participación nacional, año 2016.....</i> | 19 |
| Tabla 5 <i>Número de empresas por tamaño de empresa y participación nacional, años 2014, 2015 y 2016.....</i> | 20 |
| Tabla 6 <i>Ventas totales por tamaño de empresa, años 2014, 2015 y 2016.....</i> | 21 |

Lista de Gráficos

| | |
|--|----|
| Gráfico 1 <i>Estructura de empresas según su tamaño, año 2014</i> | 17 |
| Gráfico 2 <i>Estructura de empresas según su tamaño, año 2015</i> | 18 |
| Gráfico 3 <i>Estructura de empresas según su tamaño, año 2016</i> | 19 |
| Gráfico 4 <i>Evolución del número de empresas por tamaño de empresa, años 2014, 2015 y 2016</i> | 20 |
| Gráfico 5 <i>Proporción del número de empresas por tamaño de empresa, años 2014, 2015 y 2016</i> | 21 |
| Gráfico 6 <i>Ventas totales por tamaño de empresa, años 2014, 2015 y 2016</i> | 21 |
| Gráfico 7 <i>Evolución del número de microempresas por tamaño de empresas, años 2014, 2015 y 2016</i> | 22 |
| Gráfico 8 <i>Evolución de ventas totales de las microempresas – millones de dólares, años 2014, 2015 y 2016</i> | 23 |
| Gráfico 9 <i>Clasificación de empresas de Manabí por tamaño</i> | 24 |
| Gráfico 10 <i>Principales sectores económicos de las microempresas ubicadas en las provincias de Manabí</i> | 25 |
| Gráfico 11 <i>Parroquia Manta – casco comercial ubicación geográfica</i> | 36 |
| Gráfico 12 <i>Políticas de crédito de la institución</i> | 51 |
| Gráfico 13 <i>Como registra las ventas de su negocio</i> | 52 |
| Gráfico 14 <i>Le ha resultado difícil mantener rentable su empresa/ negocio</i> | 53 |
| Gráfico 15 <i>¿Que sugiere para mejorar las características de los productos bancarios que ofrece</i> | |

| | |
|---|----|
| <i>la institución?</i> | 54 |
| Gráfico 16 Tiempo de funcionar el negocio | 55 |
| Gráfico 17 Sistema de inventarios | 56 |
| Gráfico 18 <i>Ayuda en el manejo de las finanzas del negocio</i> | 57 |
| Gráfico 19 <i>Monto reportado de ventas anual para el año 2014</i> | 58 |
| Gráfico 20 <i>Monto reportado de ventas anual para el año 2015</i> | 59 |
| Gráfico 21 <i>Monto reportado de ventas anual para el año 2016</i> | 60 |
| Gráfico 22 <i>Promedio mensual de facturación</i> | 61 |
| Gráfico 23 <i>Principales obstáculos y desafíos a los que se enfrentan los micro-empresarios</i> | 62 |

Resumen ejecutivo.

El presente proyecto de investigación contiene las temáticas más relevantes sobre el impacto socioeconómico de las microfinanzas, en el sector determinado como casco comercial de la parroquia Manta, en donde se encuentra ubicado el grupo objetivo del proyecto.

Es importante entender que el concepto de microfinanzas ha ido evolucionando en el tiempo y con ello este sector tan dinámico del mercado como son las microempresas, cada vez son más las instituciones que se encuentran en monitoreos constantes sobre cuáles son las principales necesidades y desafíos de este segmento microempresarial con el fin de fidelizar la relación con sus clientes a través del otorgamiento de los productos crediticios acorde a lo que requieren.

Reconociendo que el segmento microempresarial en la ciudad de Manta se encuentra aún en proceso de desarrollo no cabe duda de que en el futuro serán más las personas que se unan a esta idea de negocio lo que permite impulsar el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes del sector comercial de la ciudad de Manta.

Es importante resaltar que se ha podido demostrar que el microcrédito funciona como un importante agente de desarrollo social para los sectores más vulnerables de las regiones de un país, pese a que el nivel de riesgo de este producto crediticio es superior en comparación con el resto de productos existentes en el mercado financiero.

El microcrédito funciona a través de la confianza depositada en los pequeños negocios y microempresarios que buscan cada día una oportunidad de mejora.

Palabras claves: Microfinanzas, Microempresarios, Calidad de vida, Impacto Socioeconómico.

Summary

This research project contains the most relevant topics on the socioeconomic impact of microfinance, in the sector determined as commercial helmet of the parish Manta, where the target group of the project is located.

It is important to understand that the concept of microfinance has evolved over time and with this, this dynamic sector of the market such as microenterprises, more and more institutions are constantly monitoring what are the main needs and challenges of this microenterprise segment in order to build loyalty with its customers through the granting of credit products according to what they require.

Recognizing that the microenterprise segment in the city of Manta is still in the process of development, there is no doubt that in the future more people will join this business idea, which will help improve the quality of life of the inhabitants of the commercial sector of the Manta city.

It is important to highlight that it has been possible to demonstrate that microcredit functions as an important agent of social development for the most vulnerable sectors of the regions of a country, although the level of risk of this credit product is higher compared to the rest of the existing products in the financial market.

The microcredit works through the trust placed in the small businesses and micro entrepreneurs that look for an opportunity for improvement every day.

Keywords: Microfinance, Micro entrepreneurs, Quality of life, Socioeconomic Impact.

Capítulo 1 Introducción e información general

1.1 Tema

“PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PARA DETERMINAR EL IMPACTO SOCIOECONÓMICO DE LAS MICROFINANZAS “CREDIFE” EN LOS EMPRENDIMIENTOS DEL CASCO COMERCIAL DE LA PARROQUIA MANTA EN EL PERIODO 2014 -2016”.

1.2 Planteamiento del problema

1.2.1 Contextualización del problema, macro, meso y micro

El presente trabajo de investigación se fundamenta principalmente en el área de estudio de las microfinanzas, dentro del sector de las microempresas del casco comercial de la parroquia Manta.

Las microfinanzas son préstamos que se dirigen a personas o a grupos con pocos medios económicos y que normalmente están excluidos del sistema financiero tradicional, y también define los negocios que crecieron alrededor de estas actividades.

El concepto de los préstamos pequeños a nivel local y el sector de las microfinanzas inició su camino con el profesor Muhammad Yunus, un economista de Bangladesh, país asiático ubicado entre los más pobres del mundo, quien fue galardonado con el Premio Nobel de la Paz 2006 por su determinación y visión de desarrollo social y económico desde los niveles más bajos de la sociedad.

Uno de los aportes de Yunus es la implementación del concepto de microcrédito en Bangladesh y otros países menos desarrollados a partir de 1974, lo que lo llevo a la fundación del Banco Grameen (aldea en su idioma natal) en 1983. Hoy los microcréditos se han extendido por todo el mundo y son un medio demostrado para ayudar a las personas a salir de la pobreza extrema mediante el fomento del espíritu emprendedor y de la dignidad humana (Spiegel, 2007).

Yunus (2008) creía que: *“La pobreza no es una condición natural de los seres humanos, es una imposición artificial”* (p.30).

Por lo tanto, en este mundo de abundancia dejamos que un bebe diminuto, que no entiende todavía el misterio de ese mundo, llore y llore hasta dormirse sin la leche que necesita para sobrevivir, y puede que al día siguiente ya no tenga fuerzas para seguir viviendo.

En el Ecuador, una de las primeras iniciativas se da en octubre de 1998, cuando CREDIFE buscó la ayuda de Acción para crear un programa de microcrédito, dirigido principalmente a los microempresarios del País, formándose entonces un acuerdo de asistencia técnica, en donde los consultores de Acción diseñaron e implementaron un programa piloto basado en una metodología de crédito personalizada lo que permitió que CREDIFE comenzara a operar en junio de 1999.

CREDIFE en conjunto con Acción colaboraron para implementar un programa cuya meta era llevar servicios financieros a regiones rurales de América Latina. Las instituciones recibieron gran apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo, el proyecto abarcó cinco países ubicados entre América Latina y el Caribe y llegó a 200.000 clientes nuevos con diversos servicios micro financieros. Además, CREDIFE se ha convertido es una institución micro financiera de América Latina que ha puesto a prueba nuevas maneras de

ofrecer productos crediticios a microempresarios de ingresos bajos (Orellana 2009, p.25).

La definición usada para definir "MICROEMPRESAS" tiene un impacto profundo sobre las conclusiones del presente estudio. Las definiciones amplias identificarán un gran número de microempresas; sin embargo para efectos de la presente investigación la característica principal y en concordancia con la clasificación de empresas según el tamaño presentada por el INEC cuya clasificación se define de acuerdo al volumen de ventas (V) y el número de personas ocupadas (P) las microempresas en el Ecuador tienen un volumen de ventas anual menor a \$100.000 dólares y cuentan con un número de personal de 1 a 9 empleados (Meyer 2005, p. 55)

Tabla 1 Variables de clasificación: tamaño de empresa

| Clasificación de las empresas | Volúmenes de ventas anuales | Personal ocupado |
|--------------------------------------|------------------------------------|-------------------------|
| Micro empresa | Menor o igual a 100.000 | 1 A 9 |
| Pequeña empresa | De 100.001 a 1'000.000 | 10 A 49 |
| Mediana empresa "A" | De 1'000.001 a 2'000.000 | 50 A 99 |
| Mediana empresa "B" | De 2'000.001 a 5'000.000 | 100 A 199 |
| Grande empresa | De 5'000.001 en adelante | 200 en adelante |

Nota: Estratos de ventas, según la Comunidad Andina de Naciones. Decisión 702, Artículo 3.

Fuente: Directorio de empresas - DIEE 2016

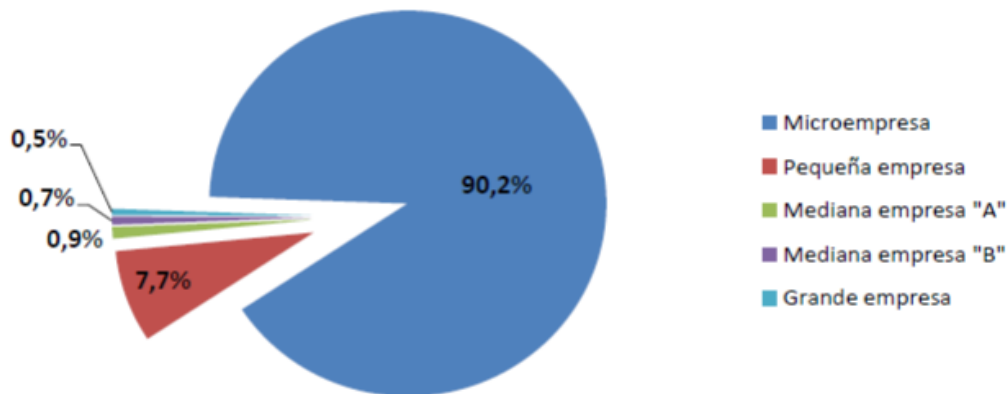
Elaborado por: INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

La definición adoptada tendrá un impacto sobre las distribuciones claves - género, ingresos, ubicación geográfica y otros. En este sentido las ramas de actividad se encuentran en relación con la clasificación industrial internacional uniforme (CIU) en donde se encuentran en su mayoría las actividades que conforman el sector económico.

Los datos presentados por el (INEC 2014) revelan, un permanente crecimiento de la actividad de las microempresas en el Ecuador por lo que las cifras oficiales demuestran

que para el año 2014 a nivel nacional existían 860.394 empresas, de este número de empresas, 774.117 es decir el 90.2% son microempresas cuyos ingresos por ventas anuales fueron de \$1.132.815.420 dólares.

Gráfico 1 Estructura de empresas según su tamaño, año 2014



Fuente: Directorio de empresas - DIEE 2014

Elaborado por: INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Tabla 2 Número de empresas por tamaño de empresa y participación nacional, año 2014

| Tamaño de empresa | Nro. Empresas | % Total |
|----------------------------|----------------|---------------|
| TOTAL | 860,394 | 100.0% |
| Microempresa | 774,117 | 90.2% |
| Pequeña empresa | 68,280 | 7.7% |
| Mediana empresa "A" | 8,206 | 0.9% |
| Mediana empresa "B" | 5,685 | 0.7% |
| Grande empresa | 4,106 | 0.5% |

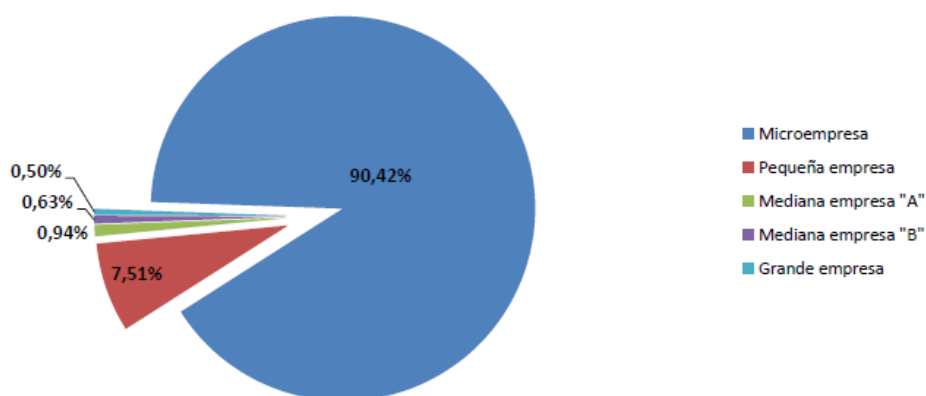
* El total de empresas del universo DIEE, comprende todas las unidades económicas que registraron ventas en el SRI y registraron personal afiliado en el IESS o perteneciendo al RISE, en el año 2014

Fuente: Directorio de Empresas 2014 - DIEE

Elaborado por: INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Para el año 2015 de acuerdo a las estadísticas del (INEC 2015), existían un total de 844,999 empresas a nivel nacional de las cuales 764,034 correspondían al segmento de microempresas representado un total del 90.42% del total de empresas en el país, la actividad de estas microempresas generó ingresos por ventas anuales de \$ 1, 122, 331,781 dólares.

