



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CARRERA DE ECONOMÍA

Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Economista.

Tema:

“El oligopolio del sector curtiembre CIU: C151101 y la rentabilidad de las empresas en el Ecuador”

Autora: Lema Tituaña, Eva Cristina.

Tutora: Morales Carrasco, Lilián Victoria, Ph.D.

Ambato – Ecuador

2017

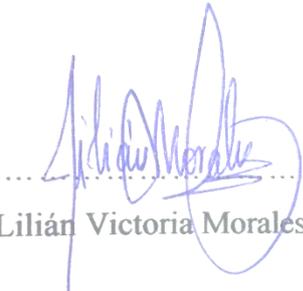
APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Lilián Victoria Morales Carrasco, con cédula de ciudadanía N°. 180241767-3, en mi calidad de Tutora del proyecto de investigación referente al tema: **“EL OLIGOPOLIO DEL SECTOR CURTIEMBRE CIU: C151101 Y LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS EN EL ECUADOR”**, desarrollado por Eva Cristina Lema Tituaña, de la carrera de Economía, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y que corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para la presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores designados por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Abril del 2017

TUTORA



.....
Lilián Victoria Morales Carrasco, Ph.D.

C.C. 180241767-3

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Eva Cristina Lema Tituaña, con cédula de ciudadanía N°. 180312418-7, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el proyecto investigativo, bajo el tema: **“EL OLIGOPOLIO DEL SECTOR CURTIEMBRE CIU: C151101 Y LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS EN EL ECUADOR”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos; conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este Proyecto de Investigación.

Ambato, Abril del 2017

AUTORA



.....
Eva Cristina Lema Tituaña

C.C. 180312418-7

CESIÓN DE DERECHOS

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este proyecto de investigación, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto de investigación con fines de discusión pública; además apruebo la reproducción de este proyecto de investigación, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial; y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, Abril del 2017

AUTORA



.....
Eva Cristina Lema Tituaña

C.C. 180312418-7

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el Proyecto de Investigación con el tema: “**EL OLIGOPOLIO DEL SECTOR CURTIEMBRE CIU: C151101 Y LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS EN EL ECUADOR**”, elaborado por Eva Cristina Lema Tituaña, estudiante de la Carrera de Economía, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Abril del 2017



Eco. Mg. Diego Proaño

PRESIDENTE



Eco. Álvaro Vayas.

MIEMBRO CALIFICADOR



Eco. Rafael Medina.

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

Primero a Dios por brindarme el conocimiento, fortaleza y darme la vida, para seguir luchando y lograr uno de mis sueños tan anhelados. A mis padres Francisco e Isabel por apoyarme siempre en los momentos más difíciles y que gracias a su esfuerzo y sacrificio estoy por culminar mis estudios. A mi pequeño hijo, Alex Mauricio ya que él es el motivo para seguirme superándome y perseverar en mi objetivo.

A mi esposo, Luis por apoyarme cuando flaqueaba y me empujaba a seguir con mis estudios, por depositar su entera confianza de forma desinteresada, gracias por apoyarme para culminar con mis estudios. A toda mi familia quienes están continuamente apoyándome y estimulándome para seguir adelante en esta etapa de mi vida.

Gracias, porque sin ustedes esto no sería posible.

Eva Cristina Lema Tituaña.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis maestros de la Carrera de Economía de la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato, quienes con sus enseñanzas han logrado que me forme como profesional, al mismo tiempo también me han estimulado para seguir adelante con mis sueños y objetivos trazados desde el inicio de la carrera estudiantil.

Agradezco a mis padres y a mi hijo por ser la razón primordial de mi éxito en esta etapa de la vida.

Eva Cristina Lema Tituaña.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE ECONOMÍA

TEMA: “EL OLIGOPOLIO DEL SECTOR CURTIEMBRE CIU: C151101 Y LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS EN EL ECUADOR”.

AUTORA: Eva Cristina Lema Tituaña.

TUTORA: Dra. Morales Carrasco Lilian Victoria.

FECHA: Abril del 2017

RESUMEN EJECUTIVO

En el presente Proyecto de Investigación se busca identificar a las empresas con mayor concentración de mercado en el sector de curtido y adobo de cuero en el Ecuador, describir el comportamiento de los indicadores de rentabilidad de las cuatro empresas más representativas del sector e interpretar la relación existente entre la concentración de mercado y la rentabilidad del oligopolio registrado en el sector. El estudio se efectúa a través de la estructuración de cinco modelos econométricos de regresión lineal, mediante los cuales se analiza la relación existente entre la rentabilidad del oligopolio y la concentración de mercado, la tasa de crecimiento del PIB y los costos de producción. Conforme a ello se realizaron tests de idoneidad de los modelos como la prueba de especificación de RESET de Ramsey, el test de no linealidad y la prueba de Colinealidad por medio del Factor de Inflación de Varianza. La investigación concluyó que el sector de curtido y adobo de cuero se encuentra concentrado y ejerce poder de mercado, identificándose a un oligopolio conformado por las empresas: Curtiduría Tungurahua S.A., Servicueros S.A., Curtiembre Renaciente S.A. y Tenería San José.

PALABRAS DESCRIPTORAS: CONCENTRACIÓN DE MERCADO, CURTIDO Y ADOBO DE CUERO, OLIGOPOLIO, RENTABILIDAD, CRECIMIENTO ECONÓMICO.

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDIT
ECONOMICS CAREER

TOPIC: “THE OLIGOPOLY OF THE TANNERY SECTOR CIU: C151101 AND THE PROFITABILITY OF COMPANIES IN ECUADOR”

AUTHOR: Eva Cristina Lema Tituaña.

TUTOR: Eco. Morales Carrasco Lilian Victoria.

DATE: April 2017.

ABSTRACT

This research project seeks to identify the companies with the highest market concentration in the tanning and dressing sector in Ecuador, to describe the behavior of the profitability indicators of the four most representative companies in the sector and to interpret the relationship between the market concentration and the profitability of the oligopoly registered in the sector. The study is carried out through the structuring of five linear regression econometric models, which analyze the relationship between oligopoly profitability and market concentration, GDP growth rate and production costs. According to this, tests of suitability of the models such as the Ramsey RESET test, the nonlinearity test and the Collinearity test were carried out using the Inflation Factor of Variance. The investigation concluded that the leather tanning and marinating sector is concentrated and exerts market power, identifying an oligopoly formed by the companies: Curtiduría Tungurahua S.A., Servicueros S.A., Curtiembre Renaciente S.A. And Tenería San José.

KEYWORDS: MARKET CONCENTRATION, TANNING AND LEATHER ADOBE, OLIGOPOLY, PROFITABILITY, ECONOMIC GROWTH.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
PÁGINAS PRELIMINARES	
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA.	vi
AGRADECIMIENTO.	vii
RESUMEN EJECUTIVO.....	viii
ABSTRACT.....	ix
ÍNDICE GENERAL.....	x
ÍNDICE DE TABLAS.	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.	xiv
INTRODUCCIÓN.	1
CAPÍTULO I.....	3
1 ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.	3
1.1 DESCRIPCIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.	3
1.1.1 TEMA.	3
1.1.2 DESCRIPCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN.	3
1.1.3 FORMULACIÓN Y ANÁLISIS CRÍTICO.	23
1.2 OBJETIVOS.....	25
1.2.1 OBJETIVO GENERAL.....	25
1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	25
CAPÍTULO II.....	26
2 MARCO TEÓRICO.....	26
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	26

2.2	HIPÓTESIS.....	48
CAPÍTULO III.....		
3	METODOLOGÍA.....	49
CAPÍTULO IV.....		
4	RESULTADOS.....	56
4.1	Análisis Econométrico.....	87
4.1.1	Modelo 1.....	87
4.1.2	Modelo 2.....	89
4.1.3	Modelo 3.....	91
4.1.4	Modelo 4.....	93
4.1.5	Modelo 5.....	95
4.2	CONCLUSIONES.....	97
4.3	RECOMENDACIONES.....	98
5	BIBLIOGRAFÍA.....	99

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
Tabla 1. Ventas totales registradas en todos los sectores de actividad económica en el Ecuador.	5
Tabla 2. Participación de los sectores de actividad económica en la economía del Ecuador, corte 2015.	7
Tabla 3. Comportamiento del empleo en la economía del Ecuador.....	8
Tabla 4. Aporte al empleo de cada sector económico en el Ecuador.....	9
Tabla 5. Ventas del sector de manufactura en el Ecuador.	11
Tabla 6. Participación de las ventas de todos los sectores de la industria manufacturera en el Ecuador.....	13
Tabla 7. Comportamiento del empleo en el sector manufacturero en el Ecuador. ...	14
Tabla 8. Aporte al empleo en el sector de manufactura.	16
Tabla 9. Ventas en el sector de adobo y curtido de cuero en el Ecuador.....	17
Tabla 10. Participación de las ventas en el sector de fabricación de cuero en el Ecuador.	18
Tabla 11. Comportamiento del empleo en el sector de curtido y adobo de cuero. ...	19
Tabla 12. Aporte al empleo con respecto al sector de fabricación de cuero y conexos.....	20
Tabla 13. Aporte al empleo del sector de curtido y adobo de cuero en todo el Ecuador.	21
Tabla 14. Tabla resumen de la bibliografía.....	41
Tabla 15. Cuota de Mercado, corte 2015.	56
Tabla 16. Ingresos, ventas Costos de Producción, Activos Fijos y Endeudamiento Curtiduría Tungurahua.	57
Tabla 17. Indicadores financieros, Curtiduría Tungurahua S.A.	60
Tabla 18. Ingresos, ventas Costos de Producción, Activos Fijos y Endeudamiento, Servicueros S.A.....	62
Tabla 19. Indicadores financieros, Servicueros S.A.	63
Tabla 20. Ingresos, ventas Costos de Producción, Activos Fijos y Endeudamiento, Curtiembre Renaciente S.A.....	66

Tabla 21. Indicadores financieros Curtiembre Renaciente S.A.	68
Tabla 22. Solvencia y Liquidez, Curtiembre Renaciente S.A.....	68
Tabla 23. Ingresos, ventas Costos de Producción, Activos Fijos y Endeudamiento, Tenería San José Cía. Ltda.....	70
Tabla 24. Indicadores financieros, Tenería San José Cía. Ltda.	72
Tabla 25. Cuota de mercado e índice de Hirschman-Herfindahl.	74
Tabla 26. Ventas, Curtiduría Tungurahua S.A., Servicueros S.A., Curtiembre Renaciente S.A. y Tenería San José Cía. Ltda.	75
Tabla 27. Ventas por empresa.	75
Tabla 28. Costos de producción por empresa.	76
Tabla 29. Activos fijos por empresa.....	78
Tabla 30. Pasivo a largo plazo por empresa.....	79
Tabla 31. Solvencia por empresa.	80
Tabla 32. Liquidez corriente por empresa.....	81
Tabla 33. Rentabilidad, Margen Bruto por empresa.	82
Tabla 34. PIB del Ecuador.	83
Tabla 35. Ventas, Costos de producción, Rentabilidad y Concentración de mercado del sector.	84
Tabla 36. Tasas de variación de Ventas, Costos de producción, Rentabilidad y Concentración de mercado del sector.	84
Tabla 37. Rentabilidad en función de la concentración de mercado.....	88
Tabla 38. Concentración de mercado en función de la Rentabilidad de las principales empresas del mercado.	90
Tabla 39. Tasa de variación de la Rentabilidad en función de la tasa de variación de la Concentración de mercado y la tasa de crecimiento del PIB.	92
Tabla 40. Rentabilidad en función de la concentración de mercado, de los costos de producción y de la tasa de crecimiento del PIB.	94
Tabla 41. Rentabilidad en función de la concentración de mercado y de los costos de producción.....	96

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINA
Gráfico 1. Ventas totales registradas en todos los sectores de actividad económica en el Ecuador.....	6
Gráfico 2. Comportamiento del empleo en la economía del Ecuador.	8
Gráfico 3. Aporte al empleo de cada sector económico en el Ecuador.....	10
Gráfico 4. Ventas del sector de manufactura en el Ecuador.	12
Gráfico 5. Comportamiento del empleo en el sector manufacturero en el Ecuador.	15
Gráfico 6. Ventas en el sector de adobo y curtido de cuero en el Ecuador.....	18
Gráfico 7. Participación de las ventas en el sector de fabricación de cuero en el Ecuador.	19
Gráfico 8. Comportamiento del empleo en el sector de curtido y adobo de cuero. ..	20
Gráfico 9. Aporte al empleo con respecto al sector de fabricación de cuero y conexos.	21
Gráfico 10. Aporte al empleo del sector de curtido y adobo de cuero en todo el Ecuador.	22
Gráfico 11. Árbol de problemas.....	23
Gráfico 12. Cuota de Mercado, corte 2015.	57
Gráfico 13. Ingresos, Ventas y Costos de Producción, Curtiduría Tungurahua.	58
Gráfico 14. Activos Fijos y Endeudamiento, Curtiduría Tungurahua.	59
Gráfico 15. Solvencia y Liquidez, Curtiduría Tungurahua S.A.....	60
Gráfico 16. Rentabilidad, Curtiduría Tungurahua S.A.	61
Gráfico 17. Tabla 2. Ingresos, ventas Costos de Producción, Servicueros S.A.....	62
Gráfico 18. Activos fijos y Endeudamiento, Servicueros S.A.....	63
Gráfico 19. Solvencia y Liquidez, Servicueros S.A.....	64
Gráfico 20. Rentabilidad, Servicueros S.A.	65
Gráfico 21. Ingresos, ventas Costos de Producción, Activos Fijos y Endeudamiento, Curtiembre Renaciente S.A.....	66
Gráfico 22. Activos fijos y Endeudamiento, Curtiembre Renaciente S.A.....	67
Gráfico 23. Rentabilidad, Curtiembre Renaciente S.A.	69
Gráfico 24. Ingresos, ventas y costos de producción, Tenería San José Cía. Ltda. ..	70

Gráfico 25. Activos fijos y Endeudamiento, Tenería San José Cía. Ltda.	71
Gráfico 26. Solvencia y Liquidez, Tenería San José Cía. Ltda.	72
Gráfico 27. Rentabilidad, Tenería San José Cía. Ltda.	73
Gráfico 28. Cuota de Mercado.	74
Gráfico 29. Costos de producción, por empresa.	77
Gráfico 30. Activos fijos por empresa.	78
Gráfico 31. Pasivo a largo plazo por empresa.	79
Gráfico 32. Solvencia - Endeudamiento patrimonial por empresa.	80
Gráfico 33. Liquidez corriente por empresa.	81
Gráfico 34. Rentabilidad, Margen Bruto por empresa.	82
Gráfico 35. PIB del Ecuador a precios Constantes.	83
Gráfico 36. Ventas y Costos de ventas por empresa.	85
Gráfico 37. Rentabilidad por empresa.	85
Gráfico 38. Concentración del sector, Índice de Herfindahl-Hirschman.	86
Gráfico 39. Rentabilidad en función de la concentración de mercado.	88
Gráfico 40. Concentración de mercado en función de la Rentabilidad de las principales empresas del mercado.	90
Gráfico 41. Tasa de variación de la Rentabilidad en función de la tasa de variación de la Concentración de mercado y la tasa de crecimiento del PIB.	92
Gráfico 42. Rentabilidad en función de la concentración de mercado y de los costos de producción.	96

INTRODUCCIÓN

Según Britannica (2017) un monopolio consiste en el dominio exclusivo del mercado por parte de un ofertante de un determinado bien o servicio, el cual carece de un bien sustituto cercano, mientras que un oligopolio se define como una circunstancia experimentada en el mercado en la cual existe un limitado número de oferentes y las decisiones tomadas por cada uno de ellos interfieren en el comportamiento de los precios y de la competencia.

Este tipo de escenarios en el contexto económico liberal muestra cómo el aperturismo económico puede incentivar la desigualdad en la distribución de la riqueza y el ingreso como lo menciona Stiglitz (2016) al establecer que en el sistema económico actual dentro de las ramas de la tecnología, comunicación, farmacéutica, agricultura y otros muestran un comportamiento que solamente puede ser descrito y entendido bajo la óptica de la competencia oligopólica, mientras que un limitado número de mercados se pueden definir como “tomadores de precios” puesto que el tamaño de las empresas es tan limitado que individualmente no pueden influir en los niveles de precios en su sector de actividad. La estructuración del presente trabajo de investigación se encuentra conformada de la siguiente manera:

En el **Capítulo I** se describe el entorno económico a nivel general y por cada sector de actividad económica en el Ecuador y el aporte que estos tienen al empleo, de manera que se pueda describir la importancia y la magnitud de los diferentes sectores de actividad económica existentes en el país destacando las características del sector y del mercado sujetos a análisis.

En el **Capítulo II** se presentan a los diferentes trabajos investigativos que aportan de manera metodológica y teórica a la elaboración de la investigación. También se dan a conocer las hipótesis de investigación que permitirán tener un conocimiento fehaciente del comportamiento y de la interacción existente entre las variables de investigación.

El **Capítulo III** describe la metodología empleada para el cumplimiento de los objetivos planteados que supone la descripción de las fuentes de información, el tratamiento de las bases de datos, así como su depuración. En este apartado se determinan los modelos econométricos a realizarse para el análisis de las relaciones existentes entre las variables de investigación propuestas.

En el **Capítulo IV** se da a conocer los principales resultados obtenidos del análisis descriptivo y econométrico que permitirán determinar las condiciones en las cuales se desenvuelve el sector de curtido y adobo de cuero, lo cual permitirá efectuar un análisis detallado de los resultados obtenidos para determinar las conclusiones y recomendaciones derivadas del análisis de los datos.

CAPÍTULO I.

1 ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

1.1 DESCRIPCIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

1.1.1 TEMA.

“EL OLIGOPOLIO DEL SECTOR CURTIEMBRE CIU: C151101 Y LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS EN EL ECUADOR”.

1.1.2 DESCRIPCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN.

1.1.2.1 Contextualización macro.

Stiglitz (2016) afirma que la tecnología genera cambios e influye en el ejercicio de poder de mercado por parte de las empresas, puesto que acorde al caso de Microsoft, algunas empresas han descubierto las mejores estrategias para preservar o implantar fuertes barreras de ingreso a los mercados que estas dominan. Esta clara ventaja muchas veces es facilitada gracias al apoyo de las mismas legislaciones, las cuales no contribuyen de ninguna manera al control sobre el poder de mercado, o más bien son ampliamente permisivas con respecto al accionar económico abusivo que efectúan este tipo de compañías, una vez más respaldado por el criterio liberalista que sostiene que los mercados son autosuficientes y pretenden una competencia natural.

El comportamiento natural de los productores implican ciertos efectos no solamente sobre los consumidores sino también sobre la competencia, la cual puede implantar las mismas estrategias de reducción de precios o simplemente copiar las de la empresa líder. Muchas de las acciones tomadas en mercados oligopólicos se sustentan principalmente en aspectos diferentes a la de reducción o de implantación de precios, sino más bien a la publicidad o a la diferenciación del producto (Britannica, 2017). El ámbito de acción de una empresa o un grupo de empresas oligopólicas supone una amplia gama de estrategias que pueden

influir en el bienestar del consumidor y en la actitud que pueda tomar la competencia, cuya amalgama de decisiones pueden conllevar a la concentración de la riqueza y a la desigualdad de condiciones en una economía, como fue el caso de los E.E.U.U. donde los grandes monopolios como la Standard Oil o la actual General Electric que concibieron uno de los períodos de mayor desigualdad en este país.

La problemática de la presencia de mercados concentrados es un acontecimiento presente en todo el mundo, lo cual significa una constante lucha entre los entes de control y las empresas cuyas condiciones en el mercado prometen ser las más favorables para los grandes grupos empresariales y las más nocivas para los ciudadanos en general. Es así que las condiciones de concentración difieren acorde a la realidad y a las legislaciones de cada país, sin embargo se busca el mismo objetivo: tratar de proteger a los sectores más vulnerables de la población a padecer los efectos negativos del ejercicio del poder de mercado.

Por ejemplo en España, en su artículo 8 se considera un mercado concentrado a los sectores que registren una cuota de mercado igual o superior al 30% del mercado relevante, exceptuando a aquellas compañías que se encuentren en dichas condiciones y mantengan un valor de sus activos fijos menores a 10 millones de euros, desvirtuando la posible concentración conjunta de los entes ofertantes en un mínimo del 50% en cualquiera de los sectores de actividad económica sujetos a control (Superintendencia de Control del Poder de Mercado, 2016).