Gráfico 2 Estructura de empresas según su tamaño, año 2015



Fuente: Directorio de empresas 2015 - DIEE

Elaborado por: INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Tabla 3 Número de empresas por tamaño de empresa y participación nacional, año 2015

| Tamaño de empresa | Nro. Empresas | % Total |
|----------------------------|----------------|---------------|
| TOTAL | 844,999 | 100.0% |
| Microempresa | 764,034 | 90.42% |
| Pequeña empresa | 63,480 | 7.51% |
| Mediana empresa "A" | 7,909 | 0.94% |
| Mediana empresa "B" | 5,357 | 0.63% |
| Grande empresa | 4,219 | 0.46% |

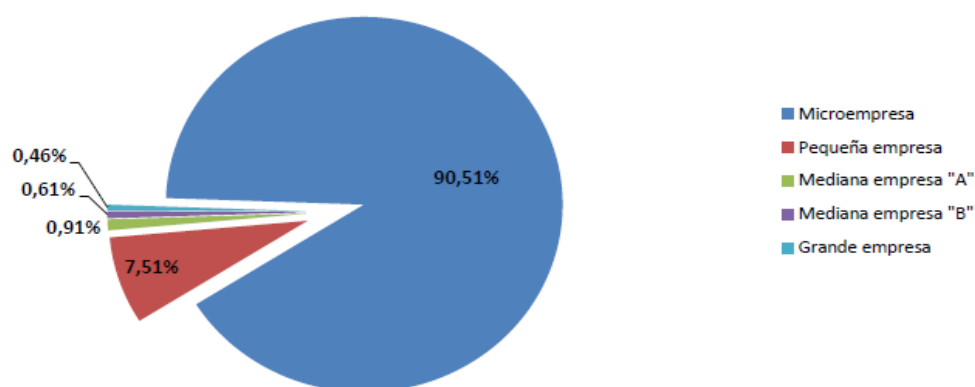
* El total de empresas del universo DIEE, comprende todas las unidades económicas que registraron ventas en el SRI y/o registraron personal afiliado en el IESS o perteneciendo al RISE pagaron impuestos sobre sus ingresos en el SRI, en el año 2015.

Fuente: Directorio de empresas 2015 - DIEE

Elaborado por: INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Para el año 2016 los informes del (INEC 2016) revelan que: existían 843,745 empresas a nivel nacional de las cuales 763,636 corresponden a las microempresas existentes en el país, lo que significa que las microempresas representan el 90.5% del total de empresas existentes, cuyos ingresos por ventas anuales fueron de \$ 1,161,511,361 dólares.

Gráfico 3 Estructura de empresas según su tamaño, año 2016



Fuente: Directorio de empresas 2016 - DIEE

Elaborado por: INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Tabla 4 Número de empresas por tamaño de empresa y participación nacional, año 2016

| Tamaño de empresa | Nro. Empresas | % Total |
|---------------------|----------------|---------------|
| TOTAL | 843,745 | 100.0% |
| Microempresa | 763,636 | 90.5% |
| Pequeña empresa | 63,400 | 7.5% |
| Mediana empresa "A" | 7,703 | 0.9% |
| Mediana empresa "B" | 5,143 | 0.6% |
| Grande empresa | 3,863 | 0.5% |

* El total de empresas del universo DIEE, comprende todas las unidades económicas que registraron ventas en el SRI y/o registraron personal afiliado en el IESS o perteneciendo al RISE pagaron impuestos sobre sus ingresos en el SRI, en el año 2016.

Fuente: Directorio de empresas 2016 - DIEE

Elaborado por: INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

A continuación, se mostrará a través de una tabla de datos resumida y gráficos estadísticos, la evolución del número de empresas por tamaño de empresa, en donde se puede observar que, aunque el número de empresas a nivel nacional ha sufrido un decrecimiento durante los años 2014, 2015 y 2016, la participación en el volumen de ventas a nivel nacional de las microempresas ha ido aumentando en el transcurso de los años, ganándose así un porcentaje significativo dentro del volumen de ventas de las empresas en el país.

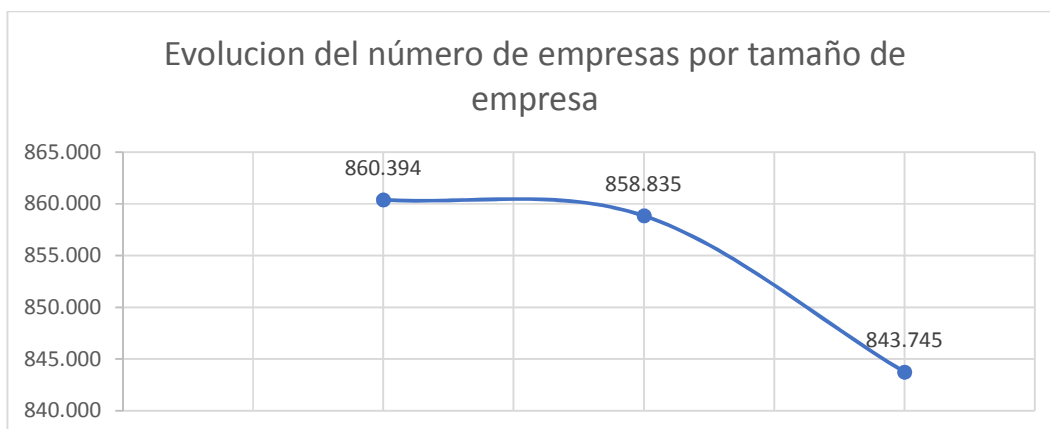
Tabla 5 *Número de empresas por tamaño de empresa y participación nacional, años 2014, 2015 y 2016*

| Número de empresas por tamaño de empresa | | | |
|---|----------------|----------------|----------------|
| Tamaño de Empresa | 2014 | 2015 | 2016 |
| Microempresa | 774,117 | 774,613 | 763,636 |
| Pequeña empresa | 68,280 | 66,360 | 63,400 |
| Mediana empresa A | 8,206 | 8,331 | 7,703 |
| Mediana empresa B | 5,685 | 5,436 | 5,143 |
| Grande empresa | 4,106 | 4,095 | 3,863 |
| Total | 860,394 | 858,835 | 843,745 |

Fuente: Directorio de empresas 2016 - DIEE

Elaborado por: INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

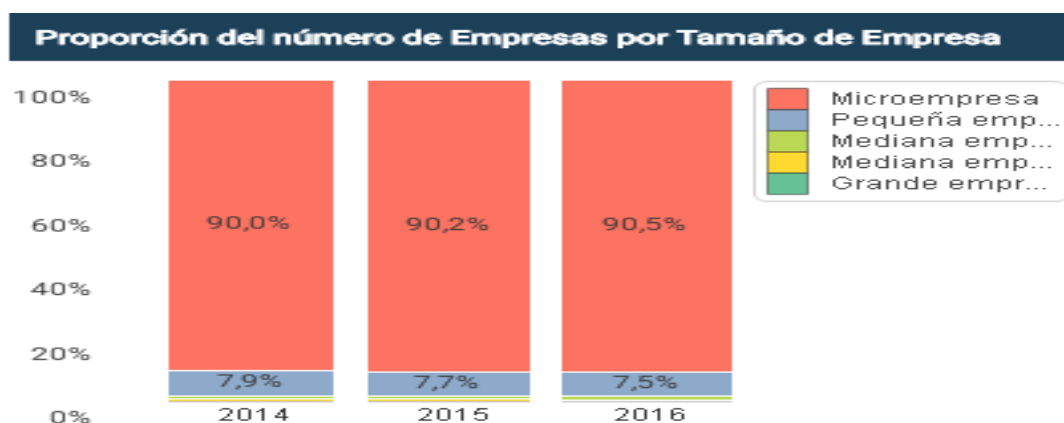
Gráfico 4 *Evolución del número de empresas por tamaño de empresa, años 2014, 2015 y 2016*



Fuente: Directorio de empresas 2016 - DIEE

Elaborado por: INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Gráfico 5 Proporción del número de empresas por tamaño de empresa, años 2014, 2015 y 2016



Fuente: Directorio de empresas 2016 - DIEE

Elaborado por: INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Tabla 6 Ventas totales por tamaño de empresa, años 2014, 2015 y 2016

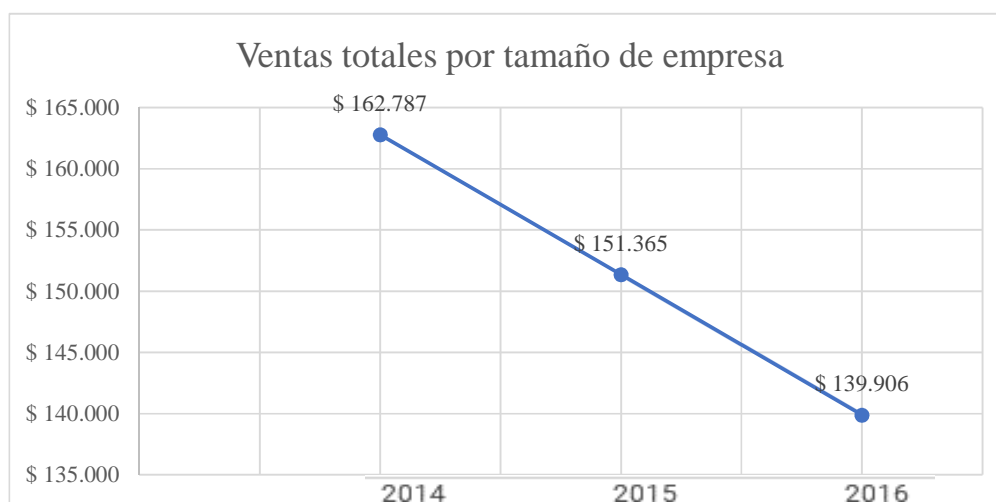
| Ventas totales por tamaño de empresa | | | |
|--------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Tamaño de empresa | 2014 | 2015 | 2016 |
| Grande empresa | \$ 120,541,309,098 | \$ 110,163,242,019 | \$ 101,439,511,609 |
| Pequeña empresa | \$ 16,941,245,240 | \$ 16,565,738,087 | \$ 15,627,076,463 |

| | | | |
|------------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|
| empresa | | | |
| Mediana | \$ 14,866,027,098 | \$ 14,189,909,992 | \$ 13,189,327,377 |
| empresa B | | | |
| Mediana | \$ 9,305,353,487 | \$ 9,323,536,152 | \$ 8,488,791,348 |
| empresa A | | | |
| Microempr | \$ 1,132,815,420 | \$ 1,122,331,781 | \$ 1,161,511,361 |
| esa | | | |
| Total | \$ 162,786,750,343 | \$151,364,758,031 | \$139,906,218,158 |

Fuente: Directorio de empresas 2016 - DIEE

Elaborado por: INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Gráfico 6 Ventas totales por tamaño de empresa, años 2014, 2015 y 2016



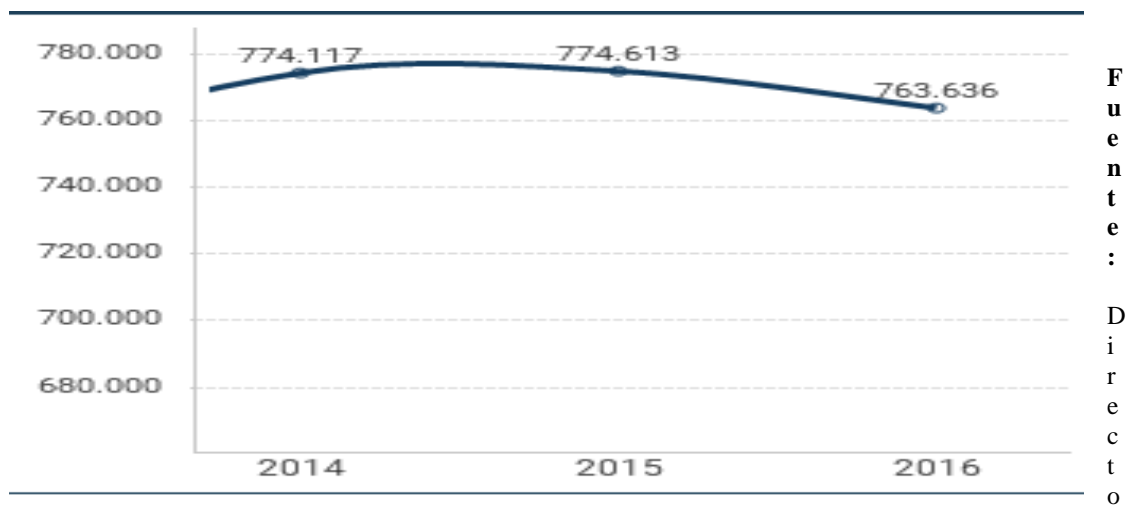
Fuente: Directorio de empresas 2016 - DIEE

Elaborado por: INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

A continuación, se mostrarán los datos y gráficos estadísticos únicamente correspondientes a la evolución de las microempresas a nivel nacional, en cuanto al número de microempresas existentes y el volumen de ventas que se manejaron para los diferentes períodos.

De manera que podemos aproximarnos cada vez más al sector objetivo que se ha determinado para la presente investigación que en este caso se encuentra dentro de la ciudad de Manta, ubicada en la provincia de Manabí, cuyas cifras serán presentadas posteriormente a medida que se avance con la investigación.

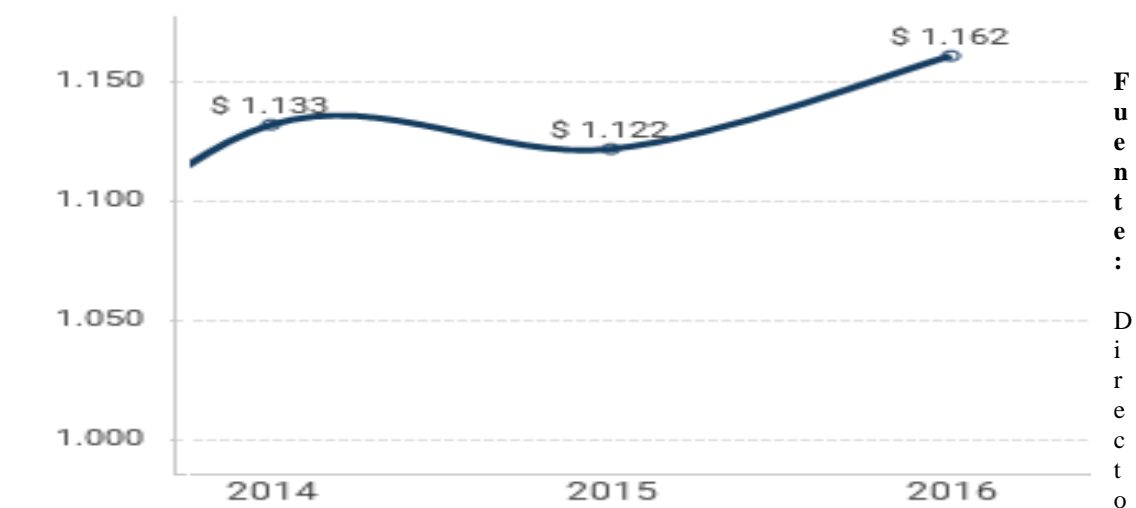
Gráfico 7 Evolución del número de microempresas por tamaño de empresas, años 2014, 2015 y 2016



rio de empresas 2016 - DIEE

Elaborado por: INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Gráfico 8 Evolución de ventas totales de las microempresas – millones de dólares, años 2014, 2015 y 2016



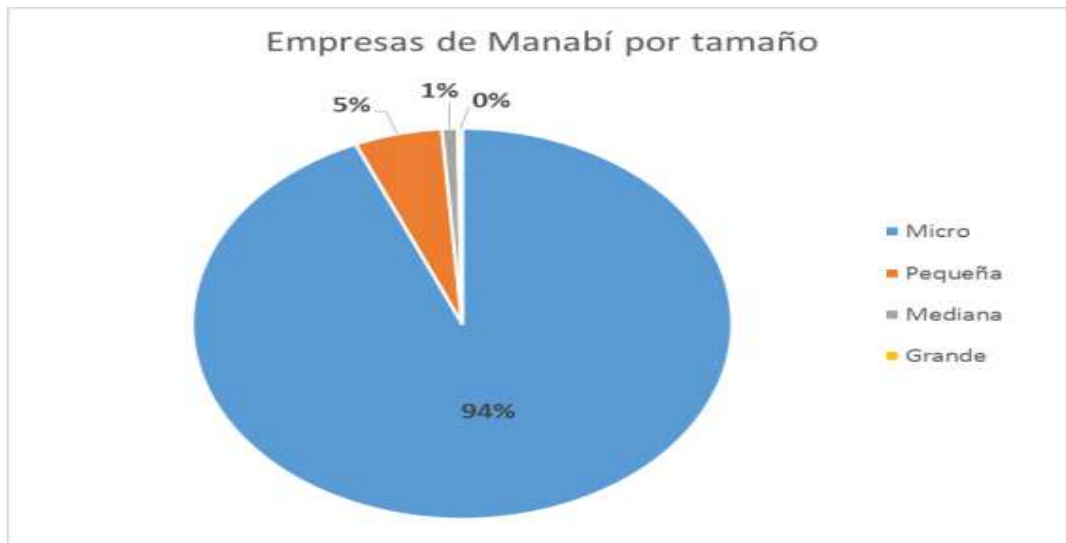
rio de empresas 2016 - DIEE

Elaborado por: INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Una vez que se conocen las cifras a nacional es posible observar la importancia de las microempresas y por ende de las microfinanzas en el Ecuador ya que el país en su mayoría está formado por estos pequeños negocios que en su mayoría se dedican al comercio de diversos productos y si bien el volumen de ventas anual no es muy representativo en comparación con el total de ventas anuales a nivel de nacional del resto de empresas, este segmento del mercado tiene una importante participación en el conjunto de generación de fuerza laboral dentro del país.

Para el año 2014 según el directorio de empresas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – INEC, en la provincia de Manabí se contaba con el 8.3% de las empresas a nivel nacional de las cuales el 94% pertenecen al segmento de microempresas (Mipymes 2010).

Gráfico 9 *Clasificación de empresas de Manabí por tamaño*



Fuente: Directorio de empresas 2014 - INEC

Elaborado por: Observatorio de la Pyme de la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador

Del porcentaje de microempresas que se ubican en la provincia de Manabí el 24% del total de empresas se sitúa en el cantón de Manta es decir alrededor de 15,153 empresas de las cuales 4,697 pertenecen al sector de las microempresas según reporte presentado por el INEC, este estudio revela también que las microempresas dentro de la provincia de Manabí se sitúan en su mayoría en el cantón Manta y estas se dedican principalmente al comercio.

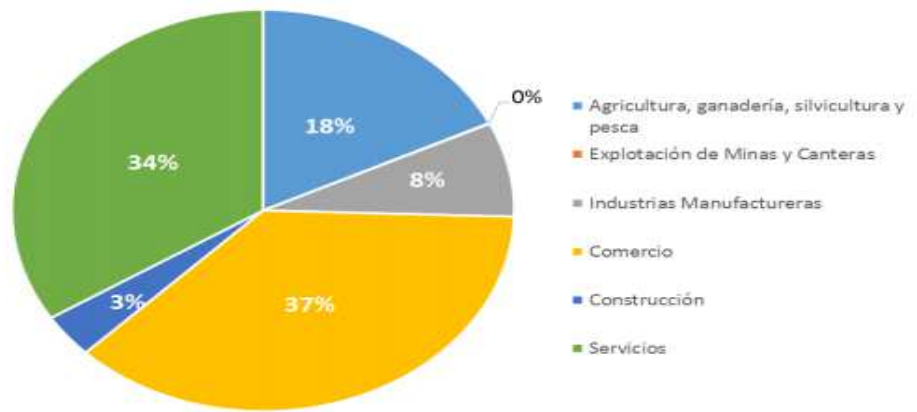
Lo que significa que dentro del total de ventas provenientes de las actividades de las microempresas en la provincia de Manabí cerca de \$ 10,900,000 dólares corresponden a las ventas realizadas por este grupo de microempresas.

De la misma manera dentro de la provincia de Manabí las microempresas se encontraban en su mayoría dedicadas a actividades de agricultura y ganadería, transporte y almacenamiento y manufacturas.

Gráfico 10 Principales sectores económicos de las microempresas ubicadas en las provincias

de Manabí.

Fuente: Directorio de empresas 2014 – INEC Elaborado por:



Observatorio de la Pyme de la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador

Para el año 2015 las cifras revelan que del total de las empresas a nivel nacional el 8.3% de empresas se encuentran ubicadas en la provincia de Manabí lo que significa que Manabí contaba con un total de 64.292 empresas de las cuales 16.132 empresas se ubicaban dentro del cantón Manta y de estas 4.436 pertenecían al sector de las microempresas, dentro del año 2015 el cantón fue determinado por el INEC como el cantón en donde se asientan principalmente las microempresas de la provincia Manabí.

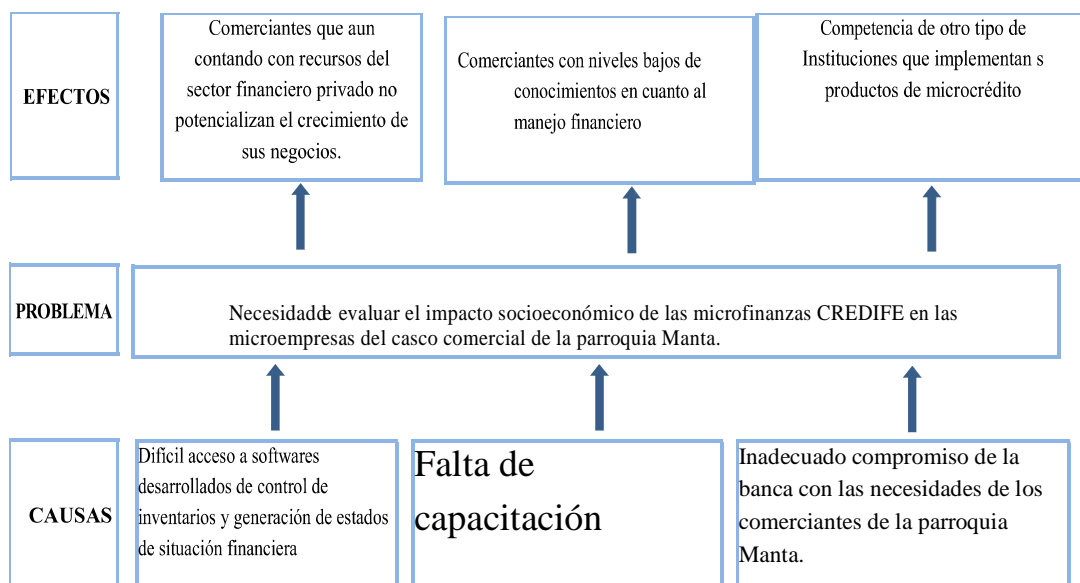
Las cifras presentadas por el INEC al año 2016 demuestran que la provincia de Manabí contaba con 63.141 empresas de las cuales 14.775 empresas se ubicaban en la provincia de Manabí, y dentro del grupo de empresas se identificaron 4.697 microempresas situadas dentro del cantón Manta.

El cantón Manta ubicado dentro de la provincia de Manabí cuya cabecera cantonal es la ciudad de Manta es el lugar donde se agrupa gran parte de la población y en concordancia con los estudios realizados por el INEC es donde se ubican la gran mayoría del sector empresarial de

la provincia.

El cantón se divide en parroquias urbanas y rurales cada una representada por las juntas parroquiales ante el municipio de Manta quienes a través de la elaboración del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (Dirección de Planeamiento Urbano GAD-MANTA 2014) cumplen con el proceso de planificación territorial con el fin de regular el uso y la ocupación del suelo urbano y rural lo que nos permite conocer con certeza la delimitación del espacio geográfico en donde se encuentra el grupo objetivo que para la presente investigación se ha determinado como casco comercial de la parroquia Manta.

1.3 Análisis crítico



Fuente: CREDIFE BANCO PICHINCHA
Elaborado por: El autor

1.3.1. Prognosis

La ciudad de Manta se ha convertido en un referente de las microempresas y de los

pequeños negocios dentro de la provincia de Manabí, ya que es la parroquia con mayor concentración de estas unidades de negocios lo que posibilita un mayor dinamismo de la economía y del mercado laboral dentro de la ciudad. Pese a los diversos escenarios vividos por la provincia que incluyeron eventos naturales que ocasionaron mucho desorden y pérdidas de todo tipo dentro de la ciudad de Manta hoy en día gracias a las múltiples ayudas económicas recibidas la ciudad se encuentra resurgiendo y mejorando constantemente.

Se vuelve necesario entonces realizar un estudio para determinar el impacto que tendrían las microfinanzas en los microempresarios ubicados dentro del casco comercial de la parroquia Manta como caso específico CREDIFE BANCO PICHINCHA.

En general la presentación de la siguiente investigación será de gran aporte para el mejoramiento de la calidad de vida de todos los individuos que forman parte de este sector de la economía como son las microempresas.

1.4 Formulación del problema

En el Ecuador cada día se incrementan las cifras respecto a los microcréditos actualmente estos pequeños negocios representan una parte importante del mercado especialmente en la ciudad de Manta. El último estudio económico realizado por el INEC reveló que hay cuatro tipos de negocios preferidos por los ecuatorianos: en primer lugar, están las tiendas (87.244), seguido por restaurantes (33.938), peluquerías (14.426) y los locales de “discos piratas” (4.165). El portal o parte frontal de la casa son los espacios utilizados por quienes montan un negocio propio.

Según Juanita Salinas Vásquez en su texto Ecuador, microcrédito: ¿Negociación o inclusión financiera? Los costos de los créditos están sensiblemente afectados por las tasas de

captación o fondeo de recursos de las instituciones financieras. Las entidades más grandes captan recursos a tasas pasivas relativamente más bajas que las entidades financieras pequeñas, ampliando el margen de intermediación y transfiriendo a sus utilidades los ingresos obtenidos (Vásquez 2011).

En consecuencia, será importante determinar ¿Cuál es el impacto socioeconómico de las microfinanzas en las microempresas del casco comercial de la parroquia Manta en el periodo 2014-2016?, buscando contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los comerciantes medido a través del nivel de ventas para cada de los periodos.

Para lograr determinar este mejoramiento de la calidad de vida se utilizará como herramienta de medición el nivel de ventas reconociendo que un aumento en estas permite a los comerciantes obtener mayores ingresos posibilitando a su vez la generación de un ahorro que contribuya a solventar futuras necesidades o invirtiendo en su negocio para un mayor crecimiento del mismo.

1.5 Cuestionamiento

¿Cuáles han sido los volúmenes de ventas (colocaciones microcréditos) que ha tenido CREDIFE durante el periodo de estudio?

¿Cómo será medido el impacto socioeconómico de las microfinanzas en las microempresas del casco comercial de la parroquia Manta?

¿Cuáles son las principales características de los productos crediticios que buscan los microempresarios de la parroquia Manta?

¿Se conocen las principales necesidades de los microempresarios del casco comercial de la parroquia?

1.6 Delimitación del problema

| | |
|-----------------|---------------------------|
| Área: | Microfinanzas. |
| Espacio: | Temporal. |
| Origen: | Manta – Manabí - Ecuador. |
| Sector: | Financiero. |
| Tiempo: | 2014-2016 |

Tema: proyecto de investigación para determinar el impacto socioeconómico de las microfinanzas “CREDIFE” en los emprendimientos de la parroquia Manta en el periodo 2014-2016.

Delimitación espacial: casco comercial de la parroquia Manta del cantón Manta.

Delimitación temporal: años 2014 -2016.

1.7 Objetivos

1.7.1 Objetivo general:

Determinar el impacto socioeconómico de las microfinanzas “CREDIFE” en los emprendimientos del casco comercial de la parroquia Manta en el periodo 2014-2016.

1.7.2 Objetivos específicos

1. Determinar el diagnóstico situacional (ventas, utilidad) de los microempresarios del casco comercial de la parroquia Manta atendidos por CREDIFE BANCO PICHINCHA.
2. Identificar mediante una encuesta de levantamiento de información el comportamiento del volumen de venta de los microempresarios durante y después del acceso al crédito con CREDIFE BANCO PICHINCHA.
3. Desarrollar los análisis y comparaciones de datos de la información interna como externa

obtenida.

1.8 Idea a defender

El mejoramiento de la calidad de vida de los microempresarios del casco comercial de la parroquia Manta, medido a través del volumen de ventas de cada una de las microempresas que han tenido financiamiento para su negocio con CREDIFE, comprendido durante el periodo 2014-2016.

1.9 Variables

1.9.1 Variable dependiente

Calidad de vida e impacto socioeconómico en los microempresarios del casco comercial de la parroquia Manta.

1.9.2 Variables independiente

Niveles de ventas de las microempresas del casco comercial de la parroquia Manta.