En México por su parte, bajo la Ley Federal de Competencia Económica se estipula en su artículo 86 que, los procesos de concentración deberán estar bajo la supervisión y autorización de la entidad reguladora cuando las acciones tomadas por una empresa importen un valor superior a dieciocho millones de veces el salario mínimo vigente para la circunscripción federativa correspondiente.

En Argentina, la Ley de defensa a la competencia Argentina, en su artículo 8, identifica a una operación de concentración que requiera notificación como cualquier acto que

comprometa una suma del volumen del negocio superior a los doscientos millones de pesos, la misma que deberá ser sujeta a examinación por parte del Tribunal de Defensa de la Competencia (Superintendencia de Control del Poder de Mercado, 2016).

Abordando las características de la economía del Ecuador, los múltiples sectores de actividad económica en el país mantienen un comportamiento dinámico que continuamente compromete el accionar de consumidores, productores, intermediarios y del Estado entre sí. En ciertos mercados, se puede evidenciar una posición de ventaja tanto por parte de los consumidores como de los productores, lo que muestra que las transacciones efectuadas en los mercados no son equitativas para sus partes. Esto depende de muchos factores, de los cuales destaca la representatividad de un sector económico en la economía de un país, cuyo impacto negativo en el bienestar de la sociedad resultado de los procesos de concentración de mercado sea mayor es en las condiciones de equidad social de la economía.

En primer lugar, es imperativo analizar el tamaño de la economía del Ecuador, de manera que se pueda tener una visión en términos absolutos y relativos de las subdivisiones de los sectores de la industria manufacturera hasta abordada la representatividad de la industria de curtido de y adobo de cuero la cual es sujeto de estudio del presente trabajo de investigación.

Tabla 1. Ventas totales registradas en todos los sectores de actividad económica en el Ecuador.

Años	Ventas en todos los sectores económicos del Ecuador (Dólares)	Tasa de variación de las ventas en todos los sectores económicos del Ecuador
2011	83.658.017.345,04	
2012	94.818.961.592,78	13,34%
2013	105.075.302.647,96	10,82%
2014	111.406.150.022,00	6,03%
2015	105.013.173.405,60	-5,74%
2016	82.428.348.700,25	-21,51%

Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI).

Elaborado por: Eva Lema.

Gráfico 1. Ventas totales registradas en todos los sectores de actividad económica en el Ecuador.



Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI).

Elaborado por: Eva Lema.

Las ventas en todos los sectores económicos del Ecuador han experimentado un crecimiento estable durante los años comprendidos entre el 2011 y el 2014, registrando un crecimiento promedio de un 10,02% anual, que para años posteriores registró una reducción de las ventas en todos los sectores de la economía del Ecuador, con una disminución más pronunciada evidenciada durante el año 2016, puesto que para este año las ventas disminuyeron en un 21,51%. Esto se debe a la desaceleración económica experimentada en el Ecuador durante finales del año 2013 y su posterior recesión registrada durante el año 2016.

Las ventas en todos los sectores económicos del Ecuador han experimentado una reducción especialmente acontecida durante los períodos de recesión económica, lo cual muestra que gran parte de la reducción de los niveles de rentabilidad y de las ventas de las empresas responde a los procesos del ciclo económico nacional, por lo tanto hay que considerar, las posibles implicaciones que puedan generarse a partir del crecimiento económico en el comportamiento de las empresas sujetas a estudio.

Tabla 2. Participación de los sectores de actividad económica en la economía del Ecuador, corte 2015.

Sectores de actividad económica	Ventas en todos los sectores económicos del Ecuador (Dólares)	Participación en la economía de todos los sectores económicos en el Ecuador
AGRICULTURA, GANADERÍA, SILVICULTURA Y PESCA.	448.368.913	0,54%
EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS.	3.216.766.923	3,90%
INDUSTRIAS MANUFACTURERAS.	13.511.933.498	16,39%
SUMINISTRO DE ELECTRICIDAD, GAS, VAPOR Y AIRE ACONDICIONADO. DISTRIBUCIÓN DE AGUA;	71.789.098	0,09%
ALCANTARILLADO, GESTIÓN DE DESECHOS Y ACTIVIDADES DE SANEAMIENTO.	88.803.370	0,11%
CONSTRUCCIÓN.	4.193.024.084	5,09%
COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR; REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS.	38.533.215.844	46,75%
TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO.	2.815.430.386	3,42%
ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO Y DE SERVICIO DE COMIDAS.	1.812.501.239	2,20%
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN.	4.062.156.762	4,93%
ACTIVIDADES FINANCIERAS Y DE SEGUROS.	2.145.691.882	2,60%
ACTIVIDADES INMOBILIARIAS.	1.640.465.846	1,99%
ACTIVIDADES PROFESIONALES, CIENTÍFICAS Y TÉCNICAS	5.897.688.360	7,15%
ACTIVIDADES DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS Y DE APOYO.	1.650.168.224	2,00%
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y DEFENSA; PLANES DE SEGURIDAD SOCIAL DE AFILIACIÓN OBLIGATORIA.	380.173.225	0,46%
ENSEÑANZA.	168.576.873	0,20%
ACTIVIDADES DE ATENCIÓN DE LA SALUD HUMANA Y DE ASISTENCIA SOCIAL.	245.062.131	0,30%
ARTES, ENTRETENIMIENTO Y RECREACIÓN.	236.249.910	0,29%
OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS.	1.293.659.441	1,57%
ACTIVIDADES DE LOS HOGARES COMO EMPLEADORES; ACTIVIDADES NO DIFERENCIADAS DE LOS HOGARES COMO PRODUCTORES DE BIENES Y SERVICIOS PARA USO PROPIO.	14.002.444	0,02%
ACTIVIDADES DE ORGANIZACIONES Y ÓRGANOS EXTRATERRITORIALES.	2.620.250	0,003%
TOTAL:	82.428.348.700	100%

Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI).

Elaborado por: Eva Lema.

En la Tabla número 2 se puede observar que el sector de actividad económica más importante en el Ecuador es el de Comercio al por mayor y al por menor, el cual presenta una participación del 46,75% en la economía nacional y un volumen de ventas de 38.533.215.844 dólares, mientras que el sector de industrias manufactureras se encuentra en segundo lugar con una participación del 16,39% y un volumen de ventas de 13.511.933.498 dólares registrados durante el año 2015.

Tabla 3. Comportamiento del empleo en la economía del Ecuador.

Años	Cantidad de empleados en todos los sectores económicos del Ecuador	Tasa de variación de la población ocupada en todos los sectores económicos del Ecuador
2009	1.045.952	
2010	1.147.589	9,72%
2011	1.311.972	14,32%
2012	1.460.791	11,34%
2013	1.555.416	6,48%
2014	1.665.628	7,09%
2015	1.573.873	-5,51%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

Elaborado por: Eva Lema.

Gráfico 2. Comportamiento del empleo en la economía del Ecuador.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

Elaborado por: Eva Lema.

En toda la economía del Ecuador durante los años comprendidos entre el 2009 y el 2015 se registraron en promedio una cantidad de 1.394.460 empleos, siendo que durante los años 2009, 2010 y 2011, se evidenció una aceleración del crecimiento del empleo en todos los sectores económicos en el Ecuador, mientras que desde el año 2012 al año 2014, se evidenció una desaceleración en el crecimiento del empleo que, para el año 2015 se registró un decaimiento de la cantidad de personas empleadas en la economía de un 5,51%. Este comportamiento de desaceleración y posterior decrecimiento del empleo responde al comportamiento de los ciclos económicos en el Ecuador, sin embargo, lo más rescatable del presente análisis supone que en todo el país para el año 2015 existieron un total de 1.573.873 fuentes de empleo, es decir unos 527.921 empleos más que en el 2009, lo que muestra un claro crecimiento de la productividad de las diferentes empresas que realizan actividades económicas en el Ecuador.

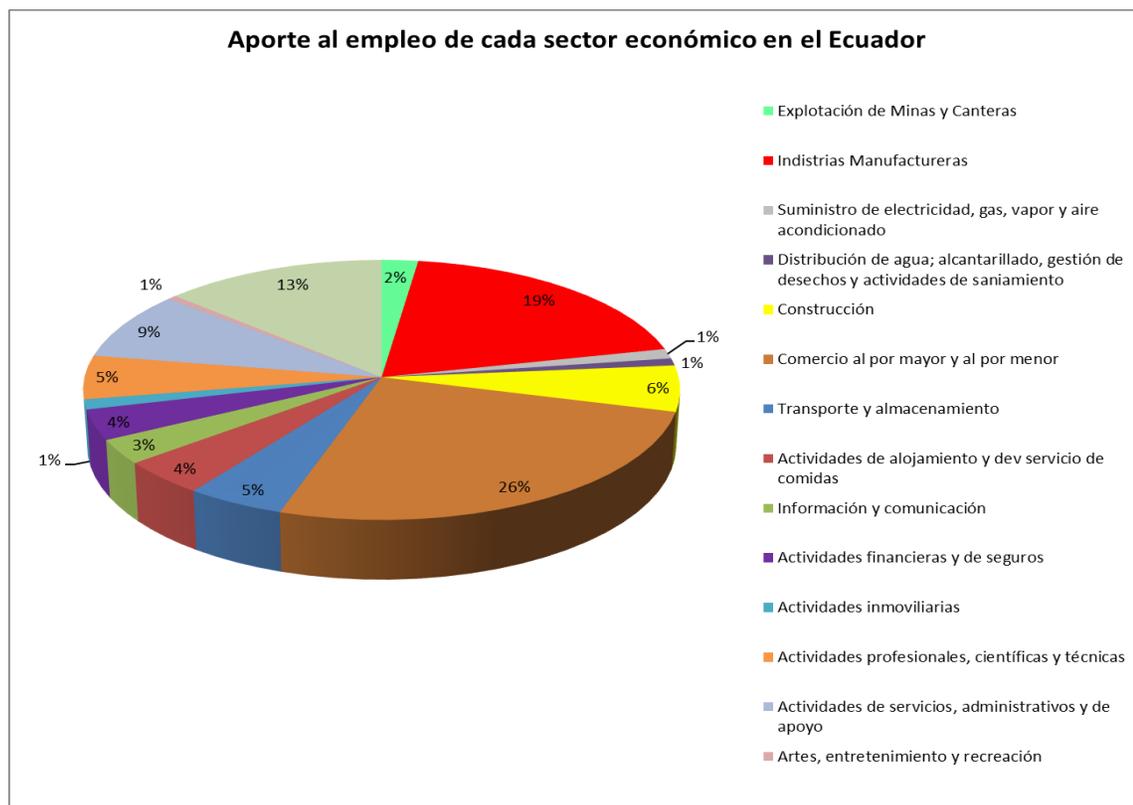
Tabla 4. Aporte al empleo de cada sector económico en el Ecuador.

Sectores de actividad económica	Número de empleados	Aporte al empleo nacional
Explotación de Minas y Canteras	34.635	2,20%
Industrias Manufactureras	306.905	19,50%
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	19.538	1,24%
Distribución de agua; alcantarillado, gestión de desechos y actividades de saneamiento	14.287	0,91%
Construcción	91.111	5,79%
Comercio al por mayor y al por menor	411.535	26,15%
Transporte y almacenamiento	77.690	4,94%
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas	69.196	4,40%
Información y comunicación	48.682	3,09%
Actividades financieras y de seguros	60.104	3,82%
Actividades inmobiliarias	19.776	1,26%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	86.684	5,51%
Actividades de servicios, administrativos y de apoyo	135.017	8,58%
Artes, entretenimiento y recreación	8.753	0,56%
Otras actividades de servicios	211.733	13,45%
Total:	1.573.873	100,00%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

Elaborado por: Eva Lema.

Gráfico 3. Aporte al empleo de cada sector económico en el Ecuador.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).
Elaborado por: Eva Lema.

Como se puede observar en la Tabla 4 y en el Gráfico 3, se evidenció que el sector económico que más aporta al empleo en el Ecuador es el sector de Comercio al por mayor y al por menor, contribuyendo con el 26,15% de las fuentes de empleo en el país, y seguido por el sector de industrias manufactureras que registra un aporte del 19,50% a las fuentes de empleo a nivel nacional. Aproximadamente la mitad de las personas empleadas en la economía laboran en estos dos sectores, es decir que el 45,65% de la población ocupada trabaja en actividades relacionadas al comercio y a la manufactura. La magnitud productiva de estas actividades supone la base económica de la producción en el Ecuador, con lo cual se puede apreciar que la mayoría de empresas provienen de estos sectores, lo que a su vez implica que potencialmente existirían bajos índices de concentración económica o podría darse el caso de que estos sectores puedan estar sostenidos por ciertos grupos de empresas bien afianzadas en la industria que controlen cada uno de los mercados existentes.

1.1.2.2 Contextualización meso.

Abordando la importancia de la industria manufacturera nacional, cabe recalcar que este sector a pesar de significar ser la segunda industria más importante en cuanto aporte económico en toda la economía del país, es la base productiva que potencializa la capacidad productiva del Ecuador, puesto que las demás actividades económicas se ven estrictamente relacionadas con la fabricación de productos.

Otro aspecto importante para rescatar la importancia del sector manufacturero en el Ecuador es que nuestra economía al basarse en la explotación de materias primas y en depender de las importaciones de productos con mayor valor agregado, supone una situación de desventaja en el aspecto comercial y competitivo a nivel internacional, puesto que deja susceptible a la economía del país a shocks externos derivados de la volatilidad de los precios de las materias primas en el mercado internacional (SENPLADES, 2012).

El gobierno nacional ha instaurado una política de desarrollo y estímulo de la matriz productiva que se afianza en el sector industrial de la economía ecuatoriana. Esto supone ampliar y mejorar las condiciones en las que se desarrolla la actividad productiva en el Ecuador, es decir que, el principal objetivo de acción de esta política es la industria manufacturera existente en el país, de manera que a través de esta se pueda desarrollar una producción con mayor contribución al valor agregado de los productos elaborados.

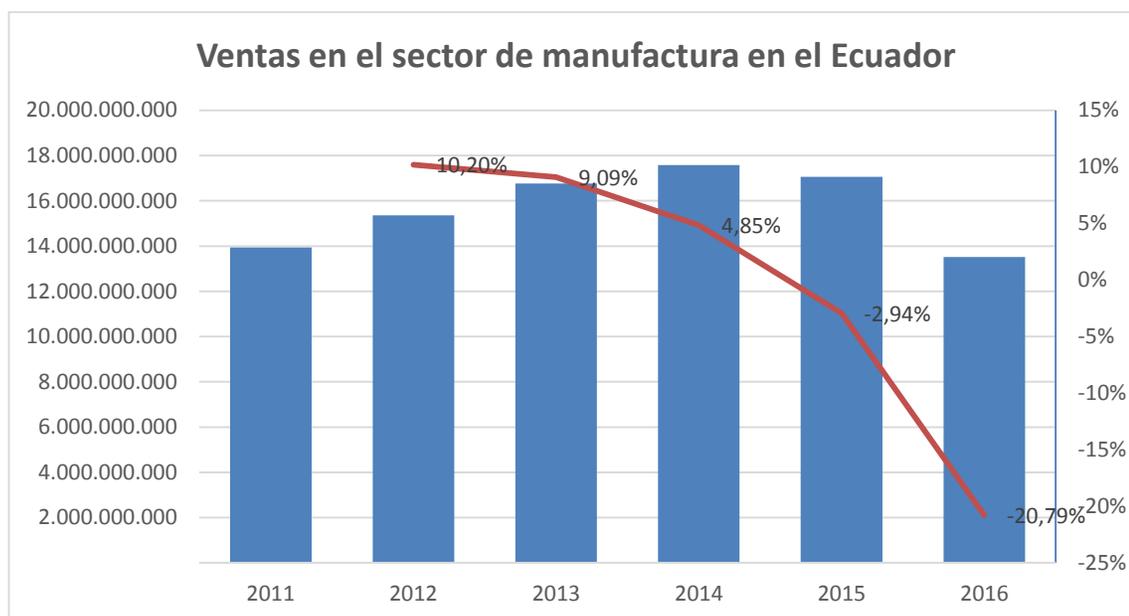
Tabla 5. Ventas del sector de manufactura en el Ecuador.

Años	Ventas en el sector de manufactura en el Ecuador (Dólares)	Tasa de variación de las ventas en el sector de manufactura en el Ecuador
2011	13.942.875.097	
2012	15.365.060.562	10,20%
2013	16.761.102.913	9,09%
2014	17.574.740.293	4,85%
2015	17.058.649.276	-2,94%
2016	13.511.933.498	-20,79%

Fuente: INEC y SRI.

Elaborado por: Eva Lema.

Gráfico 4. Ventas del sector de manufactura en el Ecuador.



Fuente: INEC y SRI.

Elaborado por: Eva Lema.

Como se puede observar en la Tabla 5 y en el Gráfico 4, las ventas totales del sector de industrias manufactureras para el año 2016 registraron un valor de 13.511.933.498 dólares, es decir, 430.941.599 dólares menos que en el año 2011. Sin duda se pudo evidenciar un proceso recesivo durante los años 2015 y 2016, lo cual supuso un retraso de aproximadamente cuatro años de crecimiento económico. El sector manufacturero registra un proceso de auge durante los años 2011 y 2012, mientras que durante los años 2013 y 2014 este evidenció un panorama de desaceleración para posteriormente decrecer durante el año 2016.

Las ventas de productos manufacturados muestran un comportamiento cíclico que expresa la estricta relación entre el componente del consumo en la demanda agregada, es decir que, en un proceso recesivo, la demanda de bienes y servicios se va a ver reducida, de esta manera las empresas pueden verse perjudicadas, puesto que los márgenes de rentabilidad de sus actividades operativas se verán reducidas, además de que el comportamiento cíclico del sector implica una posible injerencia en el desarrollo de estrategias competitivas en los distintos subsectores manufactureros del país.

Tabla 6. Participación de las ventas de todos los sectores de la industria manufacturera en el Ecuador.

Sectores de actividad económica	Ventas en el sector de industrias manufactureras en el Ecuador (Dólares)	Participación de las ventas de todos los sectores de la industria manufacturera en el Ecuador
Elaboración de productos alimenticios	11.466.741.760,00	37,29%
Elaboración de bebidas	2.040.078.174,00	6,63%
Elaboración de productos de tabaco	35.299.482,00	0,11%
Fabricación de productos textiles	581.487.225,00	1,89%
Fabricación de prendas de vestir	563.008.276,00	1,83%
Fabricación de cueros y productos conexos	251.683.205,00	0,82%
Producción de madera y fabricación de productos de madera y corcho, excepto muebles; fabricación de artículos de paja y de materiales trenzables	463.606.339,00	1,51%
Fabricación de papel y de productos de papel	1.527.448.093,00	4,97%
Impresión y reproducción de grabaciones	475.606.943,00	1,55%
Fabricación de Coque y de productos y de la refinación de petróleo	2.574.391.154,00	8,37%
Fabricación de sustancias y productos químicos	1.710.181.950,00	5,56%
Fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas, medicinales y productos botánicos de uso farmacéutico	482.042.192,00	1,57%
Fabricación de productos de caucho y plástico	1.492.637.653,00	4,85%
Fabricación de otros productos minerales no metálicos	1.553.089.428,00	5,05%
Fabricación de metales comunes	1.230.358.040,00	4,00%
Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo	864.579.119,00	2,81%
Fabricación de productos de informática, electrónica y óptica	170.758.023,00	0,56%
Fabricación de equipo electrónico	793.451.774,00	2,58%
Fabricación de maquinaria y equipo N.C.P.	287.415.048,00	0,93%
Fabricación de vehículos automotores, remolques y semirremolques	1.101.817.435,00	3,58%
Fabricación de otros tipos de equipos de transporte	105.826.688,00	0,34%
Fabricación de muebles	419.897.395,00	1,37%
Otras industrias manufactureras	129.956.605,00	0,42%
Reparación e instalación de maquinaria y equipo	427.522.694,00	1,39%
Total:	30.748.884.695,00	100,00%

Fuente: INEC y SRI.

Elaborado por: Eva Lema.

Como se puede observar en la Tabla 6, el subsector de manufactura más representativo es el de elaboración de productos alimenticios, siendo que representa el 37,29% de la producción manufacturera del país. Muy de lejos y en segundo lugar se encuentra la fabricación de coque y de productos de refinación de petróleo, representando el 8,37% de toda la producción de manufactura en el Ecuador, mientras que en tercer lugar se ubica el subsector de elaboración de bebidas, el cual representa el 6,63% de la industria manufacturera nacional. Sin duda la fabricación de productos alimenticios representa el mayor peso de la actividad industrial, es lógico entender este hecho puesto que los principales bienes de consumo de la población son los alimenticios, lo cual requiere una amplia oferta de este tipo de productos, con lo que a su vez se generara un amplio campo de desarrollo de mercado y de estrategia competitiva, donde presumiblemente se observarían mercados mínimamente concentrados.