1.10 Operacionalización de variables

| VARIABLE INDEPENDIENTE: Volumen de ventas de los pequeños negocios. | | | |
|--|-------------------------------|--------------------------|---|
| Definición conceptual | Definición Operacional | Nivel de medición | Indicadores |
| | | 1. Inventario | % de inventario existentes en bodegas (inventarios en bodegas / total de inventario x 100) |

| | | | |
|---|--|---------------------------------|---|
| Acciones diarias en el mundo de los negocios, donde una buena gestión de venta determina el rumbo del negocio. | Aumento de más del 90% de respuestas satisfactorias indican niveles favorables | 2. Ventas diarias | % de ventas diarias (ventas diarias/ total de ventas mensual x 100) |
| | | 3. Numero de personal de ventas | % capital humano (número de personas en atención directa / total del personal x 100) |
| | | 4. Calidad de proveedores | % efectividad de proveedores (número de proveedores recurrentes/ total de proveedores x 100) |
| | | 5. Utilidades netas | % rentabilidad (total de ingresos/ total de gastos x 100) |

VARIABLE DEPENDIENTE: Calidad de vida e impacto socioeconómico de los emprendedores

| Definición conceptual | Definición Operacional | VARIABLES | Factores de influencia |
|---|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Concepto propio de la sociología, lleno de matices, en donde se da a | Aspectos | 1. Ambiente familiar y social | Personalidad |
| | | | Relaciones sociales |
| | | 2. Estado general de salud | Estados de animo |
| | | | Estilo de Vida |

| | | | |
|--|------------|----------------|---|
| entender como calidad de vida el nivel de ingresos y comodidades de una persona. | relevantes | | Alimentación actividades físicas |
| | | 3. Educación | Acceso a la educación |
| | | | Publica |
| | | Privada | |

1.11 Metodología de estudio

1.11.1 Método de estudio

Para el presente trabajo de investigación, la metodología de estudio elegida es el método científico así como el método de análisis y síntesis, en donde el método científico está compuesto principalmente de herramientas como el planteamiento del problema, generación de hipótesis, comprobación de hipótesis y verificación de resultados y conclusiones, y este a su vez se complementa con el método de análisis y síntesis el cual inicia con la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad en esta caso la de las microempresas, logrando construir un todo a partir de la descomposición y comprensión de la esencia de cada de una de las partes.

Se llevaron a cabo actividades relacionadas directamente con los objetivos de la investigación; en primer lugar, para determinar los volúmenes de venta de CREDIFE BANCO PICHINCHA durante el periodo de estudio, entre las fuentes principales de la información presentada se encuentran las páginas webs oficiales de la institución, así como los artículos y resúmenes de datos de revistas especializadas como es la revista EKOS y el aporte de importantes autores y especialistas del tema de las microfinanza que se presentaran a lo largo de

la investigación a través de sus conceptos claros y bien definidos.

Se realizó el respectivo levantamiento de información y procesamiento de la misma con el fin de identificar las principales variables que inciden directamente sobre la calidad de vida de los microempresarios en este caso medido a través del nivel de ventas.

Al final la información obtenida es procesada y se traduce en una serie de recomendaciones importantes sobre la existencia de la rentabilidad de las microempresas en el largo plazo, así como el manejo de sistemas avanzados de contabilidad y control financiero de manera que se logre una evolución de los niveles de ventas que les permita obtener mayor participación en el mercado, entendiéndose estos avances como un paso hacia el mejoramiento de la calidad de vida.

1.11.2 Tipo de estudio

Es un estudio descriptivo y correlacional, ya que pretende describir los escenarios existentes en el mundo de los pequeños negocios y como las microfinanzas tienen o no una relación directa en el grado de desarrollo de estas microempresas. Por lo tanto, se podrán evidenciar las principales variables que inciden en el crecimiento y desarrollo de ellas, así como las características de los diversos productos crediticios que ofrece CREDIFE BANCO PICHINCHA, en busca de mejorar la calidad de vida de los comerciantes.

1.11.3 Tipo de información a utilizar

Varias son las fuentes de información que comprenden el presente proyecto las cuales describiremos a continuación:

Datos primarios: es decir aquella información directa, nueva y original acerca de nuestra investigación.

Datos secundarios: son aquellos documentos o fuentes indirectas que provienen de enciclopedias, libros, revistas, otras tesis, e incluso se la puede encontrar en internet, es decir información organizada, elaborada producto del análisis.

1.11.4 Instrumentos a utilizar

Existen también varios instrumentos de recolección de datos, entre hemos tomado los siguientes para el análisis:

Observación: esta técnica consiste en el registro visual de lo que ocurre por lo que se llevarán a cabo visitas en el campo de estudio para levantar la información correspondiente al número de negocios que se deberán encuestar, así como nos permitirá observar de cerca el funcionamiento de los negocios del sector de estudio.

La encuesta: técnica en la que se elaboran preguntas cerradas por lo que se facilita la tarea de recolección y cuantificación de datos, para el presente proyecto esta encuesta está dirigida a los dueños de los pequeños negocios de manera que se puede evaluar el volumen de ventas sobre el cual está sustentado nuestro análisis de mejoramiento de la calidad de vida e impacto socioeconómico de las microfinanzas. (ver anexo 3).

La entrevista: es un instrumento que se caracteriza por la elaboración de preguntas abiertas, aunque en ocasiones se dificulta el análisis de la información obtenida por las diferentes interpretaciones sobre un mismo término, es un método efectivo para conocer la realidad del entorno. Este tipo de instrumento se efectuará a 3 jefes departamentales (ver anexo 5).

Formulario de recolección. - uno de los mejores instrumentos de levantamiento de información, ya que en este se plasman directamente las variables que uno desea recolectar.

1.12 Universo

El universo está formado por las microempresas del casco comercial de la parroquia Manta, que fueron identificados como clientes de CREDIFE durante el periodo de estudio y que adicional se encuentran dentro del área determinada.

De acuerdo al (Dirección de Planeamiento Urbano GAD-MANTA 2014) la provincia de Manabí tiene una extensión territorial de 18.400 km², y corresponde al 7,36 % del territorio nacional dentro de la provincia se encuentra el cantón Manta con 306 km² y en conjunto con Montecristi y Jaramijó conforman el distrito de la Zona 4 con mayor concentración poblacional.

A su vez el cantón Manta está compuesto por cinco parroquias urbanas y dos parroquias rurales entre las cuales se encuentran: Eloy Alfaro, Los Esteros, Manta, San Mateo, Tarqui, San Lorenzo, Santa Marianita.

De acuerdo a los múltiples estudios de mercado realizados por los principales organismos de control e investigación de la ciudad, dentro de la parroquia Manta se concentra la zona comercial con mayor cantidad de negocios según los datos de la Cámara de Comercio de Manta. En una simple observación se puede delimitar al casco comercial de la parroquia Manta dentro de la zona centro de la ciudad que comprende la ruta de la avenida 24, calle 15, calle 13, sector de Flavio Reyes hasta llegar a la ciudadela universitaria.

Para este grupo de interés se plantearán los análisis necesarios de la realidad del sector, del movimiento del mercado, así como se analizarán las características esenciales de estos negocios.

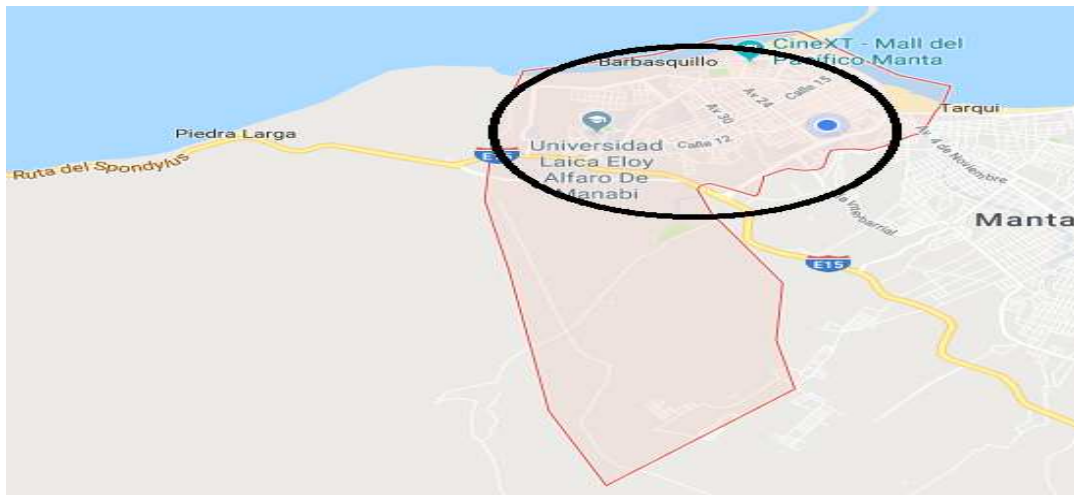
Para el análisis económico se utilizarán las bases de datos proporcionadas directamente

por la institución CREDIFE en donde se muestra en detalle los datos de localización de cada negocio, las características del producto vigente o por vencer, la actividad del negocio entre otros datos de importancia para la investigación.

Adicional toda la información será comparada con las cifras oficiales que se exponen en los respectivos Informes y Memorias de Sostenibilidad que publica Banco Pichincha a inicios de cada año para conocer los principales factores que definieron el rumbo de la economía del país y por lo tanto incidieron en el comportamiento de la banca tanto pública como privada.

A continuación, se muestra la ubicación geográfica del casco comercial de la parroquia Manta.

Gráfico 11 Parroquia Manta – casco comercial ubicación geográfica



Fuente: Google Maps

Elaborado por: El autor

Mientras que para el proceso de la encuesta se solicitará la colaboración de los dueños de estos negocios, de manera que se identifiquen las principales variables de éxito y continuidad del negocio pese a los escenarios vividos, de igual forma mediante entrevistas realizadas al

administrador y asesor del portafolio de interés se obtendrá la información interna correspondiente al volumen de colocaciones y transaccionalidad crediticia de los ejecutivos de CREDIFE durante el periodo de estudio.

Poniendo en práctica los análisis antes mencionados se pudo determinar que para el año 2014 se contaba con un total de 95 clientes dentro de la zona de estudio lo que significa un total de cartera nueva, por vencer y vencida de \$ 661,538.99 dólares para el cierre del año 2014.

Para el caso del año 2015 se determina un total de 115 clientes, teniendo así un total de \$544,136.95 dólares en cartera nueva más la cartera por vencer y vencida al cierre del año 2015.

En lo que corresponde al año 2016 se identifica un total de 131 clientes teniendo así un total de \$583,406.07 dólares en cartera nueva más la cartera por vencer y vencida al cierre del año 2016.

Los análisis presentados fueron posibles de calcular en base a cifras oficiales presentadas en los Informes de sostenibilidad del Banco Pichincha para cada uno de los años.

En base a la delimitación y filtro de la base de datos de clientes manejada por CREDIFE para cada uno de los años se logró definir para efectos de la presente investigación utilizar como grupo para realizar el proceso de encuesta al universo de clientes que serían 131 clientes CREDIFE es decir el total de la población.

La información correspondiente al volumen de colocaciones, así como del rubro de cartera por vencer y número de clientes existentes en cada periodo fue obtenida a través del proceso de entrevista a los ejecutivos de CREDIFE BANCO PICHINCHA (matriz de Manta) así como al administrador de la zona el Sr. Holguer Delgado Montalván.

1.13 Recolección de la información

La recolección de la información se efectuará mediante dos instrumentos; el primero es una ficha de recolección de datos elaborada en excel en donde se implementarán las cifras encontradas y se realizarán los respectivos cuadros para el análisis, y el segundo instrumento es una encuesta dirigida a los microempresarios del casco comercial de la parroquia de Manta.

1.14 Procesamiento de la información

La información fue procesada a través del uso de la herramienta excel, mediante la cual se elaboraron los gráficos estadísticos y tablas necesarias para el ordenamiento y resumen de datos, adicional se presentarán los indicadores financieros mediante la determinación de cifras absolutas (números totales) y frecuencias relativas (porcentajes).

Capítulo 2 Marco teórico

2.1 Las microfinanzas en el Ecuador

Microfinanzas son aquellos servicios financieros orientados hacia el desarrollo de las pequeñas economías, en especial las microempresas. En el marco de la globalización, las microfinanzas se han acuñado como un enfoque de las finanzas que apuntan a motivar la inclusión y la democratización de los servicios financieros para aquellos sectores generalmente excluidos por el banco comercial tradicional (Bucheli 2011, p. 50).

Las microfinanzas surgen como un mecanismo de ayuda a los grupos con pocos medios económicos, cuyas fuentes principales de ingresos provienen de actividades informales. Son préstamos que se dirigen a personas que normalmente están excluidos del sistema financiero tradicional.

La historia nos remonta al inicio de las microfinanzas con el premio Nobel de la Paz Muhammad Yunus quien fue el desarrollador de los conceptos de microcrédito, profesor de Economía de la Universidad de Chittagong, en su ciudad natal. Después de haber vivido la hambruna del 1974 en su país, Bangladesh, inició su actividad local de ayudar a los más pobres. Es importante entender que las microfinanzas son negocios con ánimo de lucro, es decir, son negocios donde se busca rentabilizar los préstamos (Yunus 2008, p. 12).

Cuando hablamos de las microfinanzas hoy en día nos permite pensar en los microcréditos o créditos pequeños que se otorgan principalmente al sector de producción primaria, a los agricultores a las personas cuya actividad económica aun es informal.

Las características de los microcréditos están regidas por las normativas y procedimientos que deben cumplir las entidades que realizan microfinanzas y microcréditos. El marco

normativo es un mecanismo normativo es un mecanismo de ayuda para la administración de riesgos y que además facilita las tareas de supervisión. Existen dos modalidades de supervisión del sector de las microfinanzas (Cuasquer and Maldonado 2011).

General: se basa en la ley bancaria y financiera de cada país. Se encuentra dentro de la misma ley que se aplica a la banca comercial, incorporando en su ámbito aspectos básicos de la actividad microfinanciera, tales como la definición de microcrédito, clasificación de crédito, régimen de provisiones, requisitos mínimos para los créditos, garantías, definición y contabilidad de la morosidad, etc.

Especializada: limita su accionar a la actividad microfinanciera y parte de la premisa de que el mercado financiero esta fragmentado entre un sector formal y uno informal, y define las reglas del juego de acuerdo al perfil de riesgo de cada sector.

En el libro Economía de las Microfinanzas indica que estas se han transformado en los últimos años, atrayendo mayormente la atención de las mujeres siendo sus principales usuarios, y a partir de las experiencias del premio Nobel de la Paz 2006, M. Yunus, en Bangladesh con sus exitosos microcréditos grupales a mujeres rurales, se empezó a expandir esta modalidad inicialmente en países como Bolivia, Kenia e India (Morduch and De 2011, p. 25).