Es imprescindible que el consumo de bienes alimenticios, se abastecido en su mayoría por la producción interna de un país, puesto que shocks externos pueden afectar de manera importante a la disponibilidad de bienes en la economía, lo que conllevaría a escenarios de escases y especulación. La oferta de productos alimenticios es muy diversa y promete la participación de muchos oferentes en el mercado, sin embargo, en el Ecuador existen productores muy afianzados en el mercado que controlan gran parte de la oferta de alimentos, como es Pronaca S.A. y la Corporación la Favorita S.A.

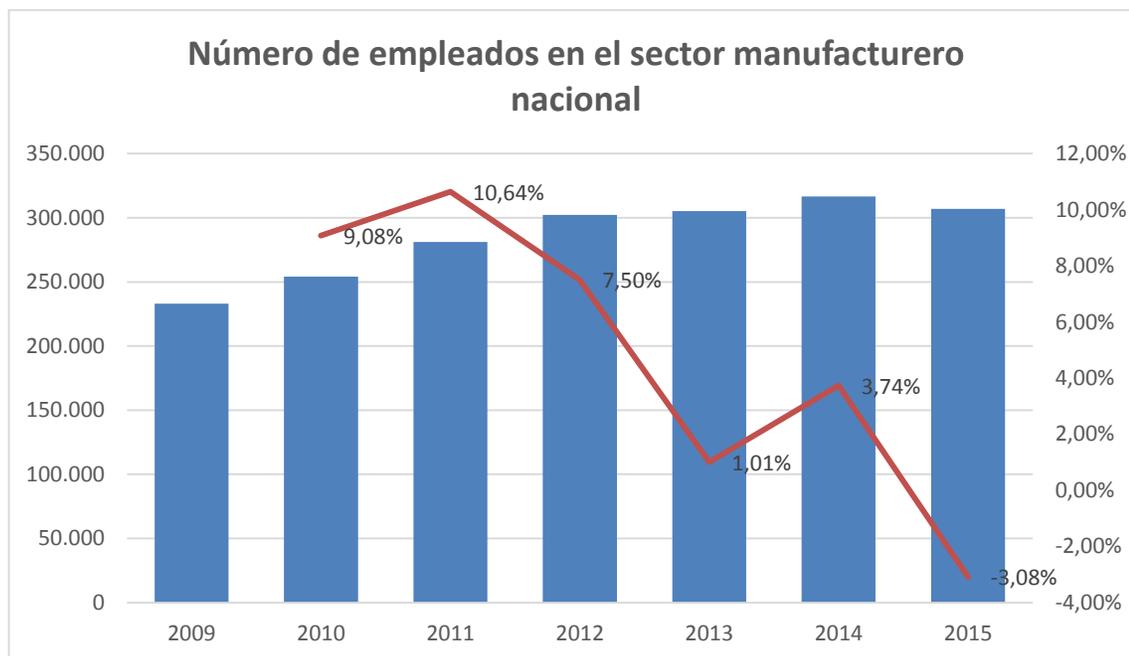
Tabla 7. Comportamiento del empleo en el sector manufacturero en el Ecuador.

Años	Cantidad de empleados en el sector manufacturero en el Ecuador	Tasa de variación de la población ocupada en el sector manufacturero del Ecuador
2009	232.939	
2010	254.085	9,08%
2011	281.123	10,64%
2012	302.208	7,50%
2013	305.264	1,01%
2014	316.667	3,74%
2015	306.905	-3,08%

Fuente: INEC y SRI.

Elaborado por: Eva Lema.

Gráfico 5. Comportamiento del empleo en el sector manufacturero en el Ecuador.



Fuente: INEC y SRI.
Elaborado por: Eva Lema.

Como se puede observar en la Tabla 7 y en el Gráfico 5, en promedio a lo largo del período comprendido entre el año 2009 y 2010 el sector manufacturero aportó a la economía con 285.599 empleos, siendo que para el año 2015 este sector generó 306.905 empleos en toda la economía del Ecuador, es decir 73.966 empleos más que en el 2009. Por otro lado, durante todo el período, la evolución del empleo en este sector experimentó un marcado crecimiento para los tres primeros años del período analizado, sin embargo, durante años posteriores se evidenció una desaceleración del crecimiento de fuentes de empleo en este sector, lo cual se ve relacionado con la desaceleración económica experimentada durante estos años.

El empleo establecido en el sector de industrias manufactureras ha presentado un comportamiento más estable que el de la economía en general, lo cual da a conocer que los empleos en el sector de industrias manufactureras en el Ecuador son menos susceptibles a los cambios en el ciclo económico que en otros sectores, lo cual da una perspectiva de la estabilidad de la industria ecuatoriana.

Tabla 8. Aporte al empleo en el sector de manufactura.

Sectores de actividad económica	Número de empleados	Aporte al empleo en el sector de manufactura
Elaboración de productos alimenticios	116.738	38,04%
Elaboración de bebidas	13.536	4,41%
Elaboración de productos de tabaco	189	0,06%
Fabricación de productos textiles	11.000	3,58%
Fabricación de prendas de vestir	17.838	5,81%
Fabricación de cueros y productos conexos	5.915	1,93%
Producción de madera y fabricación de productos de madera y corcho, excepto muebles; fabricación de artículos de paja y de materiales trenzables	6.428	2,09%
Fabricación de papel y de productos de papel	10.424	3,40%
Impresión y reproducción de grabaciones	10.289	3,35%
Fabricación de Coque y de productos y de la refinación de petróleo	5.525	1,80%
Fabricación de sustancias y productos químicos	12.730	4,15%
Fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas, medicinales y productos botánicos de uso farmacéutico	5.776	1,88%
Fabricación de productos de caucho y plástico	17.341	5,65%
Fabricación de otros productos minerales no metálicos	13.481	4,39%
Fabricación de metales comunes	7.087	2,31%
Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo	12.740	4,15%
Fabricación de productos de informática, electrónica y óptica	989	0,32%
Fabricación de equipo electrónico	7.527	2,45%
Fabricación de maquinaria y equipo N.C.P.	5.275	1,72%
Fabricación de vehículos automotores, remolques y semiremolques	4.802	1,56%
Fabricación de otros tipos de equipos de transporte	1.981	0,65%
Fabricación de muebles	8.856	2,89%
Otras industrias manufactureras	2.424	0,79%
Reparación e instalación de maquinaria y equipo	8.014	2,61%
Total:	306.905	100,00%

Fuente: INEC y SRI.

Elaborado por: Eva Lema.

Como se puede observar en la Tabla 8, la elaboración de productos alimenticios es el sector que más aporta al empleo dentro de las industrias manufactureras, al contribuir con el 38,04% de las fuentes de empleo del sector, en segundo lugar se encuentra el sector de fabricación de prendas de vestir aportando con un 5,81% de las fuentes de empleo del sector, mientras que en tercer lugar se encuentra la fabricación de productos de caucho y plástico contribuyendo con un 5,65% al empleo del sector manufacturero.

1.1.2.3 Contextualización micro.

En el Ecuador se produce un aproximado de 350 mil pieles de cuero anualmente. Una parte importante de la producción va dirigida al mercado interno, a las industrias de calzado, marroquinería y a la exportación. El desarrollo de actividades de curtido y adobo de cuero se remonta ya hace 70 años que inició como una actividad netamente artesanal, sin embargo, a lo largo del tiempo esta actividad comenzó a industrializarse en especial a raíz de la expansión urbanística experimentada durante las últimas décadas.

A partir de la incursión de políticas de fomento y control efectuadas por el gobierno nacional durante el año 2009, se evidenció un crecimiento importante del sector, alcanzando aproximadamente un valor en exportaciones de 26,6 millones de dólares en pieles y confecciones de cuero, cuyos principales destinos fueron: Perú, Venezuela, Italia y Colombia.

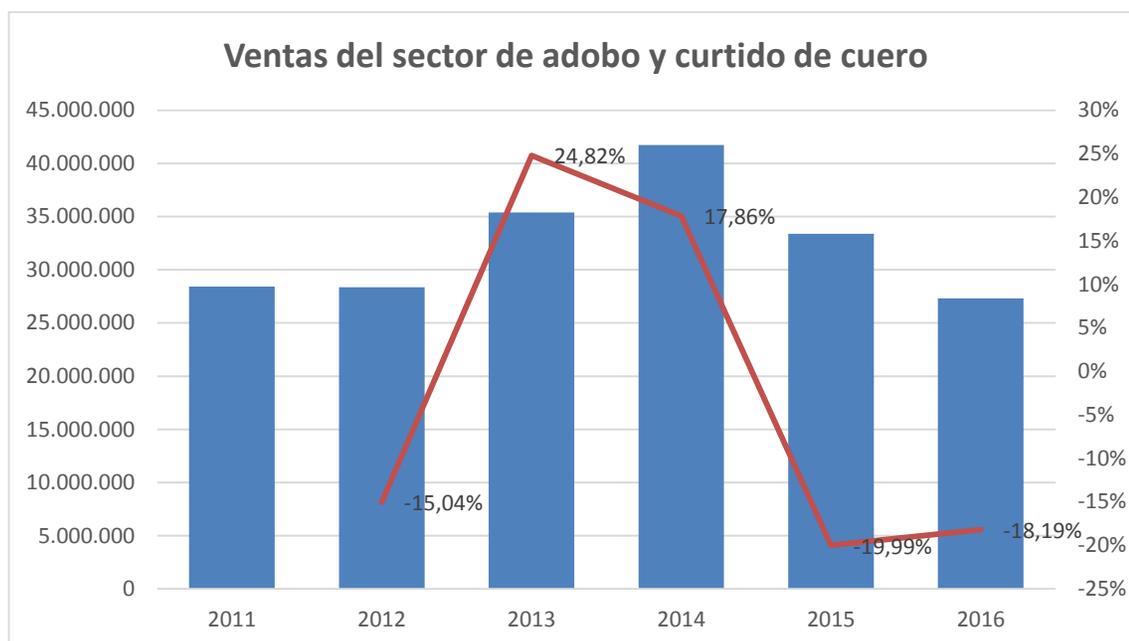
Tabla 9. Ventas en el sector de adobo y curtido de cuero en el Ecuador.

Años	Ventas en el sector de adobo y curtido de cuero en el Ecuador (Dólares)	Tasa de variación de las ventas en el sector de adobo y curtido de cuero en el Ecuador
2011	28.414.895	
2012	28.361.701	-15,04%
2013	35.400.980	24,82%
2014	41.722.440	17,86%
2015	33.381.429	-19,99%
2016	27.307.807	-18,19%

Fuente: INEC y SRI.

Elaborado por: Eva Lema.

Gráfico 6. Ventas en el sector de adobo y curtido de cuero en el Ecuador.



Fuente: INEC y SRI.
Elaborado por: Eva Lema.

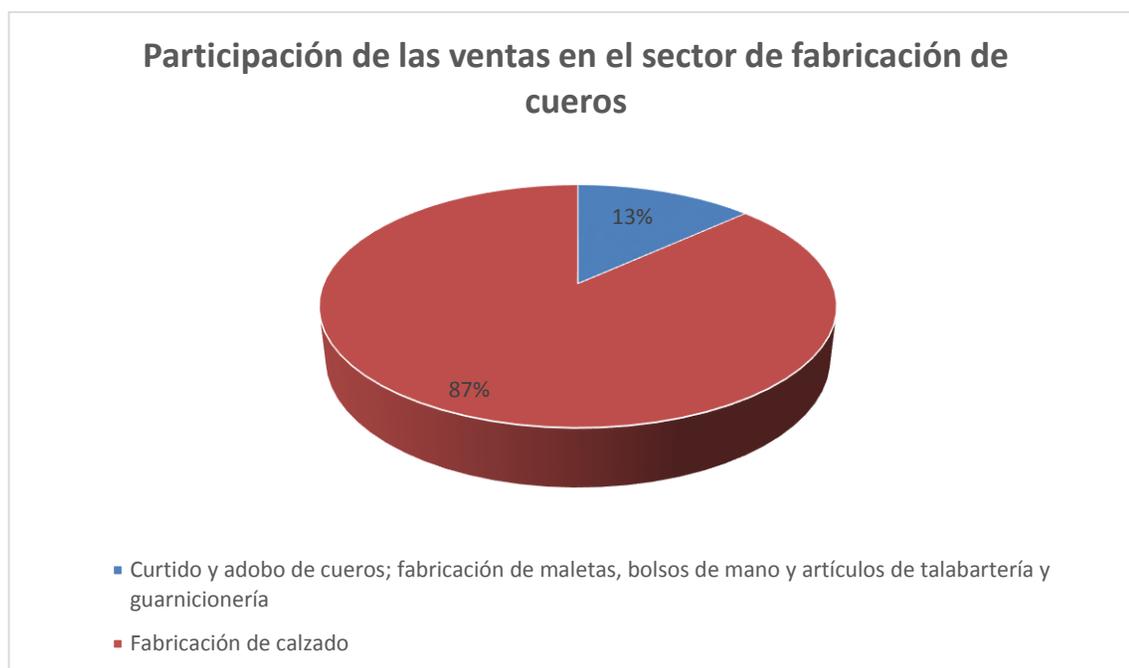
Como se puede observar en la Tabla 9 y en el Gráfico 6, las ventas del sector de curtido y adobo de cuero experimentaron un período de auge durante los años 2013 y 2014, siendo que para estos años se registró un crecimiento del 24,82% y un 17,86% respectivamente, para posteriormente presentar un proceso decreciente experimentado durante los años 2015 y 2016, lo cual muestra una importante susceptibilidad del sector a los ciclos económicos.

Tabla 10. Participación de las ventas en el sector de fabricación de cuero en el Ecuador.

Sectores de actividad económica	Ventas en el sector de fabricación de cueros y productos conexos en el Ecuador (Dólares)	Participación de las ventas en el sector de fabricación de cuero en el Ecuador
Curtido y adobo de cueros; fabricación de maletas, bolsos de mano y artículos de talabartería y guarnicionería	33.381.429,00	13,26%
Fabricación de calzado	218.301.776,00	86,74%
Total	251.683.205,00	100,00%

Fuente: INEC y SRI.
Elaborado por: Eva Lema.

Gráfico 7. Participación de las ventas en el sector de fabricación de cuero en el Ecuador.



Fuente: INEC y SRI.
Elaborado por: Eva Lema.

Como se puede observar en la Tabla 10 y en el Gráfico 7, el sector de curtido y adobo de cuero aporta tan solo con el 13,26% de la producción de todo el sector de fabricación de cueros, mientras que el 86,74% lo conforma el sector de calzado. Sin duda, el subsector más importante en la fabricación de cueros es el de calzado, el cual generó 218.301.776 dólares durante el año 2015.

Tabla 11. Comportamiento del empleo en el sector de curtido y adobo de cuero.

Años	Cantidad de empleados en el sector de curtido y adobo de cuero en el Ecuador	Tasa de variación de la población ocupada en el sector de adobo y curtido de cuero en el Ecuador
2009	553	
2010	624	12,84%
2011	664	6,41%
2012	669	0,75%
2013	637	-4,78%
2014	704	10,52%
2015	597	-15,20%

Fuente: INEC y SRI.
Elaborado por: Eva Lema.

Gráfico 8. Comportamiento del empleo en el sector de curtido y adobo de cuero.



Fuente: INEC y SRI.

Elaborado por: Eva Lema.

Como se puede observar en la Tabla 11 y en el Gráfico 8, el comportamiento del empleo en el sector de curtido y adobo de cuero mantuvo un leve crecimiento experimentado durante los años 2009, 2010 y 2011. También se observa un crecimiento abrupto durante el año 2014, para posteriormente decrecer en el año 2016, registrando un descenso de un 15,20%.

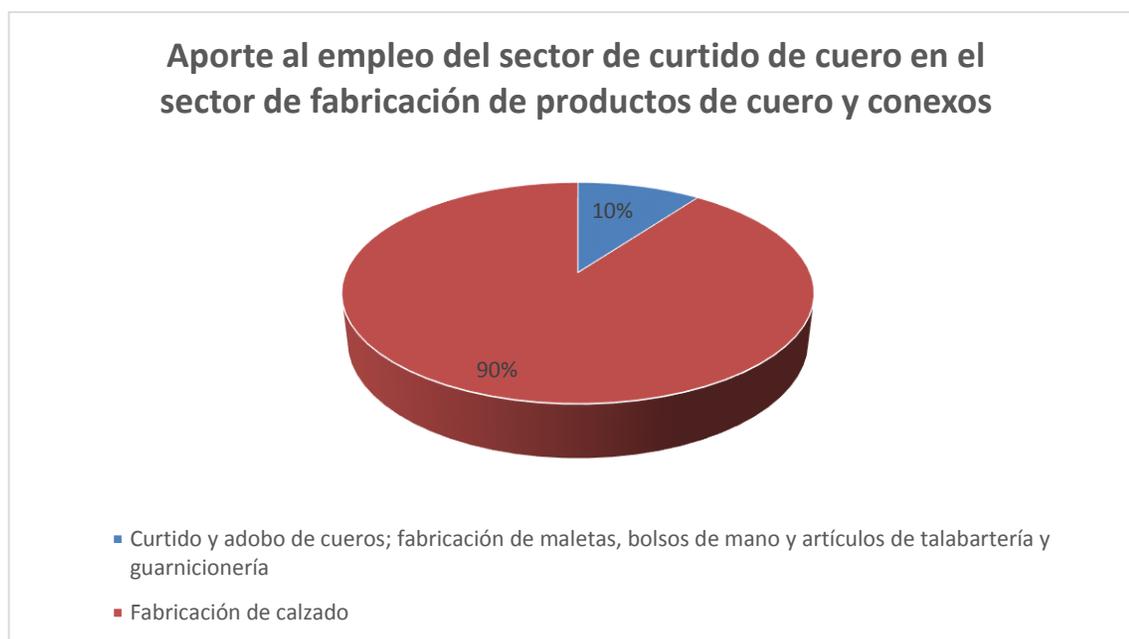
Tabla 12. Aporte al empleo con respecto al sector de fabricación de cuero y conexos.

Sectores de actividad económica	Número de empleados	Aporte al empleo con respecto al sector de fabricación de cuero y conexos
Curtido y adobo de cueros; fabricación de maletas, bolsos de mano y artículos de talabartería y guarnicionería	597	10,09%
Fabricación de calzado	5.318	89,91%
Total	5.915	100,00%

Fuente: INEC y SRI.

Elaborado por: Eva Lema.

Gráfico 9. Aporte al empleo con respecto al sector de fabricación de cuero y conexos.



Fuente: INEC y SRI.

Elaborado por: Eva Lema.

En la Tabla 12 y en el Gráfico 9 se evidencia la contribución al empleo del sector de fabricación de cueros que presenta el subsector de curtido y adobo de cuero, siendo este de un 10,09%, mientras que el sector de fabricación de calzado contribuye con un 89,91% de las fuentes de empleo en el sector. Tanto en el aspecto laboral como en el aspecto productivo, la fabricación de calzado presenta una participación considerable en la economía nacional.

Tabla 13. Aporte al empleo del sector de curtido y adobo de cuero en todo el Ecuador.

Sectores de actividad económica	Número de empleados	Aporte al empleo en todo el Ecuador
Curtido y adobo de cueros; fabricación de maletas, bolsos de mano y artículos de talabartería y guarnicionería	597	0,04%
Fabricación de calzado	5.318	0,34%
Otros sectores	1.567.958	99,62%
Total	1.573.873	100,00%

Fuente: INEC y SRI.

Elaborado por: Eva Lema.

Gráfico 10. Aporte al empleo del sector de curtido y adobo de cuero en todo el Ecuador.



Fuente: INEC y SRI.

Elaborado por: Eva Lema.

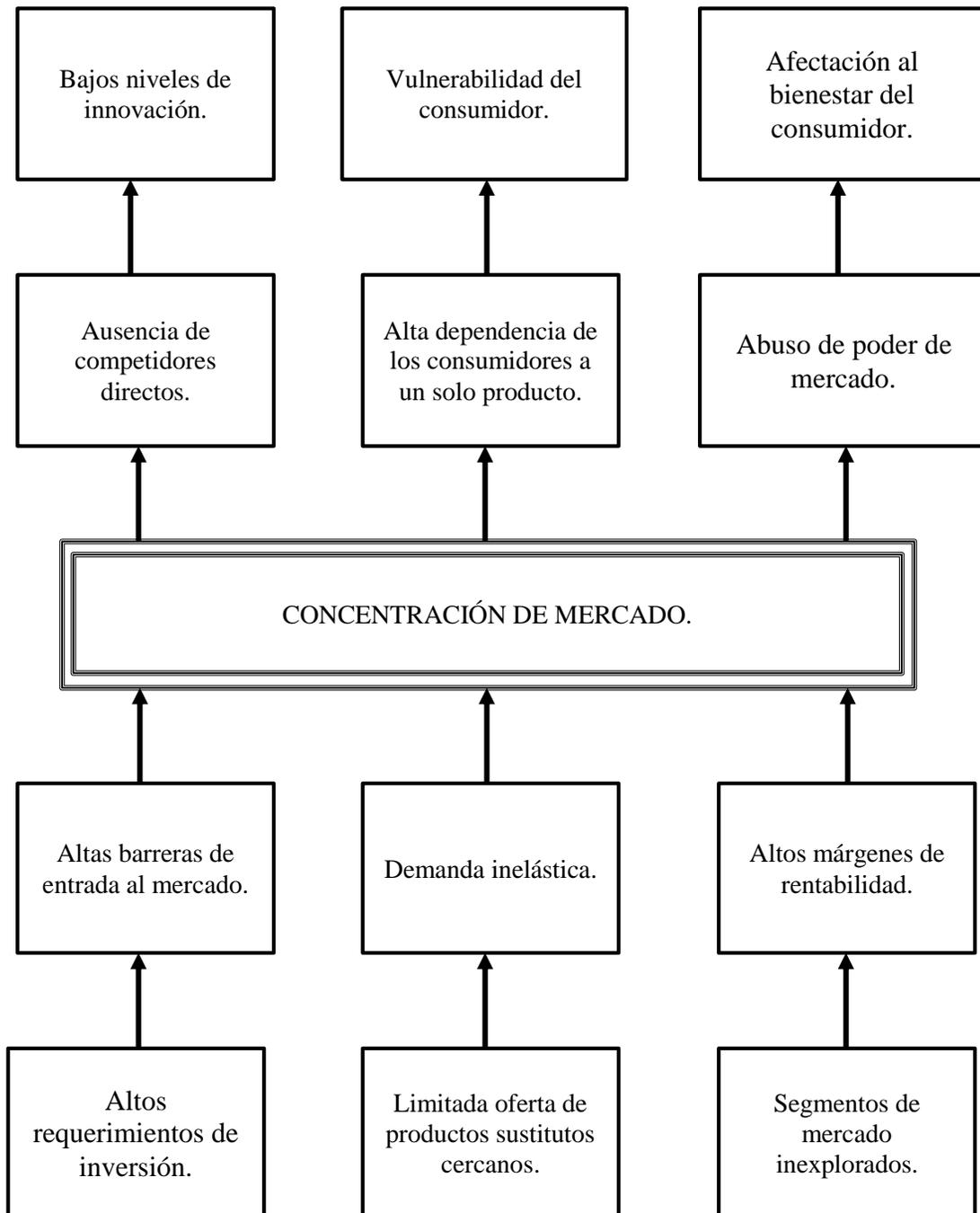
Teniendo en cuenta la representatividad en cuanto a la contribución al empleo del sector de curtido de cuero y de fabricación de calzado en toda la economía del país, la participación de estos dos sectores es mínima, puesto que aportan tan solo con 0,04% y un 0,34% respectivamente. Como consideraciones finales, se puede establecer que el sector de curtido y adobo de cuero a pesar de no ser representativo tanto en productividad como en contribución al empleo, este no queda exento de afectar al bienestar del consumidor en caso de encontrarse concentrado. Este sector goza de barreras entrada importantes, ya que en 70 años ha logrado afianzarse en el mercado, lo cual amerita la implantación de fuertes limitaciones a la entrada y a la competencia externa que pueda atentar contra la posibilidad de incrementar sus márgenes de ganancia a razón del ejercicio de poder de mercado.

Finalmente es imperativo argumentar qué tan concentrado es el sector de curtido y adobo de cuero en el Ecuador, qué barreras de entrada al mercado se han implantado y si tales condiciones pueden repetirse en otros sectores afines dentro de la producción manufacturera en el Ecuador.

1.1.3 FORMULACIÓN Y ANÁLISIS CRÍTICO.

1.1.3.1 Análisis crítico.

Gráfico 11. Árbol de problemas.



Fuente: Proyecto de Investigación.
Elaborado por: Eva Lema.

1.1.3.2 Prognosis.

La concentración de mercado supone una amplia gama de interacciones adversas que comprometen el bienestar del consumidor. Un mercado concentrado permite al único ofertante o único productor adquirir el máximo beneficio del excedente del consumidor, lo que coloca a los demandantes en una posición de desventaja, en la cual estos se ven en la necesidad de aceptar el precio que le impone el único fabricante de un determinado producto. Esto empeora si el bien no presenta bienes sustitutos cercanos, puesto que los consumidores se ven presionados a adquirir únicamente el producto que se oferta en el mercado.

La concentración de mercado y su consecuente ejercicio de control sobre este por parte de las empresas dominantes, mantienen un estado de conformidad que en muchos casos limitan la innovación debido a la limitada interacción competitiva. Por otro lado, si un mercado llegara a concentrarse y su control llega a expandirse al ámbito político se podrían generar barreras legales de entrada al mercado y un entorno de protección hacia los grupos empresariales dominantes que, en el contexto político la inequidad se vería exacerbada generando condiciones de abuso y explotación laboral y del consumidor.

Los procesos de concentración de mercado promueven la desigualdad y la inequidad en la distribución de la riqueza que, por encima del marco legal pueden suponer atentados a la integridad y a los derechos de los individuos vulnerando su capacidad adquisitiva y anteponiendo el bienestar del capital antes que el del ser humano. Una priorización del capital anteponiendo los intereses de la población derivarían en un constante ciclo de depresión y recuperación económica con fuertes y dramáticos escenarios de inestabilidad y escases, la cual en un principio podría ser originada por los mismos monopolios para garantizar la rentabilidad de sus operaciones y especular con la disponibilidad de bienes y servicios que difícilmente pueden ser reemplazados por otros de similares características. Finalmente, el establecimiento de dominio del mercado por parte de un ofertante en provocaría un retroceso en materia de equidad y de crecimiento económico e inclusive tecnológico y de desarrollo.

1.2 OBJETIVOS.

1.2.1 OBJETIVO GENERAL.

Analizar el oligopolio del sector de curtido y adobo de cuero CIU: C151101 en el Ecuador y su rentabilidad durante el período 2011-2015.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Identificar a las empresas con mayor concentración de mercado en el sector de curtido y adobo de cuero en el Ecuador.
- Establecer los niveles de rentabilidad de las cuatro empresas más grandes que desarrollan actividades de curtido y adobo de cuero en el Ecuador.
- Interpretar la relación entre concentración de mercado y la rentabilidad del oligopolio.

CAPÍTULO II.

2 MARCO TEÓRICO.

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.

En el presente trabajo se reunió el accionar investigativo de quince autores que analizan el comportamiento de un grupo diverso de sectores de actividad económica, su estructura y las implicaciones de ejercer poder de mercado. Los estudios que se detallarán a continuación estructuran un análisis inferencial y descriptivo abordando sectores concentrados de la economía a nivel mundial y regional, a los cuales se aplica una metodología económica y econométrica que permita identificar los efectos y causas que conllevan concentrar el mercado en el contexto económico.

Antes de empezar a describir los antecedentes investigativos del presente trabajo de investigación, es necesario recalcar que el mismo se sustenta en investigaciones académicas que abordan la estructura de mercado tanto de sectores de manufactura como de sectores de servicios, los mismos que contribuyen al desarrollo de la metodología del proceso investigativo sin discrepar con los objetivos ni el marco metodológico del tema de investigación.

En primer lugar, se recuenta el trabajo de Acuña, Viana, & Sáenz (2009) que tienen como objetivo identificar la cuota de mercado de las diferentes empresas que operan en la comercialización de banano en Magdalena. Históricamente la estructura del mercado en el sector ha sido concentrada, siendo las empresas multinacionales las que siempre han controlado el mercado y al ser la producción y comercialización bananera uno de los sectores económicos más importantes en la costa caribeña colombiana, es de gran importancia describir el comportamiento de las empresas y de los consumidores que controlan el mercado.

Acuña et al. (2009) efectúa un análisis de la concentración de mercado en el sector de comercialización de banano a través del Índice de Herfindahl-Hirschman, conjuntamente con un modelo del comportamiento de las estrategias que realizan las comercializadoras siguiendo la teoría de juegos y un modelo de regresión lineal múltiple del Precio al productor en función del nivel de concentración del sector y del comportamiento cíclico de los precios del banano. Seguido a ello, se realiza un seguimiento a los efectos sociales de la concentración de mercado, de manera que se pueda determinar si la estructura de mercado existente genera efectos positivos o negativos en la población.

Acuña et al. (2009) demostró que el mercado de comercialización de banano se encuentra concentrado y que existe una relación inversa entre los precios al productor y la concentración de mercado expresada a través del Índice de concentración de Herfindahl-Hirschman. Las pérdidas sociales generadas por la concentración y el poder de mercado ejercido por las comercializadoras de banano ascienden a los 30.136.659.223 de pesos. Consecuentemente, se caracterizaron a las estrategias adoptadas por las empresas del sector como de Stackelberg sin evidencia de la realización de actos colusivos, con lo cual se identifica a la empresa Tecbaco como líder y a las demás como seguidoras.

Continuando con la posibilidad de ejercer poder de mercado a través de la formación de precios, Aparicio (2004) realiza un estudio de la estructura de mercado de la intermediación de maíz amarillo duro en los valles de Barranca y Cañete, con el objetivo de estudiar la posibilidad de intervenir en los precios por parte de los intermediarios y acaparar el beneficio del excedente del consumidor de maíz amarillo duro. El estudio parte de la hipótesis de que la estructura de mercado presente en este sector posibilita a los intermediarios a aprovecharse de las condiciones de vulnerabilidad tanto de los productores agrícolas, así como de los consumidores de maíz.

Aparicio (2004) concluye que existe un abuso de poder de mercado por parte de los intermediarios para con los productores y para con los consumidores de maíz amarillo duro en el valle de Barranca, además de que se corroboró una estructura de mercado concentrada, sin embargo, tal circunstancia no es observable en el valle de Cañete. Por

otro lado, Aparicio (2004) también evidenció que existe una fuerte relación entre los precios extranjeros y los precios nacionales del maíz amarillo duro, lo que a su vez supuso la existencia de mayores barreras a la entrada al mercado en el valle de Barranca que en el de Cañete, por lo que se justifica la presencia de una mayor concentración y abuso de poder de mercado en esta localidad.

Por otro lado, el mercado de televisión abierta se compone de muchas variables que pueden influenciar directamente al bienestar del consumidor, teniendo en cuenta que dichos efectos no solo suponen pérdidas económicas sino también sociales para la población, puesto que la concentración de mercado en este sector desencadenaría una disminución de la calidad del contenido presentado en las cadenas televisivas en un país, lo que da a conocer cómo varían las implicaciones de la concentración y el poder de mercado varían conforme a las particularidades que supone cada actividad económica desarrollada por la población. Arévalo & Herrera (2008) buscan identificar las principales características del sector que afectan al desenvolvimiento de las operadoras de televisión. La importancia del sector se fundamenta en la amplia cobertura que posee este servicio en Colombia, puesto que nueve de cada diez colombianos posee un receptor televisivo, paralelo a ello, la gran aceptación de las producciones nacionales se contraresta con la amplia incursión de canales privados extranjeros, lo que hace de este sector que tenga una amplia diversidad de implicaciones y características en su desenvolvimiento.

Arévalo & Herrera (2008) realizan un modelo coalicional con el objetivo de estimar la concentración de mercado en función de diversos factores que puedan influir en el comportamiento de las empresas del sector. En cuanto se refiere al servicio de televisión paga, se describen las implicaciones que poseen las actividades ilícitas de la oferta de acceso a televisión por suscripción y las posibles afectaciones económicas que puedan derivarse de esta circunstancia. Finalmente se efectúa un estudio comparativo del sector televisivo nacional y de la oferta de televisión por suscripción, conjuntamente con una presentación de los diversos efectos de negociación derivados de la incursión del TLC.

Arévalo et al. (2008) concluyen que la incursión de nuevos competidores en el mercado incentiva la demanda de programas extranjeros, así como la emisión de producciones de origen extranjero en los canales nacionales promueve la sustitución de los canales nacionales por extranjeros. Finalmente, se considera que la salida del mercado de competidores ilegales se ve compensada por la incursión de nuevos operadores de origen legal, por tal razón se evidencia una ausencia de barreras de entrada al mercado, con lo cual se estima que el sector de televisión abierta y pagada se desenvuelve en un contexto de competencia perfecta.

Continuando con el análisis del sector televisivo, pero esta vez desde la perspectiva del caso Español, Artero, Herrero, & Sánchez (2005) realizan un estudio de la estructura de mercado y de la competencia en el sector de la televisión española. La investigación busca tratar la oferta de televisión en España, conjuntamente con el crecimiento de la cantidad de empresas que han ingresado al mercado y en segunda instancia se pretende analizar las condiciones de estabilidad y rentabilidad de las cuales gozan las empresas de televisión abierta y por suscripción a nivel nacional.

Artero et al. (2005) realizan un análisis descriptivo de la rentabilidad y de los procesos estratégicos adoptados por las empresas en el sector de televisión, consecuente a ello, en la investigación se efectúa un estudio del comportamiento de los niveles de endeudamiento y de la cuota de mercado obtenida por las empresas acorde a la cantidad de suscriptores de televisión registrada durante los quince años sujetos a análisis. El comportamiento de estas variables identificará la estructura de mercado de la cual se compone este el sector, además permitirá identificar las diversas estrategias que han adoptado las empresas durante el período de estudio.

El estudio de Artero et al. (2005) concluyen que el sector de televisión abierta en España goza de estabilidad y una actividad operacional rentable por parte de las empresas privadas, sin embargo, el sector público televisivo ha experimentado un declive en su audiencia derivado de la baja calidad administrativa en la empresa pública a raíz del gran endeudamiento y poco interés prestado por el gobierno español al desarrollo de este sector

bajo el control del Estado. Por otro lado, se evidenció la presencia de concentración de mercado en el sector, mostrando características oligopólicas al referirse al sector de televisión abierta. Conforme a ello, también se registró un proceso de transición de una estructura monopólica a una oligopólica a partir del año de 1997, siendo que para finales del período de estudio el 90% de la cuota de mercado se encontraba controlada por cuatro empresas de televisión abierta.

Por su parte, Gómez & Sosa (2010) analiza los niveles de concentración de mercado en la televisión Mexicana, con lo cual busca dar a conocer el comportamiento de los niveles de concentración de mercado experimentados en el sector de televisión en México incentivados en primer lugar por el mejoramiento de las tecnologías de la comunicación como el video, infraestructura de transmisión, Internet, voz, más conocido como triple play. Por otro lado la investigación pretende dar a conocer los posibles efectos y consecuencias sociales derivadas del ejercicio del poder de mercado por parte de las empresas que concentran el sector.

Gómez & Sosa (2010) realiza una exploración del sector de televisión con el objetivo de aportar al entendimiento y saber académico y científico las características propias del caso mexicano. En la investigación se efectúa un análisis de la estructura de mercado a través del índice de concentración de las cuatro principales operadoras de televisión a nivel nacional (CR4), con lo cual se estima los coeficientes de audiencia y de facturación, para lo cual se toma en cuenta a las ganancias de las empresas y los abonados. Conjuntamente con lo anterior Gómez & Sosa (2010) realiza un análisis histórico estructural para explicar las motivaciones competitivas y hechos anteriores que han incentivado la estructura de mercado actual del sector.

Gómez & Sosa (2010) concluye que las operadoras de televisión continuarán disputándose los estratos socio económicos medios y altos de los consumidores, lo cual supone la explotación de todo el material tecnológico disponible, que al largo plazo incentivará fusiones y adquisiciones entre las compañías ofertantes de televisión por cable. Por su parte, empresas como Multivisión, Dish México y MásTv se disputan es estrato

socioeconómico bajo, lo que muestra sus objetivos de incursionar en un sector de consumidores más amplio. La investigación también ha identificado un crecimiento de la entrada de inversión estadounidense en el sector de televisión por suscripción y una obstrucción por parte de las empresas mediáticas más importantes de México a la oferta y a la pluralidad en la distribución de señales. Por último, se identificó al Grupo Televisa como la líder indiscutible del mercado de televisión en el país.

El costo social de un monopolio u oligopolio supone un aspecto muy importante a tratarse, puesto que los principales afectados de la concentración de mercado son los consumidores, es así que González & Zurita (2004) buscan realizar una aproximación del costo social que deriva de la concentración de mercado, la cual viene de un control total por parte del Estado del servicio de telefonía fija. El sector no presenta bienes sustitutos por lo cual la estructura de mercado ha tendido a ser un monopolio el cual lidera Telmex, que consecuentemente mantiene una amplia posibilidad de ejercer poder de mercado, lo que de igual manera implica un considerable costo social para la población.

González & Zurita (2004) realiza una estimación de la pérdida social ocasionada por el ejercicio de poder de mercado de Telmex, el cual será obtenido a través del retorno sobre el activo de la empresa, además de que se efectúa una comparación entre las características del monopolio de la empresa Southwestern Bell Communications Inc. (SBC) y la de Telmex. Cabe recalcar que SBC es una compañía de telefonía fija de origen estadounidense, la cual tiene las mismas características que Telmex y opera bajo la misma actividad económica que su par mexicano.

González & Zurita (2004) concluyen que las pérdidas generadas por la dominación de Telmex del mercado de telefonía fija son considerables, además de que los costos a la sociedad se amplían a toda la economía mexicana, la cual depende fuertemente de los servicios de telefonía fija. Por otro lado, las barreras de entrada existentes son muy altas, siendo que cualquier incursión por parte de empresas extranjeras al mercado mexicano se vería en la necesidad de utilizar activos fijos de la empresa Telmex, lo que implicaría un incremento de los beneficios obtenidos de dicha posible ocupación. Por último, la

investigación exhorta a otorgar a la Comisión Federal de Competencia mayores facultades para la regulación de este tipo de negocios que poseen un amplio control sobre el mercado en el cual se desenvuelven.

Por otro lado, es imperativo señalar las diferentes características de las cuales se compone el sector manufacturero, comenzando por la realidad de la producción agropecuaria, la cual supone uno de los aspectos más importantes en la economía de América Latina, como es el caso de Argentina y Uruguay, que básicamente su producción agrícola y ganadera contribuye importantemente a la producción y a las exportaciones de estos países, por lo que la concentración de mercado en este campo significaría un riesgo potencial sumamente importante con respecto a la seguridad alimentaria de los países, en especial a los de la región. Es así que Castillo (2008) busca identificar la estructura de mercado del sector de subasta de ganado en Montería y Sincelejo en Colombia con el objetivo de describir las implicaciones de concentrar el sector y de ejercer poder de mercado.

Básicamente Castillo (2008) realizó una descripción de la concentración de mercado de la subasta de ganado a través de la razón de concentración a cuatro y ocho empresas, es decir CR4 y CR8, además de que se describe el nivel de concentración en el sector por medio del Índice de Herfindahl-Hirschman y del Índice de Rosenbluth. La información fue obtenida de las entidades encargadas de la administración de las subastas de ganado en las localidades de Montería y Sincelejo en Colombia.

Castillo (2008) concluye que las cuatro principales empresas dedicadas al sacrificio bovino y porcino en Colombia representan el 56% de la cuota de mercado del sector, el cual identifica a la industria de carnes frescas como de características de competencia perfecta con tendencias oligopolísticas, puesto que es moderadamente concentrado. Consecuentemente, se evidenció que la reducción de la demanda de carnes rojas en el país ocasionó un masivo exceso en la inversión de capacidad instalada, lo que a su vez provocó una masiva tendencia de fusiones y adquisiciones realizadas durante las décadas de los ochenta y noventa. Por otro lado, Castillo (2008) evidenció una relación inversamente proporcional entre la concentración de mercado y el comportamiento de los precios al

consumidor, conjuntamente con un incremento de los niveles de concentración en el sector a partir de la incursión en mayores inversiones en tecnología por parte de las empresas dominantes.