Las microfinanzas desde sus inicios como canales de créditos informales se han ido desarrollando hacia un sistema de solido de microcréditos con un manejo adecuado de asimetrías de información y de costos asociados a riesgos, diseño de contratos adecuados incluidas tasas de interés y asociación con organismos gubernamentales o mecanismos locales.

En América Latina especialmente en los países de Perú, Ecuador y Colombia han sido calificados en los últimos años, y a nivel mundial como uno de los mejores ambientes para la

actividad de las microfinanzas.

En el Ecuador, uno de los mayores logros en microfinanzas es el sistema de cooperativas de ahorro y crédito (COAC). Además, existen algunos esfuerzos de ONGS que han contribuido con servicios financieros a determinados sectores, comunidades y grupos de gente pobre, que no tienen acceso a las finanzas formales (específicamente a los bancos privados). Asimismo, se ha conformado la Red Financiera Rural (RFR) que busca aglutinar al mayor número de instituciones que hacen microfinanzas en el país (Jácome and Cordovéz 2003, p. 6).

Las microfinanzas promueven el desarrollo de microempresas, y de esta forma procuran contribuir a la generación de mayores ingresos, mayores fuentes de empleo y volver más dinámico a los sectores informales del mercado, contribuyendo de esta forma al desarrollo económico de los países. Los desarrollos teóricos y empíricos de los últimos años respecto al tema, se han centrado en la búsqueda de una correlación directa entre microfinanzas y reducción de la pobreza, incremento del empleo, empoderamiento de la mujer, desarrollo económico, profundización financiera, entre otros.

Pese a la variedad de temas que abordan las microfinanzas, existen dos tendencias bien marcadas sobre su evolución en estos últimos años; la primera, el enfoque de sistema financiero y, la segunda, el enfoque de alivio de la pobreza.

El enfoque de sistema financiero se refiere a las prácticas de un modelo de instituciones rígidamente sustentada en las reglas de mercado, cuyo objetivo es la rentabilidad en el largo plazo, así como sus productos están dirigidos a determinados clientes que no necesariamente son los más pobres.

Mientras que el segundo enfoque se fundamenta en la tesis de que las microfinanzas, si bien representan una gran ayuda para el alivio de la pobreza estas no son suficientes ya que es necesario de la intervención de los gobiernos, centrales y seccionales, las organizaciones comunitarias, los donantes y la sociedad en su conjunto, para combatir la pobreza. Cada uno de estos enfoques tienen diferencias que marcan la distancia como el nivel de alcance que cada una puede tener.

2.2 Credife Banco Pichincha

2.2.1 Antecedentes: historia y trayectoria

En octubre de 1998, CREDIFE, del Ecuador, buscó la ayuda de Acción para ayudarlo a crear un programa de microcrédito. Bajo los auspicios de este acuerdo de asistencia técnica, los consultores de Acción diseñaron e implementaron un programa piloto basado en una metodología de crédito personalizada. CREDIFE comenzó a operar en junio de 1999.

Con más de 100 sucursales en el Ecuador, la infraestructura del Banco Pichincha permitió que CREDIFE expandiera rápidamente sus operaciones de microcrédito. Con el tiempo, CREDIFE abrió sus propios centros de servicio al cliente en todo el país. Acción, que había sido accionista en la institución, sigue desempeñando un papel estratégico y participa en la junta directiva de CREDIFE.

Esta subsidiaria de Banco Pichincha nació el 09 de abril de 1999 con el objetivo de proveer servicios financieros especializados a microempresarios. El modelo de negocio de esta línea de financiamiento se sustenta en tres factores primordiales:

- 1.- La aplicación técnica comercial de una metodología de microcrédito individual especializada.
- 2.- Un equipo humano altamente comprometido con la misión de los valores de la empresa y de

Banco Pichincha.

3.- Entregar un buen servicio que se alimenta del conocimiento real del sector microempresarial.

Según las fuentes de Intranet Banco Pichincha (2011) el equipo empresarial de CREDIFE se encuentra compuesto por ejecutivos de negocios y administradores de oficinas que se encargan de gestionar más de 590 mil clientes a nivel nacional que cuentan con un perfil microempresarial. Gracias a todos quienes conforman esta filial tienen un crecimiento anual del 13% (p.12).

Es una institución cuyo objetivo es brindar el soporte económico que los sectores informales de la economía requirieren, de manera que en la actualidad tienen un alto impacto en el desarrollo de las poblaciones que antes no tenían acceso a este tipo de servicios.

Son varios los productos bancarios, así como el tipo de clientes que maneja CREDIFE lo que le da versatilidad al grupo, los volúmenes de captaciones le permiten hacer frente a la alta demanda de créditos solicitados. CREDIFE tiene una importante y significativa participación en el mercado global de las microfinanzas en el país, sustentada en su trayectoria y en el papel que ha desarrollado a lo largo del tiempo.

Según la revista Ekos las utilidades alcanzadas por CREDIFE para el año 2016 fueron de \$2.630.244 ubicándole como institución líder en el segmento de las microfinanzas, seguida de BANECUADOR quienes representan su principal competencia en el mercado de los microcréditos.



Fuente: Intranet del Banco Pichincha. Escuela de Formación Bancaria (2018)

Elaborado por: Banco Pichincha.

En el cuadro adjunto se puede observar cómo se encuentran integradas las principales filiales subsidiarias del grupo financiero en donde Credife Desarrollo Microempresarial S.A. es la empresa del grupo financiero Pichincha que provee de servicios financieros especializados integrales y de calidad al segmento poblacional ecuatoriano de microempresas.

2.3 Credife Desarrollo Microempresarial S.A: evolución histórica

CREDIFE es una institución que administra de forma exclusiva la cartera del segmento microempresa de Banco Pichincha C.A, desde la promoción, comercialización, colocación hasta la recuperación de la misma.

2.3.1 Informe anual y memorias de sostenibilidad 2014

Una memoria de sostenibilidad es un informe que otorga información equilibrada, objetiva y razonable de las acciones en materia de sostenibilidad llevadas a cabo por una organización en un periodo determinado. Este mecanismo funciona como una herramienta para llevar de manera clara y estandarizada toda la información concerniente a la empresa.

Siendo el caso del presente proyecto el informe anual y memoria de sostenibilidad del año 2014 permite tener un escenario más claro de lo sucedido en el año de estudio, así como resulta fácil identificar las principales variables tanto políticas, económicas, sociales o

medioambientales que fueron cruciales para ese periodo por lo que es importante iniciar recordando que el 2014 fue el año en donde se afianzo un sistema jurídico que privilegiaba la intervención estatal.

Es decir, el estado asumía nuevamente un rol más participativo y controlador del sistema financiero. A esto se suma la puesta en marcha de una reforma tributaria rígida y fiscalista que atentaba principalmente las actividades financieras, en este periodo se sufrió una transición desde el ciclo de la abundancia de recursos a un nuevo periodo de restricción y limitaciones.

Entre otras causas generado por la irreparable reducción del precio del petróleo en el mercado, así como una revaluación del dólar.

A diciembre de 2014, el equipo comercial de CREDIFE, se encontraba compuesto por 639 ejecutivos de negocios y 111 administradores de oficinas, quienes gestionaron más de 585 mil clientes dejando un saldo de cartera a nivel nacional de \$720 millones con una tasa de crecimiento anual de 12.5% todo esto se realizó en poco más de 147 mil operaciones crediticias.

En lo que corresponde a la ciudad de Manta se logró colocar cerca de \$1,937.000 dólares de los cuales \$680,560.88 se colocaron a los comerciantes ubicados dentro del casco comercial de la parroquia que para el periodo en transcurso eran alrededor de 110 clientes. Adicional todas esto fue posible a través de las 145 operaciones de crédito existente que equivalen al 0.10% del total de operación a nivel nacional, así como también se identificó que los créditos otorgados en esta zona corresponden al 0.09% del total de la cartera nacional (Informe Anual y Memoria de Sostenibilidad y RS final. P. 2014).

2.3.2 Informe anual y memorias de sostenibilidad 2015

En el país el escenario tanto político, económico como financiero para el año 2015 fue desfavorecedor a raíz de la caída del precio del petróleo, la apreciación del dólar y las altas devaluaciones de los países vecinos, lo que provoco entre otras cosas un desaceleramiento del crecimiento económico del país, disminución de empleo, menor competitividad del sector privado.

Para este periodo CREDIFE estaba compuesto por un equipo comercial de 614 ejecutivos de negocios y administradores, para Manabí el año 2015 significo un año de mucha incertidumbre de grandes cambios, de panoramas inciertos por la falta de empleos, una recaudación tributaria excesiva, y constantes cambios y reformas dentro de los reglamentos ya establecidos en la constitución (Informe Anual y Memoria de Sostenibilidad y RS final. P. 2015.).

Esto nos da como resultar un saldo total de cartera en Manta de \$ 615,289.00 dólares y por consiguiente el rubro de colocaciones dentro del sector de los pequeños negocios del casco comercial de la parroquia Manta se logró colocar \$551,966.25 dólares equivalentes al 0.10% del valor total de la cartera nacional para el periodo vigente, así mismo todo esto fue posible a través de las 135 operaciones de crédito tanto nuevas como por vencer, para el total de los 131 cliente con los que se contaba.

Sin embargo, el 2016 en el Ecuador en especial para las provincias de Manabí y Esmeraldas es un año difícil de recordar por todo lo vivido. Los factores macroeconómicos mundiales, como la volatilidad financiera, la revaluación del dólar, la incertidumbre por la desaceleración económica en China y, sobre todo, la fuerte afectación de los precios del crudo,

generaron un escenario complejo para el país en 2016.

Este periodo se inició con una fuerte contracción del PIB y el aumento del endeudamiento externo para lograr hacer frente a todas las obligaciones que se venían para el gobierno.

2.3.3 Informe anual y memorias de sostenibilidad 2016

En abril del año 2016 un suceso inesperado e impredecible sucedió, un sismo de 7.8 grados sacudió al país y por ende los pronósticos de un pronto mejoramiento de la economía. Sin embargo, no se puede desconocer que el evento sucedido dinamizó la economía del país.

Entre las principales provincias afectadas se encontraron Manabí y Esmeraldas, por lo que varias fueron las medidas inmediatas y a largo plazo que el gobierno tomó, la ayuda solidaria de los ecuatorianos no se hizo esperar y las medidas de recaudación de fondos para los afectados se puso en marcha, para lo cual en junio del año 2016 aumentó dos puntos porcentuales al valor del IVA que sería por el periodo de un año del 14% excepto para las provincias afectadas. Se implementó la Ley orgánica de solidaridad y de corresponsabilidad ciudadana para la reconstrucción y reactivación de las zonas afectadas por el terremoto.

Banco Pichincha se solidarizó voluntariamente con los clientes del segmento más bajo dentro de la zona afectada y, consciente de los inconvenientes y las necesidades generadas, decidió condonar \$ 16 millones en deudas menores entregadas a casi 40.000 clientes, y la reestructuración o refinanciación de otras deudas registradas en dicha zona (Informe Anual y Memoria de Sostenibilidad y RS final. P. 2016.).

Según la Cepal, el PIB se contrajo en este año cerca de 2%. Es así que a diciembre 2016 la cartera de créditos correspondiente a Credife en la ciudad de Manta fue de \$801,000.00 de los

cuales \$585,539.18 dólares se colocaron a los pequeños negocios del casco comercial de la parroquia Manta lo que equivale al 0.08% del total de la cartera nacional, todo esto fue posible a través de las 150 operaciones que se realizaron para el total del clientes existentes para ese año mismo que fue de 100 clientes y se identifica también una media de 1.5 operaciones por cliente.

Se presentará más adelante un análisis comparativo sobre las cifras obtenidas para cada uno de los periodos de estudio lo que permite trasladarse a los escenarios económicos que se presentaron, identificando puntos de declive dentro de la economía ecuatoriana hasta llegar nuevamente a un dinamismo económico en donde se brindó las facilidades que el pueblo ecuatoriano necesitaba para surgir nuevamente luego de lo sucedido en abril del año 2016.

2.4 Seguimiento, medición, análisis y revisión

2.4.1 Generalidades

Es necesario que CREDIFE Banco Pichincha realice el seguimiento, medición análisis y revisión de sus actividades.

2.4.2 Seguimiento

El Banco utiliza dos grandes grupos de indicadores para realizar seguimiento de esta gestión, los cuales son:

Indicadores de seguimiento, tales como:

- Desembolsos, medido en número y monto desembolsado.
- Cartera en donde se identifican clientes por vencer, vencida, total de cartera.

Indicadores de resultados tales como:

- Incremento en la productividad: grado de diversificación productiva, volúmenes de ventas, valor

añadido al producto ofertado.

-Incremento en la generación de empleo: empleos creados y fortalecidos con el impulso de las microempresas.

-Alcance: número y característica de los beneficiarios y cambio en sus ingresos; aspectos de género e inclusión social.

-Incremento de la competitividad.

-Sostenibilidad/rentabilidad de las actividades financiadas, así como la sostenibilidad institucional.

-Aprovechamiento de las capacitaciones, nivel de cobertura de la formación/ capacitación técnica, entre otros.

2.4.3 Medición

Para una correcta medición la institución ha desarrollado métodos y sistemas internos de dirección e identificación de negocios importantes para cada uno de los portafolios que se manejan directamente dentro de las zonas. Dentro de los cuales se encuentran:

- Sistema SAS control y planeamiento
- Revisiones del desempeño por ejecutivo, cuadros comparativos de cifras mensuales, semestrales y anuales.
- Seguimiento y registro del cumplimiento de las variables de los productos con sus características.

2.4.4 Análisis

Como se mencionó anteriormente existe una herramienta para el análisis crediticio que utilizan los ejecutivos de CREDIFE para obtener la información que necesitan y sustente el

otorgamiento de una línea de crédito esta herramienta es conocida como formulario de evaluación crediticia.

Adicional el informe de la alta gerencia con el análisis y recomendaciones de las estrategias a seguir, son el resultado de cierto control del plan operativo anual de la misma, por ejemplo, estrategias de comunicación como atraer al cliente través de una atención personalizada diferente a las demás entidades mostrando respeto, disciplina y sobre todo confianza ofreciendo productos y servicios que satisfagan las necesidades de los clientes.

Otras estrategias utilizadas son dando incentivos a los clientes desde regalar esferos, llaveros o agendas hasta promocionar viajes, electrodomésticos entre otros productos con el fin de atraer clientes y convertir a la entidad en una de las más rentables del país mostrando así una calidad de servicio distinta a la que normalmente mantienen las demás instituciones financieras.

2.4.5 Revisión de la información obtenida del seguimiento, medición y análisis

A través de los indicadores de las respectivas áreas y de los diferentes subprocesos se puede realizar el respectivo seguimiento, medición y análisis de los mismos.

Así tenemos por ejemplo de los informes de gerenciamiento del ejecutivo que maneja la cartera de clientes a estudiar, en donde se encuentra a detalle el valor mensual de desembolso, la cartera por vencer, cartera vencida, la cartera total, los valores totales de los pasivos, así como el número de operación por vencer y vencidas.

Capítulo 3 Resultados y conclusiones

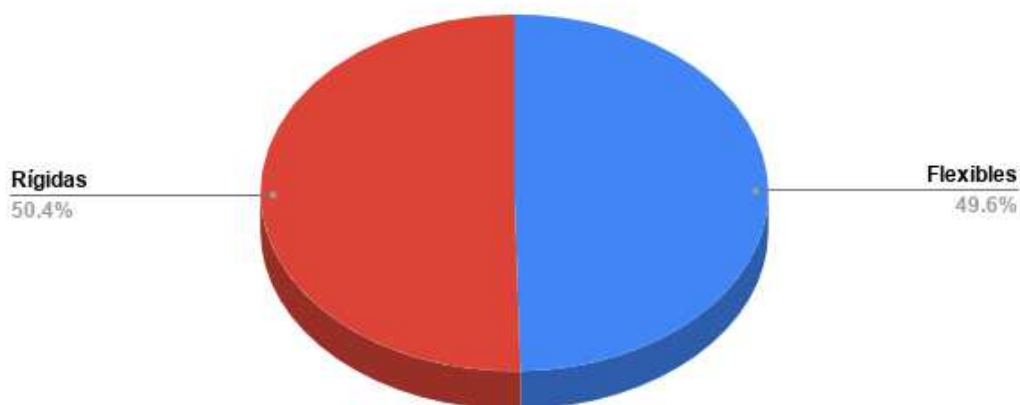
3.1. Resultados de encuestas al cliente externo

Pregunta No. 1

¿Considera usted que las políticas de crédito de la institución son?: rígidas o flexibles

Gráfico 12 *Políticas de crédito de la institución*

¿Considera usted que las políticas de crédito de CREDIFE Banco Pichincha son?:



Fuente: Encuesta al cliente externo de la institución

Elaborado por: El Autor

Análisis e interpretación de la pregunta No.1 (gráfico No.12)

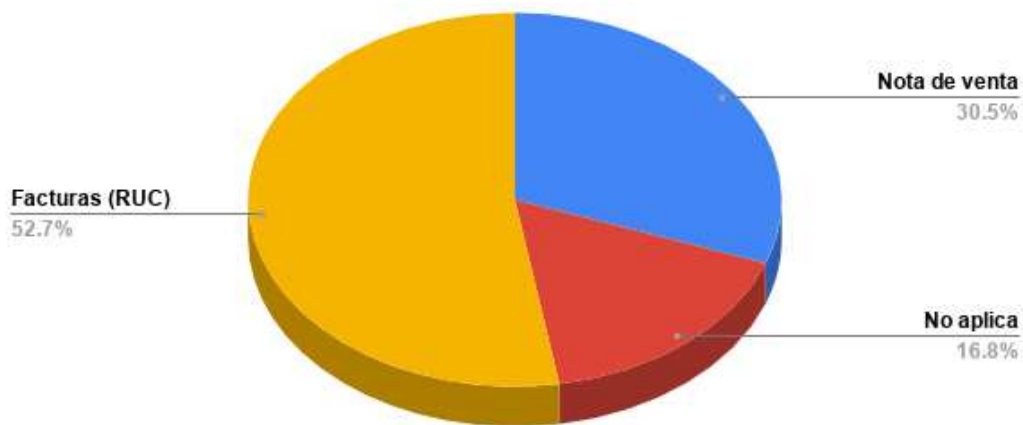
Como respuesta a la encuesta realizada a los clientes externos de la institución, en un total de 131 encuestados se pudo determinar que el 50.4% de los microempresarios encuestados consideran que las políticas de crédito manejadas por la institución son rígidas es decir un total

de 66 clientes lo consideran de esta manera, mientras que el 49.6% es decir 65 microempresarios consideran que las políticas de crédito manejadas por la institución son flexibles hasta cierto punto si se comparan con otras instituciones financieras, ya que en la mayoría de los casos la institución ha financiado el 100% de lo requerido por el cliente.

Pregunta No. 2

¿De qué manera registra las ventas de su negocio?

Gráfico 13 *Como registra las ventas de su negocio*
¿De qué manera registra las ventas de su negocio?



Fuente: Encuesta al cliente externo de la institución
Elaborado por: El Autor

Análisis e interpretación de la pregunta No.2 (gráfico No.13)

En cuanto a la consulta realizada sobre el proceso utilizado por los microempresarios para el registro de sus ventas el 52.7% de los encuestados indican que utilizan el sistemas de facturas, ya que este les permite conocer a detalle el total de sus ventas y los flujos que se pueden presentar durante el año, seguido por el 30.5% del total de encuestados registran sus ventas a

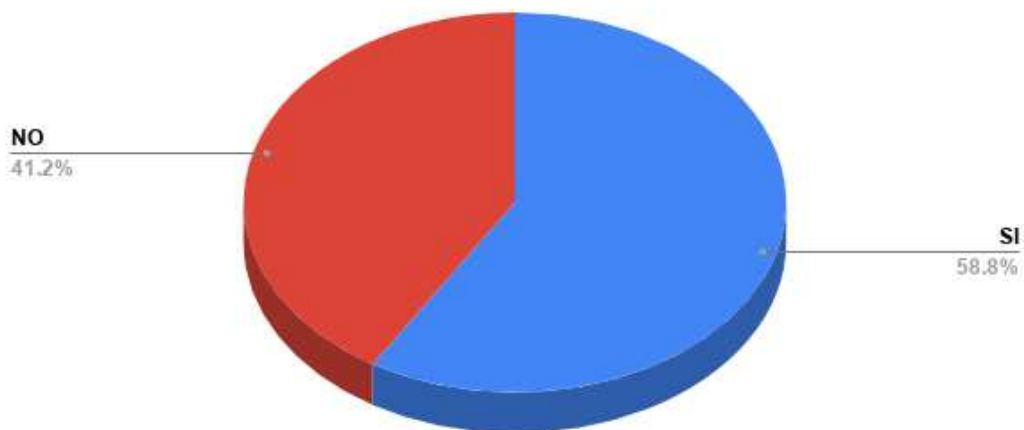
través de notas de ventas que les permite llevar un buen control de las mismas y adicional cuentan con RISE, solo el 16.8% indica que no hace uso de ningún método, aunque si mantiene su RISE abierto lo que les permite desempeñar sus actividades.

Pregunta No. 3

Le ha resultado difícil mantener rentable su empresa / negocio

Gráfico 14 *Le ha resultado difícil mantener rentable su empresa/ negocio*

Le ha resultado difícil mantener rentable su empresa / negocio



nte: Encuesta al cliente externo de la institución
Elaborado por: El Autor

Análisis e interpretación de la pregunta No.3 (gráfico No.14)

El concepto de rentabilidad va más allá de un resultado positivo, involucra la eficiencia con la que la empresa ejecuta sus recursos financieros disponibles, es decir que aunque el negocio sea pequeño si sus recursos fueron correctamente utilizados obtendrá beneficios elevados, entonces se vuelve necesario conocer la experiencia de los microempresarios sobre la rentabilidad de sus negocios en el tiempo, en donde se pudo identificar que el 58.8% de los encuestados es decir 77 de los 131 encuestados considera que no ha sido fácil mantener rentable

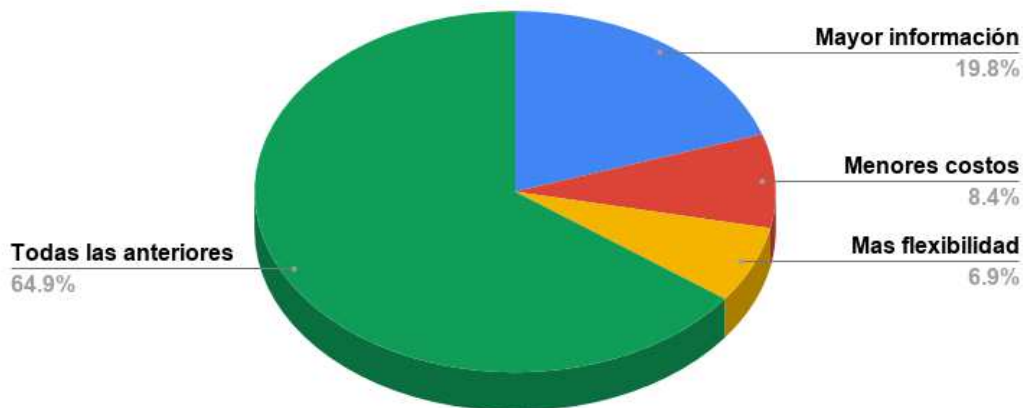
su negocio debido a lo múltiples factores por lo que se ven condicionados sobre todo en un segmento de mercado que cada día se desarrolla más dentro de la ciudad, de la misma manera el 41.2% de los encuestados es decir 54 microempresarios considera que no ha sido difícil mantener la rentabilidad, considerando el poco tiempo de iniciarse en la actividad.

Pregunta No. 4

¿Que sugiere para mejorar las características de los productos bancarios que ofrece la institución?

Gráfico 15 *¿Que sugiere para mejorar las características de los productos bancarios que ofrece la institución?*

¿Qué sugiere para mejorar las características de los productos bancarios que ofrece la institución?:



Fuente: Encuesta al cliente externo de la institución
Elaborado por: El Autor

Análisis e interpretación de la pregunta No.4 (gráfico No.15)

Con respecto a las características que podría mejorar los productos bancarios que ofrece la institución la gran mayoría de encuestados con un 64.9% consideran que los productos necesitan de más flexibilidad, menores costos y una mayor información al respecto, mientras que el 19.8% de los encuestas desearían contar con mayor información a la hora de escoger su

productos crediticio asegurándose que este cubra las necesidades previamente identificadas para la continuidad del negocio, de la misma manera el 8.4% de encuestas espera contar con productos con menores costo y un 6.9% sugiere una mayor flexibilidad en los productos que comercializa la institución.

Pregunta No. 5

¿Cuánto tiempo tiene de funcionar su negocio?

Gráfico 16 *Tiempo de funcionar el negocio*



Fuente: Encuesta al cliente externo de la institución

Elaborado por: El Autor

Análisis e interpretación de la pregunta No.5 (gráfico No.16)

Además, se consultó sobre el tiempo de funcionamiento de los negocios a lo cual el 58.8% de los encuestados indica que su negocio tiene entre 3 y 9 años de funcionamiento, seguido por el 30.5% de microempresarios que indican tener alrededor de 1 a 3 años con sus

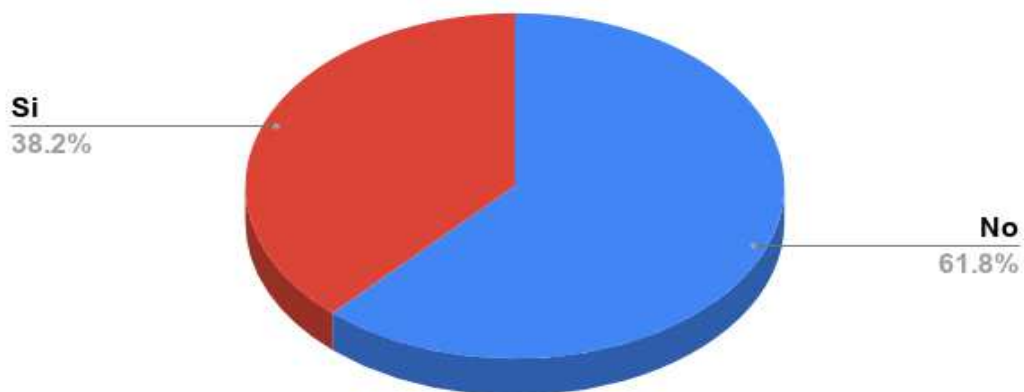
negocios y una minoría del 9.9% de encuestados tiene más de 9 a 19 años con su negocio, y solo uno de los negocios lleva más de 19 años de funcionamiento el cual es un negocio familiar de comercio de viveres y abarrotes.

Pregunta No. 6

¿Cuenta su negocio con un sistema de inventarios?: especifique:

Gráfico 17 *Sistema de inventarios*

¿Cuenta su negocio con un sistema de inventarios?:



cuesta al cliente externo de la institución

Elaborado por: El Autor

Análisis e interpretación de la pregunta No.6 (gráfico No. 17)

Los sistemas de inventarios generan beneficios importantes en los procesos contables como comerciales, por lo que se consultó sobre el uso de estos sistemas a lo que el 61.8% de microempresarios respondió que no utiliza ningún sistema de inventarios, mientras que el 32.8% encuestados si hace uso del sistema de kardex para llevar un control adecuado su mercadería y disponer de esta en el momento que se lo requiera de manera que se brinda una mejor atención a

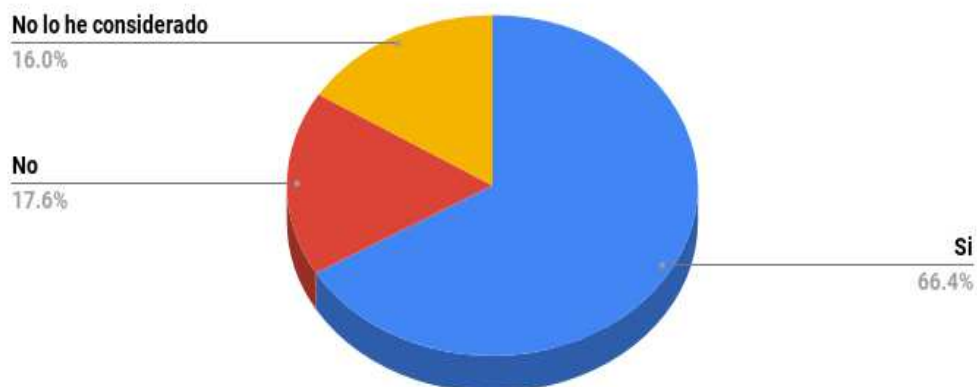
sus clientes al encontrarse permanente abastecidos de todos sus productos.