La entrada a un mercado oligopólico puede ser muy riesgoso, siendo que la guerra de precios puede llegar a ser muy fuerte, lo que al mediano plazo podría terminar con la incursión de nuevos competidores al mercado en disputa. De igual manera, una posible expansión en un sector concentrado puede ser contraproducente para aquellas empresas que incursionan en el campo, ya que los grupos empresariales dominantes podrían mermar fácilmente los flujos de efectivo de sus competidores a través de una guerra de precios, lo que significaría una incapacidad para sostener gastos y para recuperar las inversiones realizadas por las empresas entrantes o en expansión. Debido a esta circunstancia, Duarte (2014) busca realizar un estudio de los antecedentes históricos y de las variables económicas que se relacionan con el desenvolvimiento del sector cementero de Colombia.

Duarte (2014) efectúa una simulación montecarlo para analizar las circunstancias de compra-venta de Cementos Andino, de manera que por medio de la simulación se pueda pronosticar el comportamiento de los flujos de caja de la empresa. Para la estructuración de los datos a simularse, Duarte (2014) realizó varios análisis de correlación con múltiples variables determinantes del flujo de efectivo de la empresa y se realizó una prueba de bondad de ajuste para cada una de las variables determinantes con el objeto de efectuar la simulación Montecarlo. Paralelamente, se desarrolló un modelo de regresión lineal del Margen de utilidad bruta en función de los precios del cemento en el mercado, de igual manera, para pronosticar el comportamiento de la empresa Cementos Andino en el contexto de mercado oligopólico en el cual se desenvuelve.

Duarte (2014) concluye que la reducción de los flujos de efectivo provocaron la venta de Cementos Andino, la misma que fue inevitable tras la adquisición de Concrecem y el excesivo endeudamiento que adquirió Cementos Andino para concretar dicha adquisición. Esto pudo verse como una gran estrategia de mercado, sin embargo, tal inversión no se la realizó en el momento adecuado, ni de la manera correcta. Por otro lado, la excesiva

predisposición de Cementos Andino para invertir en un contexto de mercado concentrado pone en discusión la necesidad de tener prudencia en el desenvolvimiento que pueda tener una empresa entrante para afianzarse en el mercado y también resalta la parvedad de establecer entes de control que promuevan la equidad de condiciones en el desenvolvimiento del mercado.

En algunos casos puede existir la presencia de sectores muy diversificados y con pocas barreras de entrada que permitan de alguna manera dificultar la concentración del sector, además de que si el mercado llega a ser concentrado la facilidad de incursión de nuevos competidores es alta por lo que la posibilidad de ejercer poder de mercado por parte de las empresas dominantes sería limitada. García (2009) trata las diversas poeraciones de concentración, en las cuales pueden incurrir las empresas competidoras en el sector de exhibición española. En la investigación se pretende verificar que este sector se muy atomizado como para posibilitar la instauración de una estructura de mercado oligopólica o monopólica, con lo cual se descarte una posición de control sobre el mercado de cines en España.

García (2009) muestra la participación de cada empresa operadora de cines en España a través del número de salas existentes en cada localidad del país, de la cantidad de cines en actividad y de la cuota de pantallas de cada una de las empresas. También se realiza un recuento estadístico basado en los anuarios obtenidos del Instituto de Cinematografía y de Artes Audiovisuales (ICAA) de España, con lo que se trata de discernir si el sector sujeto a estudio se encuentra aún bajo un contexto de mercado de estructura oligopólica o monopólica.

García (2009) determina que en el sector de exhibición de España no existe concentración de mercado, además de que tampoco se registró a ninguna empresa que supere el límite de participación de mercado reglamentaria en el país tanto a nivel regional como a nivel local ni nacional. La actividad de las operadoras de cines regionales contrarresta la posibilidad de concentrar mercado por parte de las operadoras nacionales. Finalmente, la investigación determinó que algunos eventos en los que se desplaza a la competencia del

mercado pueden derivar de una estrategia dirigida a mitigar los efectos de la crisis económica suscitada últimamente, mas no por intensiones de colusión que puedan desarrollarse en el sector.

Uno de los principales objetivos de los estudios dirigidos a analizar la estructura de mercado es estimar las posibles pérdidas ocasionadas a la población por parte de la concentración de mercado, e identificar sus estrategias de comportamiento conforme sus objetivos de abuso de poder de mercado. Ibarra (2016) busca analizar de forma crítica los aspectos estudiados con antelación y estimar las implicaciones de la estructura de mercado observadas en la economía mexicana, y si existen indicios de una posible colusión que pueda atentar en contra del bienestar del consumidor. Anterior a ello, Ibarra (2016) efectúa una revisión de la literatura referente al estudio de las estructuras de mercado observadas a lo largo del tiempo tanto a nivel regional como a nivel mundial, abordando métodos de estimación de los efectos de la colusión de las empresas en el entorno social de la población mexicana.

Ibarra (2016) concluye que la pérdida social y económica ocasionada por la colusión de las empresas dominantes en los principales sectores económicos de México ascenderían aproximadamente al 13,3% del gasto para los sectores urbanos y del 10,3% en los sectores rurales, lo cual supone un mayor impacto para la población urbana que para los hogares rurales. Acorde a lo anterior, Ibarra (2016) concluye que las pérdidas sociales ocasionadas por el ejercicio de poder de mercado son importantes, además de que se determina que dichas pérdidas tienden a ser regresivas, es decir que los sectores de la población más pobres son los que más se perjudican de los efectos de las estrategias de colusión efectuadas por las empresas dominantes del mercado.

La capacidad tecnológica supone un aspecto decisivo para poder controlar el mercado de un sector, puesto que en relación al componente de desarrollo tecnológico el cual goce un producto determinado dependerá la disponibilidad que exista de bienes sustitutos cercanos o de la implantación de barreras a la entrada al mercado. Jiménez & Hurtado (2005) trata de realizar un acercamiento al nivel de concentración del mercado farmacéutico en

Colombia, basándose en indicadores de concentración con los cuales se realizará una estimación de sus implicaciones en las diferentes patologías médicas presentes en la población.

Jiménez & Hurtado (2005) realiza una aproximación de la concentración de mercado en el sector farmacéutico colombiano, conjuntamente con una descripción de los procesos de fusiones, ventas y del margen de utilidad neta del sector. También, se explora el contexto coyuntural del sector sujeto a análisis, primordialmente, se analiza el período comprendido entre los años 2001 y 2003. Finalmente, Jiménez & Hurtado (2005) relacionan las implicaciones de la estructura de mercado con las principales enfermedades que provocan la mayoría de fallecimientos en el país, las cuales suponen: la diabetes mellitus, isquemias y enfermedades cardiovasculares.

Jiménez & Hurtado (2005) concluyen que las enfermedades analizadas en su trabajo de investigación se ven fuertemente afectadas por un grupo dominante de empresas farmacéuticas, lo que supone una limitación para el acceso a medicamentos por parte de la población. Los procesos de investigación son realizados principalmente por las empresas extranjeras, puesto que se caracterizan a las farmacéuticas nacionales como empresas de pequeño y mediano tamaño, las cuales se dedican principalmente a elaborar medicamentos genéricos. Por otro lado, se evidenció que los fármacos de origen nacional y genéricos tienden a costar un 25% menos que los medicamentos originales fabricados por las grandes empresas internacionales.

La implantación de barreras de entrada pueden fundamentarse en el amplio conocimiento que las empresas tengan de los proveedores y en ocasiones, de ciertas ventajas que estas empresas les puedan ofrecer. No necesariamente aquello puede significar una acción ilegal, sin embargo es una estrategia de implantación de barreras al ingreso de posibles competidores. Macedo & Bianco (2009) buscan identificar las condiciones existentes en cuanto a poder de mercado se refiere, además de que se procede a identificar si existe disponibilidad de productos sustitutos de las desmotadoras de algodón. También se aborda la posición en cuanto a movilidad espacial se refiere, puesto que este aspecto podría

considerarse como un determinante que pudo haber influenciado en la posición de dominio por parte de las empresas desmotadoras.

Macedo & Bianco (2009) realiza un estudio de las condiciones de concentración de mercado presente en el sector algodonero a través de la estructuración del índice de concentración de Herfidahl-Hirschman (IHH), la Razón de concentración, el Costo de transporte del algodón, la Superficie de cultivo, su producción y los gastos en insumos, indicadores que darán feaciencia del desenvolvimientoto del sector y de su estructura, con lo cual se procederá a determinar el comportamiento temporal de los procesos de concentración realizados por las empresas dominantes y se especifican las condiciones productivas del sector.

Macedo & Bianco (2009) concluyen que el sector se encuentra concentrado y presenta un abuso del poder de mercado ejercido por parte de las principales empresas desmotadoras de algodón en la región. Seguido a ello, se evidenció que los que los agricultores desarrollan sus actividades en función de una estructura productiva minifundista, además de que las empresas desmotadoras gozan de un dominio sobre el sector siendo los principales prestamistas de los pequeños agricultores. Esto amerita una barrera de entrada al mercado importante, puesto que supone una ventaja al presionar a los posibles incursores del mercado. También se identificó a la oferta de algodón como inelástica, debido principalmente a la ausencia de bienes sustitutos cercanos a este producto, que conjuntamente con la existencia de una relación de los precios y el poder de mercado ejercido por la industria desmotadora, suponen un sector sumamente permeable a la incursión de nuevas empresas y a la posibilidad de garantizar una competencia equitativa.

En el acontecer económico puede darse la situación de que el concentrar el mercado no necesariamente conlleve algún beneficio más allá del de incrementar las ventas, posiblemente por la alta competitividad de el sector externo o por la ausencia de barreras de entrada al mercado. En el contexto de la producción mundial de aceite de Palma, Navarro, Ocampo, & Saumeth (2013) buscan estudiar la estructura de mercado de la producción mundial de Aceite de Palma y se plantea el análisis de la influencia de esta

variable sobre el nivel de precios del producto. El ámbito de estudio realizado por Navarro et al. (2013) nace de la importancia que tiene la producción de Aceite de Palma para las exportaciones colombianas. Por tal razón, la Cámara de Comercio de Cartagena y el Observatorio del Caribe Colombiano de Cartagena incursionaron en el desarrollo del análisis de la estructura de mercado de este sector, para poder competir dentro del mercado de Aceite de Palma con un conocimiento precedente el cual permita a los productores colombianos tomar decisiones y estrategias adecuadas.

Navarro, et al. (2013) realizan un estudio de características causales por medio de un análisis de correlación entre los niveles de concentración de mercado del sector y los precios del Aceite de Palma establecidos en el mercado del Aceite de Palma. Con el objeto de efectuar dicho estudio, se realiza un análisis estadístico de correlación conjuntamente con la descripción del Índice de Herfindahl-Hirschman (IHH), el índice de Dominación (ID), la tasa de concentración (CR) y del precio del Aceite de Palma en el mercado internacional. El período de estudio del trabajo investigativo de Navarro, et al. (2013) se encuentra comprendido entre los años de 1985 al 2005.

La investigación concluye que el sector de producción de aceite de palma se encuentra fuertemente concentrado, con claros indicios de conformar un monopolio, pero con un descenso de la concentración durante los últimos años del período de estudio. Se encontró una considerable relación existente entre los precios internacionales del producto y el grado de concentración de mercado, sin embargo, no se observó la presencia de abuso de poder de mercado, lo cual asume que una estructura concentrada no necesariamente implica ejercer poder sobre este como un monopolio u oligopolio. Esto se debe a la facilidad que existe de incursionar en el sector, con lo cual se observó un cambio del liderazgo del mercado, puesto que pasó de estar dominado por un solo productor a encontrarse liderado por dos productores.

Por otro lado, también existen sectores de suma importancia que carecen de bienes sustitutos cercanos que se encuentran concentrados y que ejercen poder de mercado, como es el caso del sector de comercialización minorista de gasolina en las Islas Canarias

abordado por Perdiguero & Jiménez (2009). En sus investigaciones se busca identificar las principales características de este mercado en las Islas Canarias, puesto que este escenario permite definir al mercado relevante y a la existencia de una estructura de competencia imperfecta como por ejemplo un monopolio u oligopolio, con lo cual se pretende determinar el comportamiento estratégico de las empresas en el mercado.

Perdiguero & Jiménez (2009) realizan un análisis explicativo de la conducta de la empresas dentro del sector basándose en una comparación entre diferentes zonas geográficas de las islas a través de un modelo de variaciones conjeturales, mediante el cual se pretenderá establecer si sus decisiones se toman en un contexto oligopólico o monopolístico. El modelo de variaciones conjeturales permitirá realiza una aproximación paramétrica de la conducta de la industria bajo el supuesto de homogeneidad del producto.

Perdiguero & Jiménez (2009) concluyen que el mercado de comercialización de gasolina tiende a ser un oligopolio con la presencia de claros indicios de ejercicio de colusión por parte de las empresas dominantes. Por otro lado, se evidencia que la demanda de gasolina es inelástica y no se registra un comportamiento de competencia a la Cournot. Por otro lado, se observó la presencia de una red de industrias concentradas, así como la ausencia de efectos positivos derivados del cambio de modelo económico en la región, con lo cual la concentración de mercado presente en el sector supondrá una pérdida del bienestar económico de la población.

Los intermediarios pueden tener un amplio control sobre los mercados, puesto que pueden implantar precios tanto para la adquisición de bienes directamente desde sus productores, como para la venta a los consumidores. Esto supone amplios márgenes de rentabilidad tan solo por la comercialización de bienes, lo cual desestimaría a las características inelásticas de la demanda como circunstancia favorecedora de las condiciones de concentración de mercado, puesto que la ausencia o disponibilidad de productos sustitutos no serían importantes ya que los intermediarios controlan la cadena de suministro y sería suficiente para controlar el mercado. Sierra, et al. (2005) tratan de estudiar el principal medio de comercialización de la carne de cerdo en Yucatán, así como las implicaciones de la

estructura de mercado observada en el sector y la carga que obtiene el precio percibido por el porcicultor derivada de la concentración de mercado.

Sierra, et al. (2005) realiza un estudio de los canales de comercialización de la carne de porcino y de la descripción de los márgenes de rentabilidad, fundamentándose en un indicador indirecto propuesto por Caldentey (Sierra, y otros, 2005). Este indicador consiste en reconocer la cadena de distribución desde que el producto es adquirido a su fabricante hasta que la mercancía llega al consumidor final. La información fue obtenida a partir de una encuesta dirigida a los gerentes de producción de las agrupaciones de porcicultores y del Sistema de Información Agroalimentaria y Pesquera (SAGARPA), de los Anuarios estadísticos oficiales del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), del Comité Estatal para el Fomento y Protección Pecuaria del Estado de Yucatán y del Sistema Nacional de Información e Integración de Mercados de la Secretaría de Economía.

Sierra, et al. (2005) concluyen que los procesos de comercialización de carne de cerdo se encuentran fuertemente influenciadas por las empresas dominantes del sector. Se han identificado procesos de integración vertical que han puesto en ventaja a las grandes comercializadoras e intermediarios en el sector. Es apreciable que el comerciante mayorista obtiene mayores márgenes de beneficios derivados de las transacciones comerciales de la carne de porcino en Yucatán. La investigación estima que aproximadamente tres quintas partes del precio que paga el consumidor son percibidas por los agentes intermediarios o comercializadores. Por último, se registró una tendencia descendente de los precios de la carne de cerdo, la cual ha originado un incremento de la competitividad del producto con respecto a la carne de res y de pollo.

En el presente apartado se describieron las motivaciones, objetivos, metodología y las conclusiones de cada uno de los trabajos de investigación y de los autores propuestos como base bibliográfica del presente documento, de los cuales se han rescatado los procesos metodológicos y los hallazgos obtenidos por cada uno de estos autores de manera que se pueda tener una fuente fehaciente del procedimiento de investigación.

Tabla 14. Tabla resumen de la bibliografía.

Autores	Variables	Indicadores	Modelo Econométrico	Principales conclusiones o aportaciones
Acuña, Viana & Sáenz (2009)	<ul style="list-style-type: none"> - Concentración de mercado. - Precios del banano. 	<ul style="list-style-type: none"> - Índice de Herfindahl-Hirschman. - Precios al productor de Banano. - Efectos cíclicos de los precios. 	<ul style="list-style-type: none"> - Modelo de regresión lineal múltiple a través de Mínimos Cuadrados Ordinarios del Precio al productor en función del índice de de Herfindahl-Hirschman y de la variable dicótoma de efectos cíclicos de los precios. 	<ul style="list-style-type: none"> - Las comercializadoras locales de banano presentan concentración de mercado. - Se evidenció una relación inversamente proporcional entre los precios y el Índice de Herfindahl-Hirschman. - Se estimó la pérdida que tienen los productores en aproximadamente en 0,68 pesos, que en todo el año 2004 ascendieron a una pérdida de 30.136.659.223 pesos. - Las estrategias de las comercializadoras en el departamento de la magdalena es de tipo Stackelberg.
Aparicio (2004)	<ul style="list-style-type: none"> - Estructura Comercial. - Formación del precio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Índice de Concentración de Herfindahl-Hirschman (IHH). - Razón de concentración (RC). - Margen de comercialización. - Margen bruto. - Margen neto. 	Ninguno	<ul style="list-style-type: none"> - En el valle de Barranca existe presencia de poder de mercado y un ejercicio abusivo del mismo por parte de los intermediarios del maíz amarillo duro. - En el valle de Cañete no se registró la presencia de abuso de poder de mercado por parte de los intermediarios. - Presencia de un vínculo entre los precios internacionales y los precios nacionales del maíz amarillo. - En el valle de Barranca se identificó un alto nivel de concentración de mercado. - El valle de Cañete muestra un índice de concentración bajo. - La presencia de barreras de entrada son más altas en el valle de Barranca que en el de Cañete.

Arévalo & Herrera (2008)	<ul style="list-style-type: none"> - Preferencias del Consumidor. - Concentración de mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> - Probabilidad de sustitución de los canales nacionales por los extranjeros. - Aspectos de negociación con el TLC. - Ratings. - Pauta Publicitaria. - Número de suscriptores. - Índice de Herfindahl-Hirschman. 	Ninguno	<ul style="list-style-type: none"> - El ingreso de nuevos operadores de televisión paga afecta a la probabilidad de sustitución de los canales nacionales por los de origen extranjero. - La salida del mercado de operadores ilegales se ve compensado por la entrada de nuevos operadores legales. - La emisión de producciones extranjeras en canales nacionales incrementa la sustitución por canales privados. - Ausencia de concentración de mercado y de poder de mercado.
Artero, Herrero & Sánchez (2005)	<ul style="list-style-type: none"> - Competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Resultados netos. - Ratio de endeudamiento. - Número de suscriptores. 	Ninguno	<ul style="list-style-type: none"> - El sector televisivo abierto registra altos índices de rentabilidad. - Presencia de una estructura oligopolística en el sector de televisión abierta. - Se observó una transición de un monopolio a un oligopolio a partir del año 1997. - Cerca del 90% de la cuota de mercado se encuentra controlada por cuatro empresas. - Se registró un incremento de la oferta televisiva. - La concentración del sector de televisión ha disminuido la calidad del contenido televisivo.

Castillo (2008)	– Concentración de mercado.	<ul style="list-style-type: none"> – Razón de concentración a cuatro empresas (CR4). – Razón de concentración a ocho empresas (CR8). – Índice de Herfindahl-Hirschman (IHH). – Índice de Rosenbluth (RI). 	Ninguno	<ul style="list-style-type: none"> – La industria de carnes frescas registra una estructura de mercado de competencia perfecta. – La inversión en tecnología generó un incremento de la concentración. – La reducción del consumo de carnes rojas ocasionó un exceso de capacidad instalada. – Presencia de correlación negativa entre la razón de concentración (CR4) y los precios al productor.
Duarte (2013)	<ul style="list-style-type: none"> – Ingresos. – Gastos. – Capacidad Instalada. 	<ul style="list-style-type: none"> – Ingresos operacionales. – Ingresos no operacionales. – Costo de ventas. – Gastos en ventas. – Gastos administrativos. – Gastos no operacionales. – Depreciaciones y provisiones. – Capital de trabajo neto operativo. – Activos fijos. – Utilidad Bruta. – Precios por unidad. 	<ul style="list-style-type: none"> – Modelo de regresión lineal simple a través de Mínimos Cuadrados Ordinarios de la Utilidad bruta en función de los precios por unidad producida. 	<ul style="list-style-type: none"> – La caída de los flujos de caja influyó en la venta de Cementos Andino. – Cementos Andino entró a competir en un mercado oligopolístico. – La guerra de precios ocasionó una pérdida de los flujos de caja. – Es necesario mantener cautela al expandir una empresa en un mercado oligopólico. – Se evidencia la necesidad de establecer entes de control para la guerra de precios en el mercado y para controlar los excesos en el control del mercado.
García (2009)	– Concentración de mercado.	<ul style="list-style-type: none"> – Cuota de mercado. – Número de salas. – Cantidad de Cines y Pantallas. – Cuota de pantallas. 	Ninguno	<ul style="list-style-type: none"> – No existe presencia de una estructura oligopolística en el sector de exhibición española. – No existe ninguna empresa que sobrepase la cuota de mercado reglamentaria en España. – La presencia de operadoras de exhibición regionales contrarrestan la posibilidad de concentrar el mercado por parte de las empresas nacionales y viceversa.