Pregunta No. 7

¿Considera que necesita ayuda para manejar las finanzas de su negocio? ejemplo: creación y análisis de estados financieros, valuación de proyectos, valuación de la empresa, manejo de efectivo

Gráfico 18 Ayuda en el manejo de las finanzas del negocio

¿Considera que necesita ayuda para manejar las finanzas de su negocio? Ejemplo: Creación y análisis de estados financieros, valuación de proyectos, valuación de la



Fuente: Encuesta al cliente externo de la institución
Elaborado por: El Autor

Análisis e interpretación de la pregunta No.7 (gráfico No.18)

En cuanto a la consulta sobre si ¿Considera que necesita ayuda para manejar las finanzas de su negocio? de los 131 encuestados el 66.4% es decir 87 microempresarios considera que, si necesita de la creación y análisis de estados financieros, valuación de proyectos, valuación de la

empresa, manejo de efectivo en el sentido que se busca un crecimiento del negocio en el futuro con miras a llegar a ser una pyme, el 17.6% es decir 23 encuestados opina que por el momento no lo necesita de esta ayuda para su negocios considerando el costo que estos proyectos significarían para la microempresa, mientras que el 16.% es decir 21 encuestados no ha considerado esta posibilidad para su negocio.

Pregunta No. 8

¿Cuál fue el monto reportado de ventas anual para el año 2014?

Gráfico 19 *Monto reportado de ventas anual para el año 2014*



Análisis e interpretación de la pregunta No.8 (gráfico No.19)

A través de la encuesta realizada se pudo obtener el promedio de ventas anuales para cada uno de los negocios encuestados obteniendo los datos de ventas para el año 2014 en donde el 46.9% de encuestados obtuvo ventas anuales de \$20,000.00 dólares, un 35.4% logro ventas desde \$30,000.00 dólares, el 7.7% llego a ventas de alrededor de \$40,000,00 dólares, y solo el 3.8% es decir 5 de los negocios encuestados obtuvo ventas de \$50,000.00 dólares en el año.

Pregunta No. 9

¿Cuál fue el monto reportado de ventas anual para el año 2015?

Gráfico 20 *Monto reportado de ventas anual para el año 2015*



Fuente: Encuesta al cliente externo de la institución
Elaborado por: El Autor

Análisis e interpretación de la pregunta No.9 (gráfico No.20)

En cuanto al promedio de ventas anuales para el año 2015 el 50.4% de encuestados indica que sus ventas llegaron a los \$30,000.00 dólares, el 27.5% indica que sus ventas estuvieron dentro de los \$20,000.00 dólares mientras que el 18.3% señala que sus ventas fueron alrededor de \$40,000.00 dólares y una minoría del 2.3% indica que sus ventas llegaron a \$50,000.00

dólares y solo el 1.5% indica que su ventas estuvieron dentro de los \$10,000.00 dólares para el año 2015.

Pregunta No. 10

¿Cuál fue el monto reportado de ventas anual para el año 2016?

Gráfico 21 *Monto reportado de ventas anual para el año 2016*



Fuente: Encuesta al cliente externo de la institución
Elaborado por: El Autor

Análisis e interpretación de la pregunta No.10 (gráfico No.21)

Para el año 2016 las encuestas revelan que el 39.8% de microempresarios declararon haber tenido un promedio de ventas de \$40,000.00 dólares, el 38.3% de los encuestados indican que sus ventas estuvieron dentro de los \$30,000.00 dólares, un 14.8% indica que sus ventas para ese año estuvieron dentro del promedio de \$50,000.00 dólares, mientras que el 4.7% indica que sus ventas llegaron a los \$20,000.00 dólares y solo el 2.3% de microempresarios tuvieron ventas

de alrededor de \$10,000.00 dólares. Estas estadísticas además revelan un incremento de clientes que se colocaron en el promedio de ventas de \$40,000.00 dólares en comparación con los años anteriores e incluso se logró mantener un porcentaje importante de clientes dentro del rango de ventas anuales de \$30,000.00 dólares lo que hace evidente un mejoramiento en los niveles de ventas de los microempresarios encuestados.

Pregunta No. 11

¿Cuál es el promedio mensual de facturación que tiene en su negocio?

Gráfico 22 Promedio mensual de facturación



Fuente: Encuesta al cliente externo de la institución
Elaborado por: El Autor

Análisis e interpretación de la pregunta No.11 (gráfico No.22)

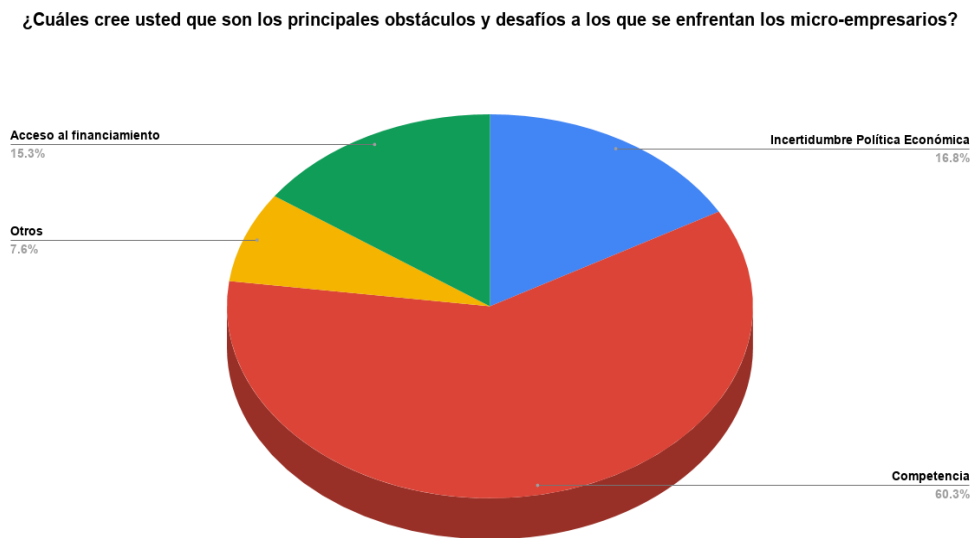
De acuerdo a la encuesta realizada el 72.5% de los microempresarios indican que su promedio mensual de facturación actualmente es de \$1,001.00 a \$10,000.00 dólares tomando en cuenta las características de los productos que en su mayoría pertenecen al grupo de consumo masivo, mientras que el 14.5% de los encuestados indican que su facturación mensual es

alrededor de menos de \$1,000.00 dólares, y una minoría del 13.0% de microempresarios señalan que su promedio de facturación al mes corresponde a más de \$10,000.00 dólares mensuales debido al tiempo de funcionamiento del negocio y fidelización e sus clientes quienes prefieren consumir sus productos.

Pregunta No. 12

¿Cuáles cree usted que son los principales obstáculos y desafíos a los que se enfrentan los micro-empresarios?

Gráfico 14 Principales obstáculos y desafíos a los que se enfrentan los micro-empresarios



Fuente: Encuesta al cliente externo de la institución
Elaborado por: El Autor

Análisis e interpretación de la pregunta No.11 (gráfico No.23)

Finalmente se consultó a los microempresarios sobre cuales creen que son los principales obstáculos y desafíos a los que se enfrentan actualmente, conociendo así que la gran mayoría ha identificado como su principal amenaza a la competencia esto significa que el 60.3% de

encuestados está de acuerdo en que el mayor obstáculo y desafío al que se enfrentan es la competencia, el 16.8% cree que su principal obstáculo o desafío es la incertidumbre política económica ya que el sector privado es tendiente a sufrir de vulnerabilidades por los gobiernos de turno llegando en el peor de los casos a un cierre del negocio por culpa de estos factores externos que no se pueden controlar, mientras que 15.3% de encuestados le preocupa el limitado acceso al financiamiento que tienen las microempresas, debiendo en algunos casos recurrir a sistemas informales de préstamos en donde las tasas de interés son muy elevadas, y el 7.6% de encuestados a identificado otras amenazas como la falta de preparación y capacitación para los pequeños negocios, de la misma consideran que los procesos dentro de la institución pueden llegar a ser tediosos en el sentido de que la aprobación de un producto crediticio conlleva de tiempo y la recolección una serie de documentos habilitantes.

3.2 Conclusiones

- Concluimos que la idea a defender presentada se ha logrado demostrar considerando que eventualmente el nivel de ventas (variable principal de medición) ha sufrido aumentos porcentuales para cada uno de los años de estudio, es decir que si bien para el año 2014 solo el 3.8% de los microempresarios mantenía ventas de \$50000.00 dólares para el año 2016 el porcentaje de microempresarios con este nivel de ventas representaba el 14.8% del total de encuestados.
- En lo que corresponde al nivel de ventas por \$40000.00 dólares anuales, si bien para el año 2014 solo el 7.7% de microempresarios lograba llegar a este nivel de ventas, para los años 2015 y 2016 el porcentaje de microempresarios con el nivel de ventas mencionado llego a 18.3% y 39.8% respectivamente.
- Tomando en cuenta que el principal agente de medición para determinar el mejoramiento de la calidad de vida de los microempresarios del casco comercial de Manta correspondía a un aumento del nivel de ventas, se comprueba que las variables se cumplen, adicional esta aseveración se fundamenta en las observaciones directas realizadas a los establecimientos de los microempresarios en donde se evidencian adecuaciones y reparaciones del espacio físico con él se contaba anteriormente, así como el aumento de nuevas líneas de productos es decir los microempresarios ya no solo se dedicaban a la venta de productos de consumo masivo si no que implementaban en sus locales la venta de papelería en general o productos de bazar, aumento así su margen de rentabilidad.

- Se puede concluir también en que el 49.6% de los encuestados considera que las políticas de crédito de la institución son flexibles mientras que el 50% restante considerada que las mismas no son flexibles lo cual es bastante relativo ya que las políticas están sujetas a regulaciones internas como externas que no son totalmente controladas por la institución. En general las políticas son aceptadas como acordes por los microempresarios.
- Los microempresarios del casco comercial de la parroquia Manta han mantenido cifras importantes en lo que corresponde a sus ventas, y para validación de lo mencionado las encuestas nos indican que durante los años 2014, 2015 y 2016 los niveles de ventas reportados fueron tendientes hacia el crecimiento en un 40% de los negocios encuestados mientras que un 25% logro mantener el promedio de sus ventas anuales lo que también es bastante significativo y solo un 15% de los negocios tuvo un decrecimiento. Estas estadísticas nos demuestran que efectivamente se dio un aumento del nivel de ventas en lo comerciantes lo que les permitió a los comerciantes en la mayoría de los casos mejorar su calidad de vida, a través del incremento de su patrimonio, la adquisición de activos y la inversión en una mejor educación.
- En cuanto al decrecimiento reportado y a los datos obtenidos se observa es característico en los negocios que reportaban pocos años en la actividad, que se encontraban a cargo de personas relativamente jóvenes y que por lo general no contaban con un registro de sus ventas lo que limitaba la administración y rumbo del negocio.
- Se valora la opinión de los microempresarios sobre los principales factores de riesgo y desafíos a los que se enfrentan actualmente y en su mayoría, es decir el 60% de encuestados, opina que su principal desafío es la competencia y los datos del INEC lo comprueban pues la ciudad de Manta registra el mayor número de negocios del segmento

microempresarial lo que obligó a estos emprendedores a innovar constantemente sus estrategias de negocios y venta, de manera que no se vean afectados.

- Finalmente, las microfinanzas representan un instrumento importante para el desarrollo y transformación de la ciudad ya que las microempresas representan el 94% de la actividad empresarial de la provincia por lo tanto su impulso corresponde también al impulso de la ciudad y a través del constante monitoreo por parte de los asesores de crédito de la institución los microempresarios desarrollan su cultura financiera y su visión del mercado microempresarial.

3.3 Recomendaciones

- Se recomienda a los microempresarios del casco comercial de la parroquia Manta, optar por una capacitación profunda sobre temas de interés correspondientes a tributación, contabilidad básica y demás herramientas que le permitan desarrollarse en su negocio como un gran microempresario y de esta manera se proyecte en el futuro llegar a consolidar su microempresa como una PYMES.
- Se recomienda a los microempresarios, mejorar sus estrategias de ventas de manera que puedan establecer su sello diferencial frente a la competencia y así asegurar la fidelidad de sus clientes e incluso atreverse a incluir una nueva línea de productos cuyos ingresos adicionales le sirvan de colchón para poder solventar futuros imprevistos o necesidades.
- Se recomienda a la institución (CREDIFE) brindar una mejor asesoría comercial a sus clientes a través del otorgamiento de información valiosa y precisa a los Microempresarios y así de esta manera se puedan reconocer las verdaderas necesidades de financiamiento.
- Se recomienda a la institución (CREDIFE) aplicar con énfasis su comportamiento de transparencia, calidez y cercanía con sus clientes logrando identificar oportunidades de mejoras que los vuelvan más competitivos en el mercado financiero con productos actualizados y acordes a las exigencias de estas unidades de negocios.
- Se recomienda a la institución (CREDIFE) la elaboración de guías para la prevención del sobreendeudamiento de los microempresarios con el fin de mitigar y disminuir este comportamiento crediticio y reducir los vencimientos de cartera beneficiándose la institución tanto como el cliente ya que este se evita de una mala calificación dentro del

sistema financiero.

Bibliografía

- ✓ Yunus, M. (2008). *El banquero de los pobres: Los microcréditos y la batalla contra la pobreza en el mundo*. Barcelona : PAIDOS IBERICA.
- ✓ Spiegel , P. (2007). *Muhammad Yunus, el banquero de los pobres*. Santander: SAL TERRAE.
- ✓ Bucheli, Gabriel. 2011. “Análisis Del Impacto de Las Microfinanzas En El Ecuador.”
- ✓ Cuasquer, Héctor, and René Maldonado. 2011. “Microfinanzas Y Microcrédito En Latinoamérica Estudios de Caso: Colombia, Ecuador, El Salvador, México Y Paraguay.” *Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos*, 56.
- ✓ De, Icepresidencia. n.d. “No Title.”
- ✓ Dirección de Planeamiento Urbano GAD-MANTA. 2014. “Plan de Desarrollo Y Ordenamiento Territorial Del Cantón Manta 2014-2019.” <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- ✓ INEC. 2014. “Directorio de Empresas Y Estableciemintos 2014.” *Ecuador En Cifras*, 49.
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Empresas_2014/Principales_Resultados_DIE_E_2014.pdf%0Awww.ecuadorencifras.gob.ec.
- ✓ ———. 2016. “Directorio de Empresas Y Establecimiento.” *Estadisticas Censos* 17:68.
- ✓ Jácome, Hugo, and Jorge Cordovéz. 2003. “Microfinanzas En La Economía Ecuatoriana: Una Alternativa Para El Desarrollo.” *Serie de Documentos de Investigación - Flacso Ecuador*, 1–85.
- ✓ Meyer, Richard L. 2005. “Microempresas Y.”
- ✓ Mipymes, De. 2010. “Observatorio de La PyME Preguntas PyME N ° 4,” 2010.
- ✓ Morduch, Jonathan, and Economía De. 2011. “Armendáriz, Beatriz Y Jonathan Morduch .,” 2011–13.