Gómez y Sosa (2010)	– Concentración de mercado.	<ul style="list-style-type: none"> – Índice de concentración de las cuatro empresas dominantes (CR4). – Número de Abonados de televisión paga. 	Ninguno	<ul style="list-style-type: none"> – Las operadoras de televisión Direct to Home (DTH) y por cable seguirán disputándose por estratos socioeconómicos medios y altos. – El mercado de televisión paga se encuentra concentrado por el grupo Televisa. – Las empresas MasTV, Multivisión y Dish México registran una incursión en los estratos socioeconómicos bajos. – La alta concentración de los grupos mediáticos más importantes en México limitan la oferta y la pluralidad en la distribución de señales. – Existe un incremento de la incursión de capitales estadounidenses en el sector de televisión paga en México.
González & Zurita (2004)	<ul style="list-style-type: none"> – Costo social del poder de mercado ejercido por Telmex. 	<ul style="list-style-type: none"> – Retorno sobre activos. – Cantidad producida. – Precio de venta. – Costos totales. 	Ninguno	<ul style="list-style-type: none"> – El costo social de mantener el monopolio de Telmex es considerable. – El costo del monopolio afecta a casi toda la economía. – La existencia del monopolio genera un incremento de los costos operacionales de todas las empresas que utilizan el servicio de telefonía fija. – Las elevadas rentas de la potencial utilización de los activos fijos de Telmex por terceros implican una considerable barrera de entrada al mercado. – Es necesario dotar de mayores facultades a la Comisión Federal de Competencia para regular al sector de telefonía fija en México.

Ibarra (2016)	<ul style="list-style-type: none"> - Colusión hipotética. - Pérdida social. 	<ul style="list-style-type: none"> - Precio del mercado. - Costo marginal por empresa. - Cuota de mercado de la empresa. - Elasticidad de demanda del mercado. - Índice de Herfindahl-Hirschman. - Margen precio-costo. 	Ninguno	<ul style="list-style-type: none"> - Las pérdidas sociales ocasionadas por el ejercicio del poder de mercado son significativas. - Las pérdidas sociales son regresivas. - Las pérdidas sociales derivadas de la colusión en el mercado son mayores en los sectores rurales que en los urbanos.
Jiménez & Hurtado (2005)	<ul style="list-style-type: none"> - Concentración de mercado. - Conducta del mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> - Indicadores de mortalidad. - Esperanza de vida de la población. - Frecuencia de patologías. - Consumo de medicamentos (Ventas). - Índice de Herfindahl-Hirschman. 	Ninguno	<ul style="list-style-type: none"> - El mercado de tratamiento de enfermedades cerebrovasculares, de Diabetes Mellitus y de morbilidad cardiovascular se encuentra controlado por estructuras monopólicas y oligopólicas, las cuales dependen de los grupos farmacológicos. - Las compañías nacionales no invierten en Investigación y desarrollo debido a su tamaño. - Las farmacéuticas colombianas se limitan a elaborar genéricos. - Los medicamentos de las farmacéuticas extranjeras cuestan un 25% más que los de origen genérico nacional.

Macedo & Bianco (2009)	<ul style="list-style-type: none"> - Poder de Mercado. - Movilidad espacial de bienes. - Disponibilidad de productos sustitutos. - Costos hundidos. - Concentración de mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> - Índice de concentración de Herfindahl-Hirschman. - Razón de concentración. - Costo en transporte del algodón. - Gastos en insumos agropecuarios. - Superficie de cultivo de algodón. - Producción de algodón. 	Ninguno	<ul style="list-style-type: none"> - Presencia de abuso de poder de mercado en el sector. - Los agricultores desarrollan sus actividades a través de una estructura minifundista. - Presencia de concentración de mercado en las industrias desmotadoras de algodón. - La capacidad de financiamiento a los agricultores por parte de las empresas desmotadoras y el amplio conocimiento de la vida de los agricultores suponen una importante barrera para el ingreso al mercado. - La oferta de algodón es relativamente inelástica. - Las empresas desmotadoras ejercen poder de mercado. - Existencia de una fuerte relación de los precios y el poder de mercado ejercido por la industria desmotadora en Huaral y Chincha.
Navarro, Ocampo & Saumeth (2013)	<ul style="list-style-type: none"> - Concentración de mercado. - Nivel de precios. 	<ul style="list-style-type: none"> - Índice de concentración de Herfindahl-Hirschman (IHH). - Índice de Dominación (ID). - Tasa de concentración (CR). - Precio internacional del Aceite de Palma. 	<ul style="list-style-type: none"> - Modelo de regresión lineal simple. - Matriz de correlación del ID y el IHH en relación al precio internacional de Aceite de Palma. 	<ul style="list-style-type: none"> - El mercado mundial de Aceite de Palma es fuertemente concentrado y cercano a ser un monopolio. - El mercado de Aceite de Palma pasó de ser controlado por un productor a estar controlado por dos productores en los últimos años. - El poder de mercado es limitado. - Las barreras de entrada al mercado no son importantes. - La concentración de mercado no necesariamente implica que se pueda ejercer poder de monopolio.

Perdiguero & Jiménez (2009)	<ul style="list-style-type: none"> - Comportamiento medio de las empresas en las islas en oligopolio. - Comportamiento de las islas en monopolio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Precio medio fijado por las empresas. - Cantidad de ventas por empresa. - Costes fijos, variables y totales de las empresas. - Costos Marginales por empresa. - Población de cada isla. - Número de turistas. - Coches Matriculados. - Consumo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Modelo de variaciones conjeturales del comportamiento de las empresas en oligopolio en función del comportamiento de las islas en monopolio. 	<ul style="list-style-type: none"> - El mercado comercialización de gasolina en las Islas Canarias muestra una estructura oligopolística con potencial colusión. - La demanda del mercado minorista de gasolina es inelástica. - Se registró la existencia de una red de industrias concentradas. - El modelo económico implementado en las Islas Canarias no ha incentivado la competencia perfecta. - La competencia imperfecta registrada en el sector ocasionará pérdidas del bienestar del consumidor.
Sierra et al. (2005)	<ul style="list-style-type: none"> - Estructura de mercado. - Comportamiento del precio. - Margen de comercialización. 	<ul style="list-style-type: none"> - Índice de precios al consumidor, al productor y al mayoreo. - Precio de compra. - Precio de venta. - Índice de comportamiento estacional del precio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Regresión lineal simple a través de Mínimos Cuadrados Ordinarios del Precio de la carne de cerdo en función del precio que recibe el productor. 	<ul style="list-style-type: none"> - La comercialización de carne de cerdo en Yucatán está controlada por las grandes empresas porcinas. - La integración vertical de las empresas dominantes ha desfavorecido a los comerciantes tradicionales. - El abastecedor mayorista obtiene los mayores márgenes de ganancia. - Los agentes comerciales reciben las tres quintas partes del valor que paga el consumidor por la carne de cerdo. - La tendencia descendente de los precios de la carne de cerdo ha generado mayor competitividad de este producto con respecto a la carne de res y de pollo.

Fuente: Superintendencia de Compañías.
Elaborado por: Eva Lema.

2.2 HIPÓTESIS.

Para el presente trabajo investigativo se determinaron dos hipótesis que describen la interacción y el nivel de explicación de las variables sujetas a estudio, las cuales serán comprobadas en el capítulo IV del presente trabajo de investigación.

H1: El sector de curtido y adobo de cuero en el Ecuador se encuentra concentrado.

H0₁: El sector de curtido y adobo de cuero en el Ecuador no se encuentra concentrado.

H2: La estructura de mercado incide en los niveles de rentabilidad de las empresas líderes del sector de curtido de cuero.

H0₂: La estructura de mercado no incide en los niveles de rentabilidad del oligopolio del sector de curtido de cuero.

H3: El crecimiento económico incide en los niveles de rentabilidad del oligopolio del sector de curtido de cuero.

H0₃: El crecimiento económico no incide en los niveles de rentabilidad del oligopolio del sector de curtido de cuero.

H4: Los costos de producción inciden en los niveles de rentabilidad del oligopolio del sector de curtido de cuero.

H0₄: Los costos de producción no inciden en los niveles de rentabilidad del oligopolio del sector de curtido de cuero.

CAPÍTULO III.

3 METODOLOGÍA.

Para la realización del presente trabajo de investigación, en primer lugar, se procedió a identificar el sector y a las empresas que desarrollan actividades de curtiduría. Esta actividad se encuentra identificada por el Servicio de Rentas Internas (SRI) bajo el código CIU: C142001 acorde a la Clasificación Nacional de Actividades Económicas según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (2012), sin embargo, conforme a la base de datos de la Superintendencia de Compañías del Ecuador las empresas que realizan actividades de curtiduría se encuentran identificadas bajo el código CIU: C151101, debido a esto, se identificaron a las empresas según el criterio de la Superintendencia de Compañías y para su contraste con la totalidad de ventas del sector, se tomó en cuenta el criterio del SRI.

Para el análisis de las ventas totales del sector, el estudio se basó en las estadísticas otorgadas por el SRI derivadas del formulario de declaración al impuesto al Valor Agregado (IVA) de sociedades y personas naturales “formulario 104”, puesto que brinda información referente a las ventas gravadas con el IVA, que representan prácticamente la totalidad de transacciones comerciales que las empresas realizan en el Ecuador.

Para el análisis descriptivo se utilizaron los datos de Ingresos, Ventas, Costos de producción, Activos fijos y Pasivo a largo plazo durante el período comprendido entre el año 2011 al año 2015 de las cuatro empresas más representativas del sector, que en este caso son Curtiduría Tungurahua S.A., Servicueros S.A., Curtiembre Renaciente S.A. y Tenería San José Cía. Ltda. Además, se presentan indicadores de solvencia, liquidez y rentabilidad, para lo cual se adoptó al Endeudamiento patrimonial como un indicador de solvencia, a la Liquidez corriente como un indicador de Liquidez y al Margen bruto de rentabilidad como índice de Rentabilidad. Para la elaboración de estos indicadores financieros, fue necesario identificar a las cuentas del Activo y Pasivo corriente, los

Activos y Pasivos Totales y la cuenta del patrimonio, de manera que se puedan efectuar las relaciones antes mencionadas.

Según Tanaka (2005) el Endeudamiento patrimonial representa el respaldo patrimonial que poseen las deudas de una empresa, cuya fórmula supone la división entre el Pasivo a largo plazo para el patrimonio neto de una empresa, como se detalla a continuación:

$$\text{Endeudamiento patrimonial} = \frac{\text{Pasivo no corriente}}{\text{Patrimonio}}$$

El valor ideal de este indicador financiero es entre 0,4 a 0,6, un valor menor a 0,4 indicaría que existe un exceso de capital en la empresa, así como un valor mayor a 0,6 implicaría un sobre financiamiento por parte de la empresa sujeta a análisis (Caballero, 2014).

De igual manera en conformidad a lo que afirma Aching (2006), el ratio de Liquidéz corriente es un indicador de los niveles de liquidez de una empresa, el cual muestra qué porcentaje de las deudas al corto plazo son respaldadas por el activo, lo cual supone un alcance del vencimiento de las deudas. El valor ideal de la liquidez corriente oscila entre un 1,5 a 2, para lo cual, un valor de 1 refleja una tendencia creciente de financiamiento al largo plazo, mientras que valores inferiores a 1,5 podría indicar un potencial riesgo de impagos por parte de la empresa; así mismo, si el ratio de liquidez corriente es mayor a 2 implicaría la presencia de activos ociosos (Caballero, 2014). Su expresión matemática es la siguiente:

$$\text{Liquidez corriente} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

El indicador Margen bruto de rentabilidad representa el nivel de utilidad que se obtiene en relación a cada dólar de ventas realizadas al cubrirse todos los costos de producción de los bienes, el cual se obtiene de la división de la diferencia entre las ventas y el costo de ventas para las ventas realizadas (Aching, 2006), como se muestra a continuación:

$$\text{Margen bruto} = \frac{\text{Ventas} - \text{Costo de ventas}}{\text{Ventas}}$$

Mientras mayor sea el porcentaje obtenido del margen bruto, mayor será la utilidad generada por cada dólar que sea vendido y también refleja la eficiencia de la operacionalización y de la asignación de costos que poseen los productos (Aching, 2006). Este indicador fue utilizado para las estimaciones a través de modelos econométricos con el objetivo de analizar el nivel de relación que presenta la concentración de mercado y la rentabilidad de las empresas estudiadas.

Por otro lado, se procedió a estimar el nivel de concentración de mercado en el sector a través del Índice de Herfindahl-Hirschman, el cual se calcula sumando los cuadrados de cada cuota de mercado de las empresas existentes en el sector (Praking & Loría, 2010). Debido a que las participaciones porcentuales se encontraron expresadas en decimales, fue necesario elevarlas al cuadrado y multiplicarlas por 10.000.

En lo que respecta al análisis econométrico, se estructuraron dos modelos de regresión lineal simple y tres modelos de regresión lineal múltiple, de los cuales se identificarán a cuatro variables de interacción: la rentabilidad que se encuentra expresada a través del margen bruto de rentabilidad, la concentración de mercado representada por el índice de concentración de Herfindahl-Hirschman, el crecimiento económico como tasa de variación del PIB y los costos de producción de las cuatro compañías más representativas del sector.

El primer modelo se encontró estructurado por la rentabilidad (Margen bruto) en función de la concentración de mercado (Índice de Herfindahl-Hirschman) como lo establece Duarte (2013) al presentar un modelo de regresión lineal simple representando a la rentabilidad o utilidad bruta como variable dependiente y a los precios por unidad producida como variable independiente. En este caso, a diferencia de lo establecido por Duarte (2013) en el primer modelo se toma como variable independiente a la concentración de mercado, con el objetivo de determinar la incidencia y el grado de

explicación de la rentabilidad de las cuatro empresas más representativas del sector en función del grado de concentración del sector, que básicamente busca el mismo objetivo que Duarte (2013). El modelo número 1 se encontrará estructurado de la siguiente forma:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + u$$

Donde:

$Y =$ Rentabilidad (Margen bruto).

$X_1 =$ Concentración de mercado (Índice de Herfindahl – Hirschman).

$u =$ Error de perturbación.

β_0 y $\beta_1 =$ Estimadores.

El segundo modelo explica a la concentración de mercado, es decir, al índice de Herfindahl-Hirschman en función de la Rentabilidad o margen bruto, dicho de otra forma, el modelo número 2 es la versión inversa del modelo de regresión lineal anterior, esto con el objetivo de analizar el grado de explicación de la concentración de mercado en función de la rentabilidad que puedan obtener las empresas líderes del sector. El modelo se estructuró de la siguiente manera:

$$X_1 = \beta_0 + \beta_1 Y + u$$

Donde:

$X_1 =$ Concentración de mercado (Índice de Herfindahl – Hirschman).

$Y =$ Rentabilidad (Margen bruto).

$u =$ Error de perturbación.

β_0 y $\beta_1 =$ Estimadores.

El modelo número 3 se encontró diseñado por las tasas de variación del margen bruto de rentabilidad en función de la tasa de variación del Índice de concentración de Herfindahl-Hirschman y del crecimiento económico expresado a través de la tasa de crecimiento del PIB del Ecuador. Este modelo de regresión lineal múltiple pretende analizar la incidencia y el grado de explicación de los márgenes de rentabilidad de las principales empresas del sector de curtiduría de cuero en el país en función de la concentración del mercado y del comportamiento de la economía en su contexto. Cabe recalcar que nuevamente se adopta el criterio de Duarte (2013) de establecer a la rentabilidad como variable dependiente, salvo que para este modelo se incorporó la interacción de la tasa de crecimiento del PIB. El modelo se encuentra conformado de la forma que se detalla a continuación:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + u$$

Donde:

$Y =$ Tasa de variación de la rentabilidad (Margen bruto).

$X_1 =$ Tasa de variación del índice de Herfindahl – Hirschman.

$X_2 =$ Tasa de crecimiento del PIB.

$u =$ Error de perturbación.

β_0 y $\beta_1 =$ Estimadores.

El modelo número 4 estuvo conformado por el margen bruto de rentabilidad como variable dependiente y al índice de Herfindahl-Hirschman, la tasa de variación del PIB y los costos de producción como variables independientes. En este modelo, se incorporó a la variable de costos de producción adoptando el criterio de González & Zurita (2004) y de Duarte (2013) que no necesariamente tratan a esta variable como parte de un modelo

econométrico pero la toman en cuenta para su análisis descriptivo. Se optó por integrar a esta variable dentro del modelo, con el objeto de identificar de una mejor manera los efectos de la concentración y del crecimiento económico sobre los niveles de rentabilidad dentro del sector estudiado ya que el margen bruto de rentabilidad depende directamente de los costos de producción. El modelo econométrico se describe a continuación:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta X_3 + u$$

Donde:

$Y =$ Rentabilidad (*Margen bruto*).

$X_1 =$ Concentración de mercado (*Índice de Herfindahl – Hirschman*).

$X_2 =$ Tasa de crecimiento del PIB.

$X_3 =$ Costos de producción.

$u =$ Error de perturbación.

$\beta_0, \beta_1, \beta_2$ y $\beta_3 =$ Estimadores.

El modelo número 5 resulta directamente del modelo número 4, puesto que se aplicó el test de colinealidad a través del Factor de Inflación de Varianza (VIF) por sus siglas en inglés, lo que identificó que la variable tasa de crecimiento del PIB presentó colinealidad, por lo cual se procedió a desestimar a esta variable para el desarrollo del modelo econométrico. El modelo número 5 se encuentra estructurado de la siguiente manera:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_3 X_3 + u$$

Donde:

$Y = \text{Rentabilidad (Margen bruto)}$.

$X_1 = \text{Concentración de mercado (Índice de Herfindahl – Hirschman)}$.

$X_3 = \text{Costos de producción}$.

$u = \text{Error de perturbación}$.

$\beta_0, \beta_1 \text{ y } \beta_3 = \text{Estimadores}$.

A cada uno de los modelos se aplicaron pruebas estadísticas que permitan determinar la idoneidad de los estimadores para la realización de predicciones y de contraste de hipótesis a través de los modelos propuestos como: el test de no linealidad, el test de especificación de RESET de Ramsey, de Heterocedasticidad de White, la prueba de Autocorrelación de Durbin Watson y de Breusch-Godfrey, el test de Colinealidad del Factor de Inflación de Varianza (VIF) y de normalidad de los residuos de Jarque-Bera. Debido a el tamaño de la muestra y de la cantidad de regresoras no fue posible efectuar ciertos tests estadísticos a algunos de los modelos propuestos, como es el caso del test de Autocorrelación de Durbin Watson y de Breusch-Godfrey, el test de RESET de Ramsey, y la prueba de Heterocedasticidad de White.

CAPÍTULO IV.

4 RESULTADOS.

En la presente investigación se busca realizar un análisis de la estructura del mercado de la curtiduría CIU: C151101 en el Ecuador, de manera que en la Tabla 15 se describe el peso de cada una de las empresas que desarrollan este tipo de actividades. Se describen las ventas de cada una de las compañías, la cuota de mercado y su índice de concentración respectivo, con lo cual se puede observar qué empresas lideran el sector y qué firmas tienen menos representación en el mercado.

Tabla 15. Cuota de Mercado, corte 2015.

Empresas	Ventas 2015	Cuota de mercado	Índice de Hirschman-Herfindahl
CURTIDURIA TUNGURAHUA S.A.	12.433.762,50	39,02%	1522,27
SERVICUEROS S.A.	5.555.130,41	17,43%	303,86
CURTIEMBRE RENACIENTE S.A.	2.658.223,37	8,34%	69,58
TENERIA SAN JOSE CÍA. LTDA.	2.653.702,29	8,33%	69,34
TENERIA DIAZ CIA. LTDA.	1.718.142,73	5,39%	29,07
PROMEPELL S.A.	875.208,52	2,75%	7,54
PROINPIEL S. A.	366.862,50	1,15%	1,33
CURTIGUAL CURTIEMBRE GUAYAQUIL S.A.	280.767,04	0,88%	0,78
CABARO C. LTDA.	124.085,87	0,39%	0,15
DISIMBARO S.A.	0,00	0,00%	0,00
PIGALTE CURTIDURIA PIZARRO SA	0,00	0,00%	0,00
Otras empresas	5.202.307,02	16,32%	266,49

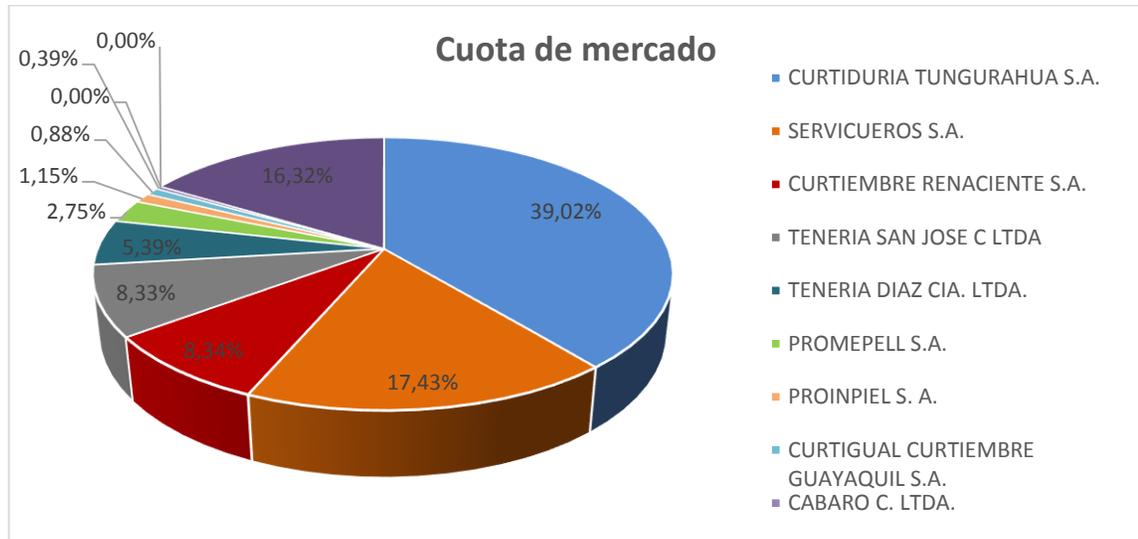
Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Eva Lema.

Como es apreciable en la *Tabla 1* y en el *Gráfico 1*, la empresa que lidera el mercado es Curtiduría Tungurahua S.A., la misma que representa el 39,02% de las ventas del sector de curtiduría CIU: C151101. En segundo lugar, se ubica Servicueros S.A. representando el 17,43% de las ventas totales en el mercado, seguida por Curtiembre Renaciente S.A. y Tenería San José Cía. Ltda. con un 8,34% y 8,33% de cuota de mercado respectivamente. En el sector existen 11 empresas activas registradas como sociedades, mientras que las empresas establecidas como personas naturales representan el 16,32%, además de que se

identificaron a dos empresas registradas en la base de datos de la Superintendencia de Compañías como activas sin embargo no registran desarrollo de actividades e sus estados financieros, como es el caso de Disimbaro S.A. y Pigalte, Curtiduría Pizarro S.A.

Gráfico 12. Cuota de Mercado, corte 2015.



Fuente: Superintendencia de Compañías.
Elaborado por: Eva Lema.

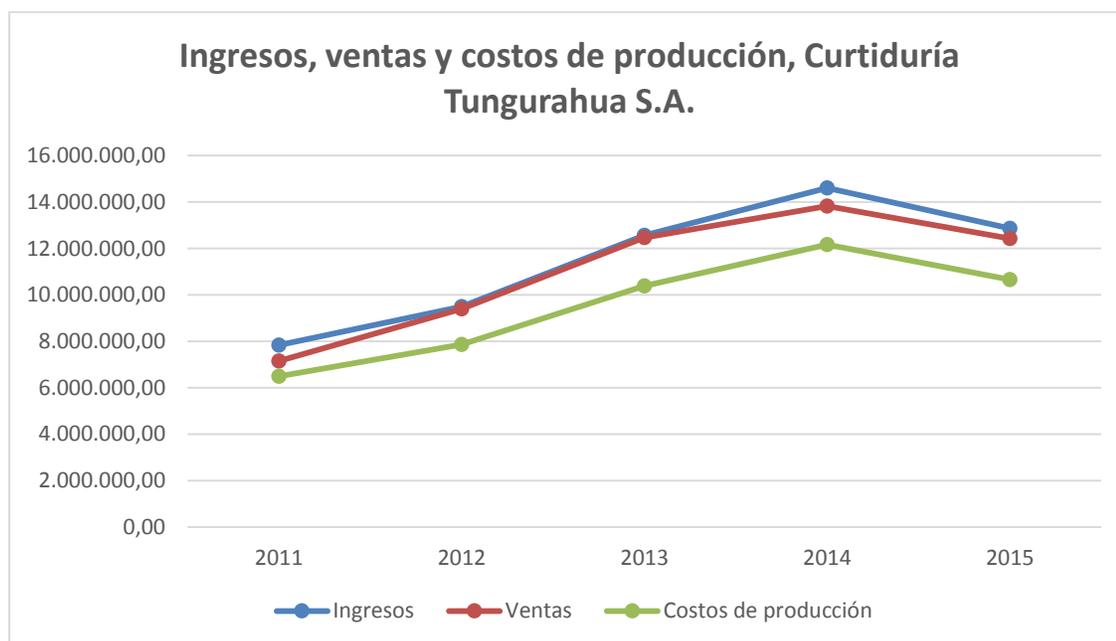
Empezando por el análisis de la compañía Curtiduría Tungurahua S.A., a continuación, se muestra el comportamiento de la firma con respecto a sus ingresos operacionales y no operacionales, así como la conducta en cuanto a Costos de producción, mejoramiento de la capacidad instalada y del incurrimento en financiación a terceros, lo cual se expresa a través de los Activos Fijos y el Pasivo a largo plazo o Endeudamiento respectivamente.

Tabla 16. Ingresos, ventas Costos de Producción, Activos Fijos y Endeudamiento Curtiduría Tungurahua.

CURTIDURÍA TUNGURAHUA S.A.					
Cuentas	2011	2012	2013	2014	2015
Ingresos	7.843.202,55	9.502.328,34	12.569.466,38	14.608.750,40	12.867.360,50
Ventas	7.157.900,52	9.400.968,82	12.468.131,30	13.827.271,30	12.433.762,50
Costos de producción	6.495.023,57	7.860.529,48	10.382.517,20	12.163.660,20	10.664.657,30
Activos Fijos	2.992.208,35	3.919.607,40	4.997.095,06	4.990.108,69	4.466.133,10
Endeudamiento	2.577.722,90	3.645.857,00	2.949.351,83	2.944.768,40	2.792.686,62

Fuente: Superintendencia de Compañías.
Elaborado por: Eva Lema.

Gráfico 13. Ingresos, Ventas y Costos de Producción, Curtiduría Tungurahua.

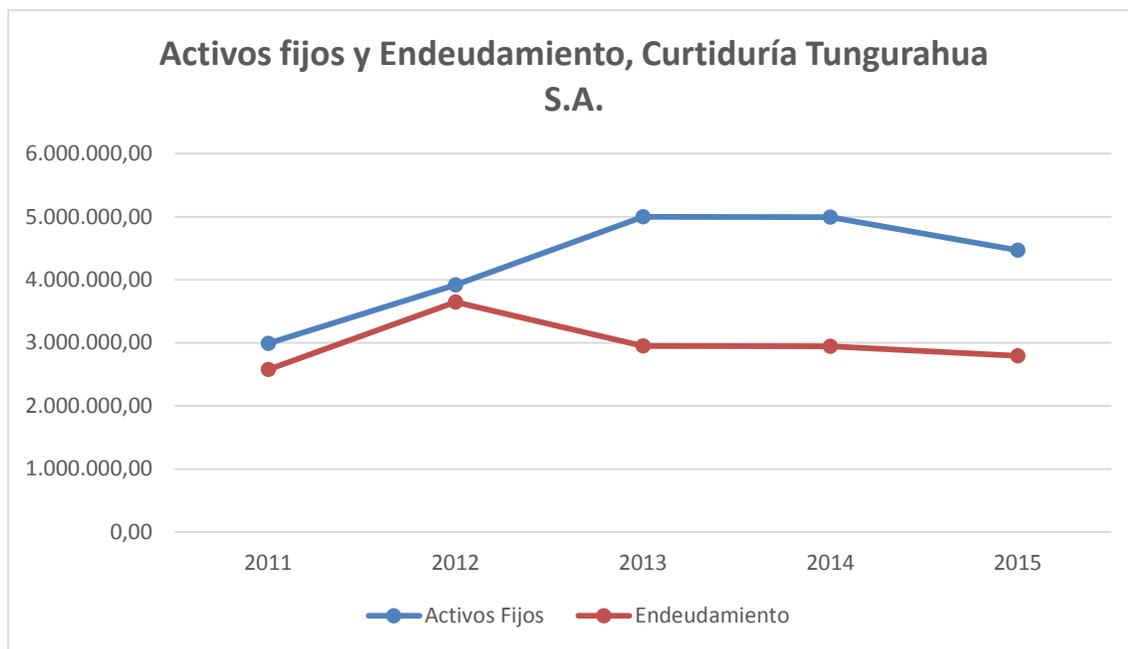


Fuente: Superintendencia de Compañías.
Elaborado por: Eva Lema.

En el Gráfico 13, se puede observar que los Costos de producción, por lo general muestran un comportamiento acorde al desarrollo de sus ventas, sin embargo, para el año 2013, Curtiduría Tungurahua S.A. presenta un incremento de sus ingresos, así como sus ventas nacionales, lo cual presumiblemente refleja un incremento de su rentabilidad derivada de una posición de dominio relativa en el mercado con respecto a sus competidores. Para finales del año 2015, se observa una disminución de las ventas locales de la empresa, a diferencia de una mínima superioridad registrada por los ingresos totales durante el mismo año. Esto muestra que para el 2015 la demanda nacional de la empresa se redujo, mientras que se presentó una favorable incursión de las exportaciones de esta empresa hacia el exterior.

Como se puede apreciar, generalmente los ingresos totales de la empresa no difieren considerablemente de sus ventas a nivel nacional, por lo que se determinaría que la compañía opera principalmente en el mercado nacional y no ofrece otros servicios diferentes a los de su actividad principal.

Gráfico 14. Activos Fijos y Endeudamiento, Curtiduría Tungurahua.



Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Eva Lema.

Curtiduría Tungurahua S.A. ha mantenido una expansión de su capacidad instalada, puesto que desde el año 2011 al 2012 ha registrado una tendencia creciente de sus Activos Fijos, conjuntamente con el Pasivo al largo plazo, lo cual implicaría que hasta el año 2012 la adquisición de activo fijo principalmente se vio financiada por fuentes externas, es decir, a través de préstamos realizados a instituciones financieras, mientras que para el transcurso del año 2013 las fuentes de financiación cambiaron o lo que es más visible, se dejó de invertir en el mejoramiento de la capacidad instalada. Para el año 2015, se registra un pequeño decrecimiento de los activos fijos de la empresa conjuntamente con un decrecimiento de la necesidad de financiamiento, lo que identificaría a una recesión.

Por otro lado, la Tabla 17 y los Gráficos 15 y 16, muestran la situación financiera que presenta la compañía en cuanto a Solvencia, Liquidez y Rentabilidad, aspectos que son reflejados por medio del indicador de Endeudamiento patrimonial, Liquidez corriente y del Margen bruto de rentabilidad respectivamente. De esta manera, se observa el comportamiento y la sostenibilidad financiera la cual experimentó la empresa a lo largo del período comprendido entre el año 2011 y el 2015.

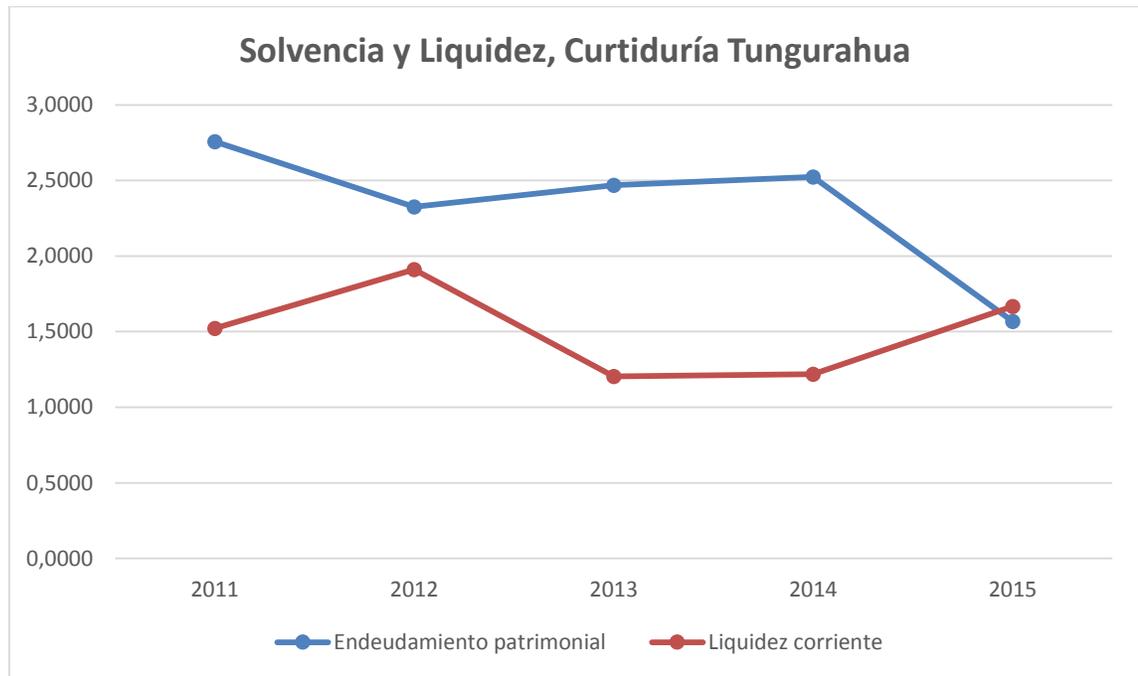
Tabla 17. Indicadores financieros, Curtiduría Tungurahua S.A.

CURTIDURÍA TUNGURAHUA					
Indicadores	2011	2012	2013	2014	2015
Endeudamiento patrimonial	2,7570	2,3266	2,4697	2,5226	1,5681
Liquidez corriente	1,5224	1,9108	1,2032	1,2181	1,6669
Margen bruto	0,0926	0,1639	0,1673	0,1203	0,1423

Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Eva Lema.

Gráfico 15. Solvencia y Liquidez, Curtiduría Tungurahua S.A.



Fuente: Superintendencia de Compañías.

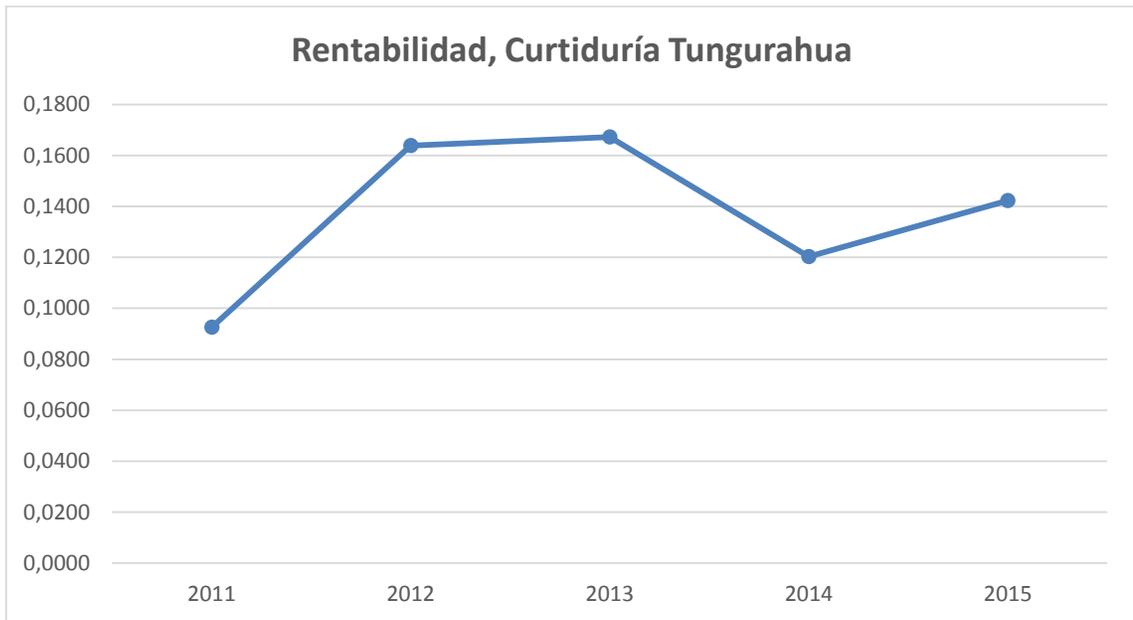
Elaborado por: Eva Lema.

En cuanto a solvencia y Liquidez, la empresa Curtiduría Tungurahua S.A. presenta bajos niveles de solvencia, puesto que todas las observaciones registran valores superiores al 0,6 de nivel de Endeudamiento patrimonial, lo cual indica que la compañía presenta un sobre financiamiento considerable (Caballero, 2014). Por otro lado, para el año 2015 la empresa experimentó una recuperación de su solvencia, de manera que para este año el valor de Endeudamiento patrimonial descendió a un 1,57.

La liquidez de la empresa por su parte, muestra valores estables del indicador de Liquidez corriente durante los años 2011, 2012 y 2015, siendo estos de 1,52, 1,91 y un 1,67

respectivamente, que según al criterio de Caballero (2014) para considerarse como valores estables se encuentran entre 1,5 y 2, mientras que durante los años 2013 y 2014 se registraron valores inferiores a 1,5 , por lo cual se determina que para estos años, la empresa experimentó iliquidez, es decir, un potencial riesgo de impago.

Gráfico 16. Rentabilidad, Curtiduría Tungurahua S.A.



Fuente: Superintendencia de Compañías.
Elaborado por: Eva Lema.

Como se puede observar en el Gráfico 16, la rentabilidad de la compañía experimentó un crecimiento durante el año 2012, registrando un valor de 0,16, mientras que la tendencia experimentó una desaceleración para el 2013 y un decrecimiento para el 2014, observándose un valor de 0,12, que para el año 2015 se recupera la rentabilidad, presentándose un valor de 0,14.

La rentabilidad de Curtiduría Tungurahua S.A. experimenta un repunte para el año 2012, sustentado en un crecimiento no armónico con el comportamiento de los costos de producción, lo que presume un incremento de los precios del cuero curtido durante este año, lo cual podría ser asociado con un potencial ejercicio de poder de mercado por parte de la empresa.

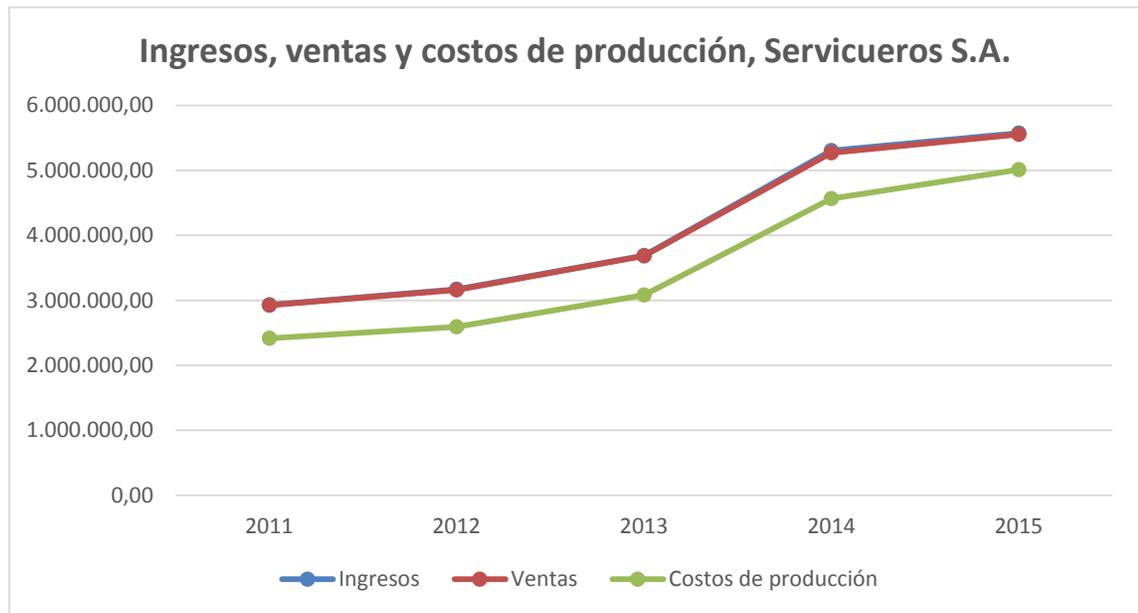
Tabla 18. Ingresos, ventas Costos de Producción, Activos Fijos y Endeudamiento, Servicueros S.A.