- ✓ Orellana, Enrique. 2009. “Las Finanzas Populares Y Solidarias En El Ecuador: Verdades Y Desafíos.”
- ✓ Vásquez, Juanita Salinas. 2011. “Ecuador , Microcrédito : ¿ Negocio O Inclusión Financiera ? Ecuador , Microcredit : Business or Financial Inclusion ?” 2 (1):125–33.
- ✓ Yunus, Muhammad. 2008. “CREATING A WORLD WITHOUT POVERTY : SOCIAL BUSINESS AND THE FUTURE OF CAPITALISM Global Urban Development GLOBAL URBAN DEVELOPMENT Volume 4 Issue 2 November 2008 Global Urban Development.” *Global Urban Development* 4 (2):1–19. <https://doi.org/10.1080/15575330.2014.890406>.
- ✓ De, Icepresidencia. n.d. 2014 “Informe Annual y Memoria de Sostenibilidad y RS final.”
- ✓ De, Icepresidencia. n.d. 2015 “Informe Annual y Memoria de Sostenibilidad y RS final.”
- ✓ De, Icepresidencia. n.d.2016 “Informe Annual y Memoria de Sostenibilidad y RS final.”
- ✓ Intranet. Banco Pichincha

Anexos

Anexo 1 Presupuesto

| DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | VALOR | |
|--|----------|----------|--------------------|
| | | UNIT. | TOTAL |
| Alimentación | 25 | \$ 20.00 | \$ 500.00 |
| Servicios de información y obtención de documentos. | 200 | \$ 0.25 | \$ 50.00 |
| Cartuchos de tinta (negros y color) | 20 | \$ 19.00 | \$ 380.00 |
| Hardware para el registro de Cambios. (Memoria) | 1 | \$ 25.00 | \$ 500.00 |
| Copias (hojas) | 1000 | \$ 0.05 | \$ 50.00 |
| Libros (unidad) | 10 | \$ 90.00 | \$ 900.00 |
| Revistas de Gestión Empresarial, gestión de calidad, norma | 5 | \$ 48.00 | \$ 240.00 |
| 5% imprevistos | | | |
| Viáticos y Movilización | 100 | \$ 1.50 | \$ 150.00 |
| TOTAL | | | \$ 2.422,35 |

Anexo 2 *Datos formales de la encuesta*

Lugar: Empresa del proyecto

Cliente: Los microempresarios.

Encuestadores: Heidy Mishell Cevallos Prado

Objetivos: Evaluar el impacto de las microfinanzas en los emprendimientos del casco comercial de la parroquia Manta.

Tipo de Encuesta: No estandarizada y directa

Condiciones.

Fecha: _____ **Día de la semana:** _____ **Hora:** _____

Lugar: _____

Población: Población de microempresarios del casco comercial de la parroquia Manta que han sido atendidos por la institución.

Consigna.

Se realizó la presente encuesta para conocer la opinión de los microempresarios del casco comercial de la parroquia Manta sobre los productos que ofrece la institución y los principales obstáculos a los que se enfrentan, así como para levantar la información situacional y económica de los microempresarios y contribuir al proceso mejoramiento de su calidad de vida a través del desarrollo e identificación de oportunidades de mejoras. Por ello se le pide que responda con la mayor sinceridad y honestidad las preguntas de la encuesta. Se le garantiza absoluta discreción con la información que proporcione y a su vez se le agradece con su contribución y tiempo.

Anexo 3 Encuesta a cliente externo



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
*Encuesta dirigida a los clientes de Credife ubicados dentro del
casco comercial de la parroquia Manta.*



EDAD

SEXO

Masculino

Femenino

PREGUNTA N. 1

¿Considera usted que las políticas de crédito de CREDIFE Banco Pichincha son?:

Flexibles

Rígidas

PREGUNTA N. 2

De qué manera registra las ventas de su negocio.

Facturas (RUC)

Nota de venta

No aplica

PREGUNTA N. 3

Le ha resultado difícil mantener rentable su empresa / negocio

SI

NO

PREGUNTA N. 4

¿Qué sugiere para mejorar las características de los productos bancarios que ofrece la institución?:

- Mas flexibilidad
- Mayor información
- Menores costos
- Todas las anteriores

PREGUNTA N. 5

¿Cuánto tiempo tiene de funcionar su negocio?

- 1 a 3 años
- Más de 3 años a 9 años
- Más de 9 a 19 años
- Más de 19 años

PREGUNTA N. 6

¿Cuenta su negocio con un sistema de inventarios?:

- Si
- No

¿Cuál (especifique)?

PREGUNTA N. 7

¿Considera que necesita ayuda para manejar las finanzas de su negocio? Ejemplo: Creación y análisis de estados financieros, valuación de proyectos, valuación de la empresa, manejo de efectivo.

- Si

No

No lo he considerado

PREGUNTA N. 8

¿Cuál fue el monto reportado de ventas anual para el año 2014?

\$10,000.00

\$20,000.00

\$30,000.00

\$40,000.00

\$50,000.00

Mas de \$50,000.00

PREGUNTA N. 9

¿Cuál fue el monto reportado de ventas anual para el año 2015?

\$10,000.00

\$20,000.00

\$30,000.00

\$40,000.00

\$50,000.00

Mas de \$50,000.00

PREGUNTA N. 10

¿Cuál fue el monto reportado de ventas anual para el año 2015?

\$10,000.00

\$20,000.00

\$30,000.00

\$40,000.00

\$50,000.00

Mas de \$50,000.00

PREGUNTA N. 11

¿Cuál es el promedio mensual de facturación que tiene en su negocio?

MENOS DE \$1,000.00

DE \$1,001.00 A \$10,000.00

Mas de \$10,000.00

PREGUNTA N. 12

¿Cuáles cree usted que son los principales obstáculos y desafíos a los que se enfrentan los micro-empresarios?

Acceso al financiamiento

Competencia

Incertidumbre Política – Económica

Otros

Anexo 4 *Datos formales de la entrevista*

Lugar: Empresa del proyecto

Cliente: Trabajadores de la institución (CREDIFE).

Encuestadores: Heidi Mishell Cevallos Prado

Objetivos: Evaluar el conocimiento y gestiones en general de los trabajadores de la institución.

Tipo de Encuesta: No estandarizada y directa

Condiciones.

Fecha: Día de la semana:

Hora:

Lugar:

Población: Tamaño muestral de los trabajadores de la institución escogidos.

Consigna.

Se realiza una investigación para que los trabajadores/as expongan cuáles son sus conocimientos sobre la situación general de las actividades de la institución con el fin de poder contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los clientes del segmento microempresarial. Por ello se le pide que responda con la mayor sinceridad y honestidad las preguntas de la encuesta. Se le garantiza absoluta discreción con la información que proporcione y a su vez se le agradece con su contribución y tiempo.

Anexo 5 *Encuesta a cliente interno*

1. ¿Cuál considera que es el aporte de las microfinanzas para el desarrollo de la parroquia y la ciudad?
2. ¿Cuál es el porcentaje de la cartera de clientes con cultura crediticia que la institución considera?
3. ¿Cuál es el comportamiento crediticio de los microempresarios una vez que se les otorga el crédito?
4. ¿Cuáles son los principales productos crediticios que maneja el banco?
5. ¿Cuáles son los principales requisitos para acceder a un crédito con la institución?
6. ¿Cuáles son los productos crediticios que comercializa la institución?
7. ¿Cuál es el límite máximo de financiamiento que otorga la institución a los clientes del segmento microempresarial para financiamiento de capital de trabajo y compra de activos fijos?
8. ¿Qué sucede con los clientes que se encuentran vencidos? ¿Cuáles fueron las principales problemáticas para el incumplimiento del pago?
9. ¿Cuál es el monto de cumplimiento en colocaciones de cada asesor?
10. ¿Cuántos clientes maneja anualmente un asesor de crédito?

Anexo 6 *Productos y servicios Credife desarrollo microempresarial S.A.*

Credife Desarrollo Microempresarial ofrece una amplia gama de productos crediticios que se ofertan a aquellos comerciantes que buscan mejorar la calidad de sus negocios, incrementando los niveles de venta, optimizando los flujos de inventarios, brindando un servicio integral a sus clientes identificando sus necesidades y preparándose para cumplir con las exigencias de este mercado de las microempresas que cada día crece dentro de la provincia y como lo demuestran las estadísticas del INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos para el periodo 2016 se recopilan un total de 843745 empresas divididas en 19 actividades económicas, como comercio, agricultura, transporte, etc., de las cuales el 90,5% son microempresas es decir con ventas anuales menores a 100 mil dólares y entre uno o nueve empleados (Infoeconomía 2012, P. 16).

Los diversos productos que ofrece CREDIFE tienen un enfoque de economía y desarrollo sustentable por lo que cada uno de los productos crediticios se caracterizan por ser a corto plazo por lo general en 3 a 36 meses, todo esto debido también al target de clientes que maneja la institución que tienen estas características de informalidad lo que aumenta el riesgo de recuperar la cartera.

Actualmente CREDIFE ha obtenido la certificación “The Smart Campaign” lo que la convierte en la primera entidad en obtener esta certificación en el Ecuador, esta certificación promueve el comportamiento ético, transparente, justo con los clientes; sus objetivos son fortalecer el establecimiento de relaciones sólidas y duraderas y reducir el riesgo financiero tanto para el cliente como para la institución.

Los colaboradores de la red de agencias constituyen un pilar fundamental para que los microempresarios puedan satisfacer las necesidades de sus negocios.

Microfinanzas pichincha productos

| | Tipo de productos | Beneficios |
|------------------------------------|--|--|
| Crédito para su negocio | Crédito para la compra de activos fijos: | Podrá financiar, la compra de todo el equipo necesario para el crecimiento de su negocio como la adquisición de maquinaria, vehículo de trabajo y construcción o compra de su local comercial. Usted decide el plazo con un máximo de 36 meses, y para su mayor comodidad, sus pagos se debitan automáticamente de su cuenta cada mes. |
| | Crédito para capital de trabajo: | Con este crédito financie, la compra de sus inventarios, materias primas, insumos, pagos a proveedores y lo que usted necesite para impulsar su negocio. Usted elije el plazo de su crédito hasta por 24 meses y para su mayor comodidad sus pagos se debitan automáticamente desde su cuenta cada mes. |
| Crédito para sus gastos personales | Crédito para sus gastos personales | Con este crédito de consumo usted dispondrá del dinero que necesita para adquirir electrodomésticos, muebles, atención médica y todo lo que requiera para cumplir sus sueños. Adicionalmente, y para su mayor comodidad, los pagos se debitarán automáticamente de su cuenta cada mes. |

| | | |
|--|--|--|
| Crédito para actividades agropecuarias | Crédito para actividades agropecuarias | Si desarrolla sus actividades en el área agropecuaria, con este crédito usted puede financiar la compra de animales, insumos, vehículo de trabajo, construcción y todo el equipo necesario para lograr la productividad y crecimiento de su negocio. |
| Crédito grupal | | Con nuestra propuesta de crédito grupal le ofrecemos financiamiento sustentados en una responsabilidad solidaria y compartida entre los miembros de un grupo que califica y cumple requisitos de crédito. Además, se benefician de un seguro de vida, hospitalario y de maternidad. |
| Tarjetas | | Con las tarjetas de crédito Visa o Mastercard de Banco Pichincha, usted podrá realizar sus compras en una amplia red de establecimientos a nivel nacional e internacional y pagar de acuerdo a su comodidad. Respaldo por el servicio y solvencia de la institución financiera más grande del país, usted alcanzará sus más altas y exigentes expectativas en Ecuador y alrededor del mundo. |
| Cuenta de ahorros | | Permite guardar su dinero y ganar intereses sobre sus saldos. Las cuentas de ahorros incluyen opciones de cuentas de ahorro programado y ahorro transaccional para ajustarse |

| | | |
|-------------------------|--|--|
| | | a todas sus necesidades y proyectos. |
| Cuenta corriente | | Con la cuenta corriente de Banco Pichincha, usted agiliza sus operaciones financieras de forma cómoda y segura, contando con los cheques de mayor aceptación a nivel nacional. |
| Ahorro futuro crecer | | Mensualmente realiza depósitos por un valor y un plazo convenido. Es de muy fácil manejo y se adapta a la capacidad de ahorro del cliente ofreciéndole múltiples beneficios. |
| Cuenta Xperta | | Cuenta Xperta es la cuenta de más fácil adquisición, diseñada como una primera cuenta transaccional, permite realizar gestiones bancarias a través de la red de Corresponsales No Bancarios y otros canales disponibles. |
| Inversiones | | Es la alternativa que permite invertir excedentes de liquidez en forma segura y rentable. |
| Remesas familiares | | Remesas enviadas por familiares desde el exterior. |

Autor: Portal Web Banco Pichincha.

Elaborado por: El autor

En la tabla anterior se pueden observar los principales productos crediticios que ofrece CREDIFE a sus clientes del segmento de microempresas, la tabla incluye productos de créditos para sus gastos personales y tarjetas de crédito.

Los créditos para el financiamiento del negocio son básicamente crédito para la compra de activos fijos desde un monto mínimo de \$500.00 hasta \$20,000.00 dólares con un plazo de 3 a 36 meses con pagos mensuales.

El crédito para capital de trabajo, financia la compra de inventarios, materias primas, insumos, pago a proveedores con montos mínimos de \$300.00 hasta \$20,000.00 dólares de 2 a 24 meses y cuotas mensuales de pago.

CREDIFE se caracteriza por su producto crediticio para actividades agropecuarias en donde se financia la compra de animales, insumos, vehículos de trabajo, construcción y todo el equipo necesario para lograr la productividad y crecimiento del negocio con montos mínimos de \$300.00 hasta \$20,000.00 dólares de 2 a 36 meses y modalidad de pago de acuerdo al ciclo productivo del negocio.

Anexo 7 Encuesta realizada a microempresario del casco comercial de la parroquia Manta