SERVICUEROS S.A.					
Cuentas	2011	2012	2013	2014	2015
Ingresos	2.928.436,66	3.166.953,18	3.686.269,50	5.303.736,49	5.571.819,15
Ventas	2.926.582,98	3.159.810,39	3.681.256,50	5.271.600,06	5.555.130,41
Costos de producción	2.415.028,21	2.591.183,36	3.079.162,71	4.562.157,36	5.008.394,65
Activos Fijos	217.268,75	599.536,09	916.667,48	1.054.041,76	1.361.818,58
Endeudamiento	233.509,00	512.805,21	368.027,98	559.394,60	1.202.549,20

Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Eva Lema.

Gráfico 17. Tabla 2. Ingresos, ventas Costos de Producción, Servicueros S.A.

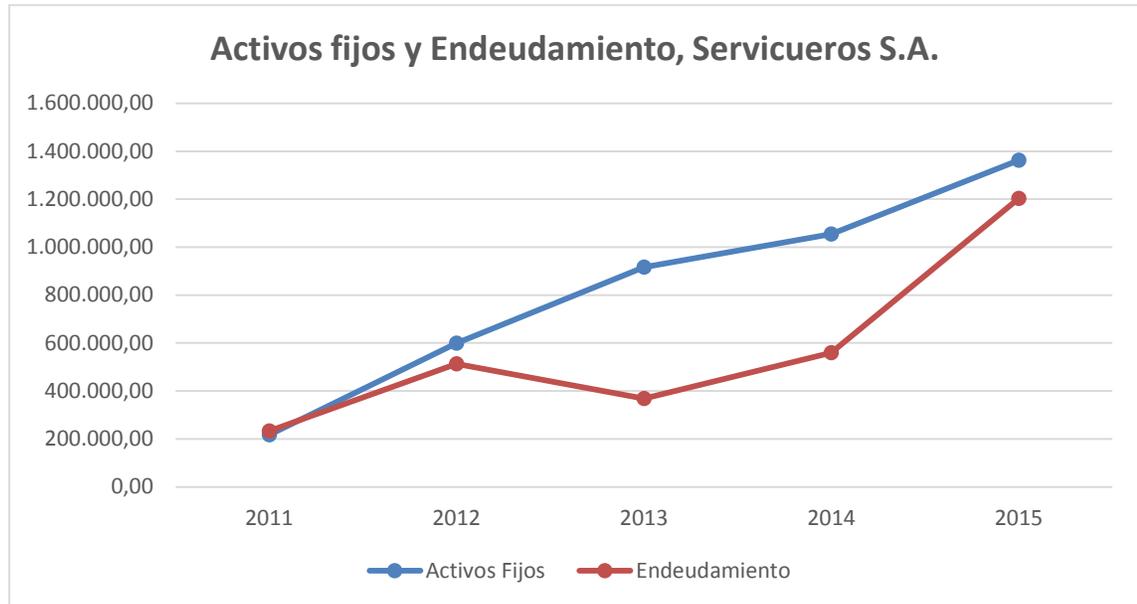


Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Eva Lema.

Como se puede observar en la Tabla 18 y en el Gráfico 17, los ingresos totales de la compañía Servicueros S.A. son equiparables a las ventas nacionales de la firma, lo que muestra que toda la producción se destina al mercado nacional, además de que no existen otras actividades fuera de la principal que efectúe la firma, es decir sus ingresos totales son en definitiva las ventas nacionales. De igual manera, se observa un comportamiento armónico entre las ventas y los costos productivos, lo que muestra que la empresa es precio aceptante, ya que en ningún año se observa un incremento que no vaya acorde al comportamiento de sus costos productivos.

Gráfico 18. Activos fijos y Endeudamiento, Servicueros S.A.



Fuente: Superintendencia de Compañías.
Elaborado por: Eva Lema.

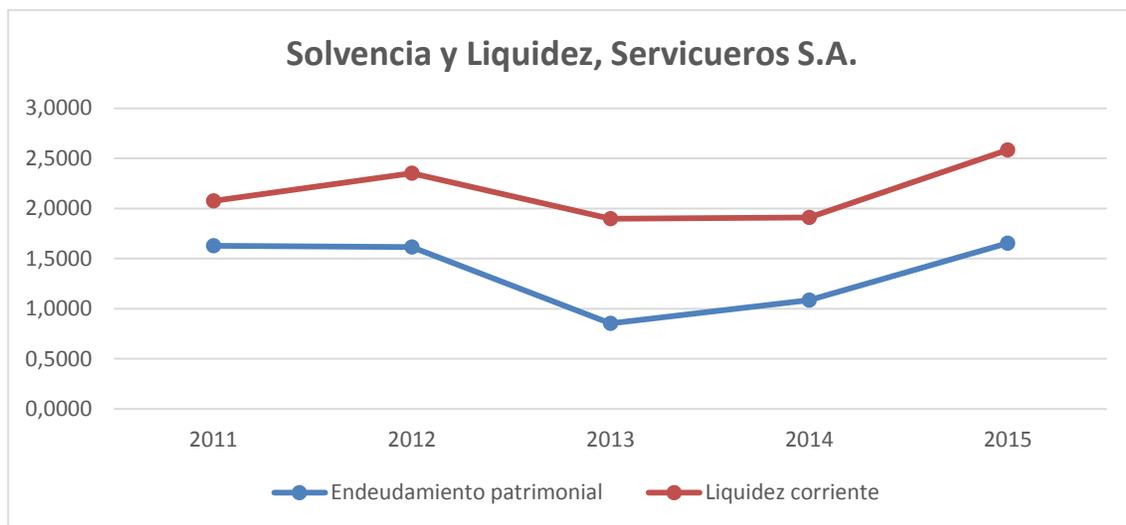
La capacidad instalada de la empresa Servicueros S.A. ha mantenido una tendencia creciente durante los años comprendidos entre el 2011 y el 2015, registrando una leve disminución para el año 2014, mientras que por otro lado, el Endeudamiento o Pasivo a largo plazo experimentó un descenso para el año 2013 y una notoria recuperación en los años posteriores, en especial durante el año 2015, lo cual muestra que el mejoramiento en cuanto a capacidad instalada efectuada durante los años 2013 y 2014 fue presumiblemente financiada por los mismos socios de la empresa, puesto que el comportamiento de los Activos fijos no responde a la tendencia del crecimiento del Pasivo a largo plazo durante dichos años.

Tabla 19. Indicadores financieros, Servicueros S.A.

SERVICUEROS S.A.					
Indicadores	2011	2012	2013	2014	2015
Endeudamiento patrimonial	1,6275	1,6142	0,8524	1,0854	1,6517
Liquidez corriente	2,0742	2,3533	1,8978	1,9091	2,5848
Margen bruto	0,1748	0,1800	0,1636	0,1346	0,0984

Fuente: Superintendencia de Compañías.
Elaborado por: Eva Lema.

Gráfico 19. Solvencia y Liquidez, Servicueros S.A.

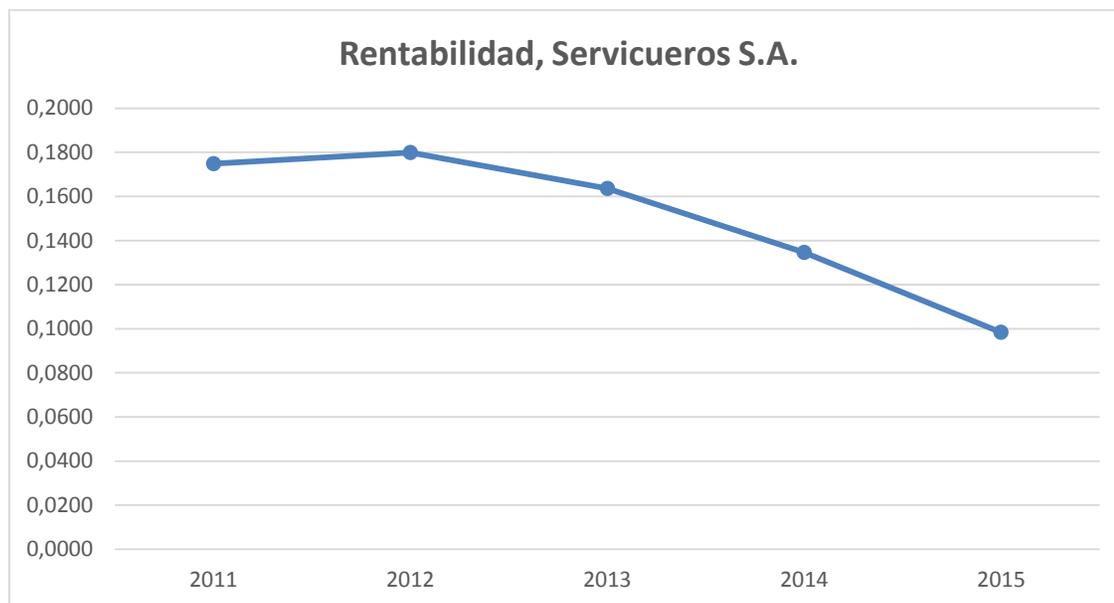


Fuente: Superintendencia de Compañías.
Elaborado por: Eva Lema.

Servicueros S.A. muestra un constante estado de insolvencia patrimonial durante los años observados, puesto que todas las observaciones registran valores superiores al 0,6 de Endeudamiento patrimonial, es decir, que la empresa presenta un sobre financiamiento en relación a su patrimonio de acuerdo al criterio de Caballero (2014), sin embargo, para el año 2013 Servicueros S.A. registró un incremento de los niveles de solvencia, registrando un valor de 0,85 de Endeudamiento patrimonial, mientras que para períodos posteriores la insolvencia tendió a crecer, siendo que para finales del año 2015 el Endeudamiento patrimonial ascendió a un valor de 1,65.

La liquidez de la compañía por su parte, tiende a ser alta a lo largo del período de estudio, es decir que, durante los años 2011, 2012 y 2015 la empresa presenta altos índices de liquidez, siendo estos de 2,07, 2,35 y 2,59 respectivamente, que conforme al criterio de Caballero (2014), siendo superior a 2 la empresa podría presentar activos ociosos. Por otro lado, durante los años 2013 y 2014 la compañía registró valores estables de liquidez, puesto que el índice de Liquidez corriente se mantuvo inferior a 2 y superior a 1,5, siendo estos valores de 1,89 y 1,91 respectivamente. En conclusión, la compañía Servicueros S.A. goza de gran liquidez, lo cual implica que la empresa se encuentra libre de riesgo de impagos a terceros.

Gráfico 20. Rentabilidad, Servicueros S.A.



Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Eva Lema.

En primer lugar, se puede observar un leve incremento de la rentabilidad de la compañía Servicueros S.A. hasta el año 2012, registrando un valor del margen bruto de 0,18. Posterior a ello, la rentabilidad de Servicueros S.A. experimenta un pronunciado decrecimiento, siendo que desde el año 2012 el margen bruto pasó de un 0,18 a un 0,0984 para el 2015, es decir que, en promedio la rentabilidad decreció en un 18,23% anual.

La disminución de la rentabilidad conjuntamente con un incremento mayor al de las ventas, muestra una potencial imposibilidad de imponer los precios en el mercado, puesto que se observó un crecimiento de la producción sin evidenciar un incremento equiparable de los ingresos por ventas, lo cual muestra que en efecto durante estos años los precios de la curtiduría de cuero desaceleraron su crecimiento, mientras que el precio de los insumos experimentó una desaceleración menor, lo cual resultó en una disminución de la rentabilidad de la compañía. Uno de los motivos de este hecho puede suponer la desaceleración que experimentó la economía ecuatoriana durante los años 2013, 2014 y 2015 con lo cual se redujo la demanda nacional, lo que implicó una desaceleración de los precios.

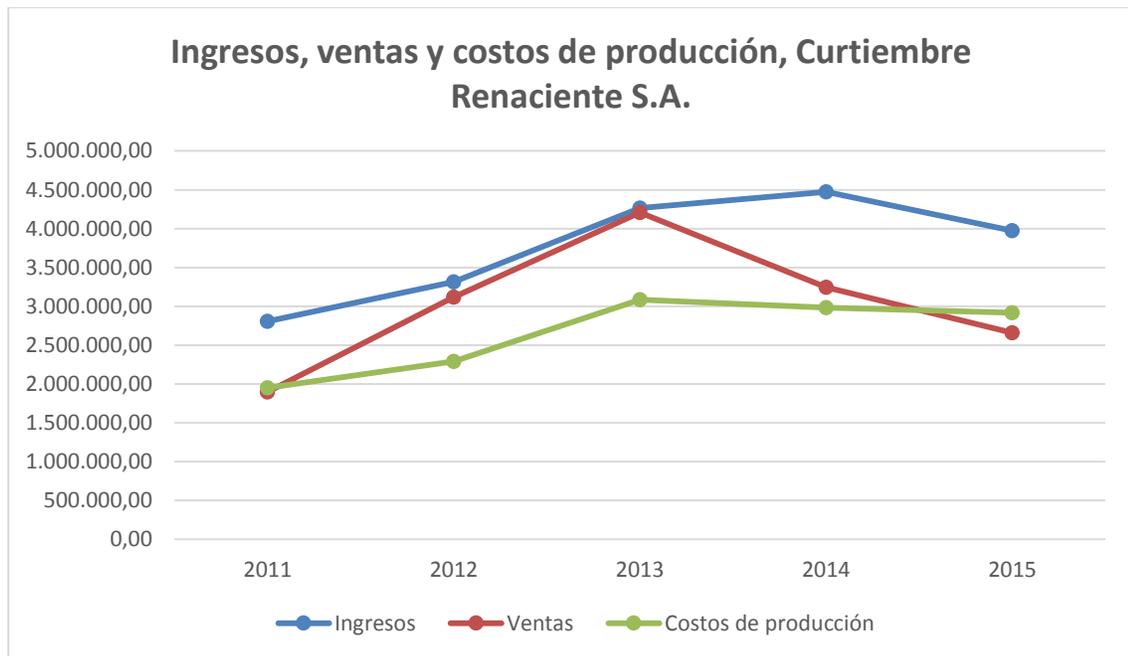
Tabla 20. Ingresos, ventas Costos de Producción, Activos Fijos y Endeudamiento, Curtiembre Renaciente S.A.

RENACIENTE S.A.					
Cuentas	2011	2012	2013	2014	2015
Ingresos	2.808.100,72	3.315.433,20	4.266.280,78	4.475.057,46	3.973.908,00
Ventas	1.898.848,00	3.116.853,76	4.205.653,05	3.245.023,03	2.658.223,37
Costos de producción	1.949.396,02	2.289.818,00	3.083.077,98	2.980.788,70	2.917.815,03
Activos Fijos	1.572.680,32	1.899.528,42	1.817.248,25	1.412.088,60	1.351.877,00
Endeudamiento	1.222.787,34	995.685,52	2.728.334,28	632.087,83	816.016,76

Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Eva Lema.

Gráfico 21. Ingresos, ventas Costos de Producción, Activos Fijos y Endeudamiento, Curtiembre Renaciente S.A.

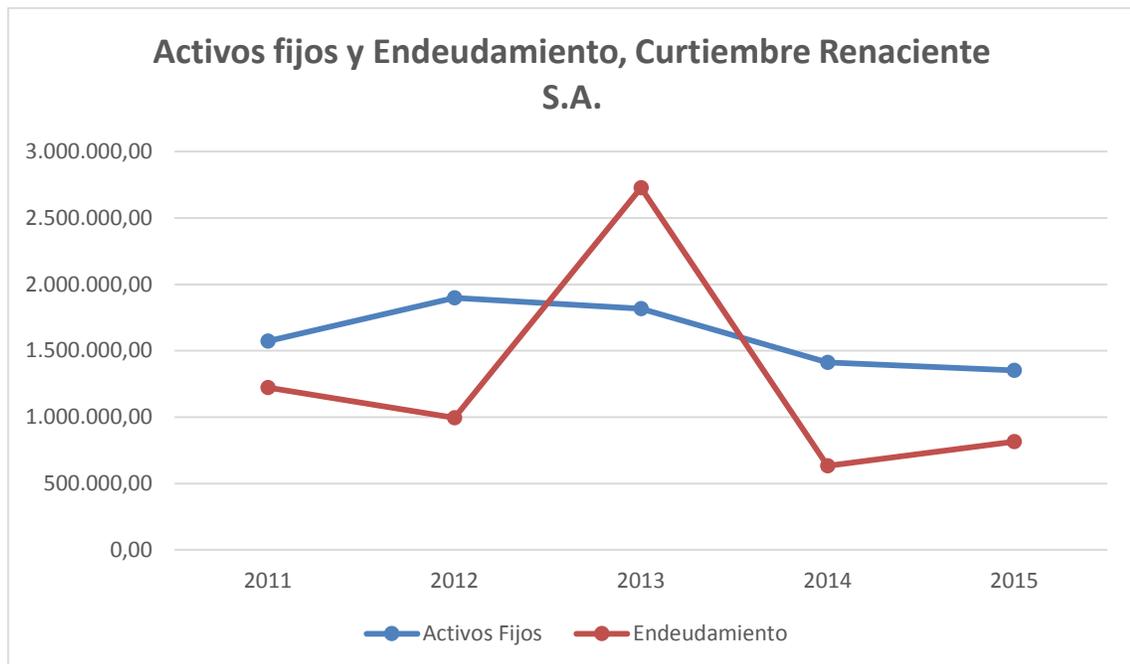


Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Eva Lema.

Las ventas de Curtiembre Renaciente S.A. experimentaron un crecimiento pronunciado desde el año 2011 hasta el 2013, a diferencia de los costos de producción que, aunque presentaron un proceso de crecimiento, este no fue tan pronunciado como el de las ventas, por lo cual este hecho sería atribuido a un incremento de los precios más que a un incremento de la producción de la compañía. Desde el año 2013 por otro lado, se evidenció un proceso decreciente de las ventas de Curtiembre Renaciente S.A., siendo que desde el 2013 al año 2015 las ventas de la compañía disminuyeron en promedio un 20,50%.

Gráfico 22. Activos fijos y Endeudamiento, Curtiembre Renaciente S.A.



Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Eva Lema.

Se ha podido observar que los activos fijos de Curtiembre Renaciente S.A. han experimentado un pequeño incremento desde el año 2011 hasta el año 2012, mientras que para años posteriores los activos fijos experimentaron una disminución paulatina, aunque durante los años 2014 y 2015 dicho decrecimiento no fue tan pronunciado en relación al año 2013. Se pudo observar también que la disminución de la capacidad instalada registrada en la empresa estuvo relacionada con una disminución del endeudamiento al largo plazo durante los años 2011 y 2015, excepto durante el transcurso del año 2013, donde el pasivo al largo plazo pasó de 995.685,52\$ a 2.728.334,28\$, es decir que se observó un crecimiento aproximado de un 174,02%. Esto podría atribuirse a una creciente necesidad de liquidez por parte de Curtiembre Renaciente S.A., de manera que la empresa comenzó a vender parte de su capacidad instalada y procedió a financiarse para obtener liquidez durante los años estudiados.

El pasivo a largo plazo experimentó un decrecimiento para el año 2014, recuperándose para el año 2015 que, conjuntamente con una reducción de la capacidad instalada observada durante dichos años se puede afirmar que, para hacer frente a la iliquidez, la

compañía se vio en la necesidad de disminuir sus activos fijos e incrementar levemente su financiamiento externo en especial durante el año 2015.

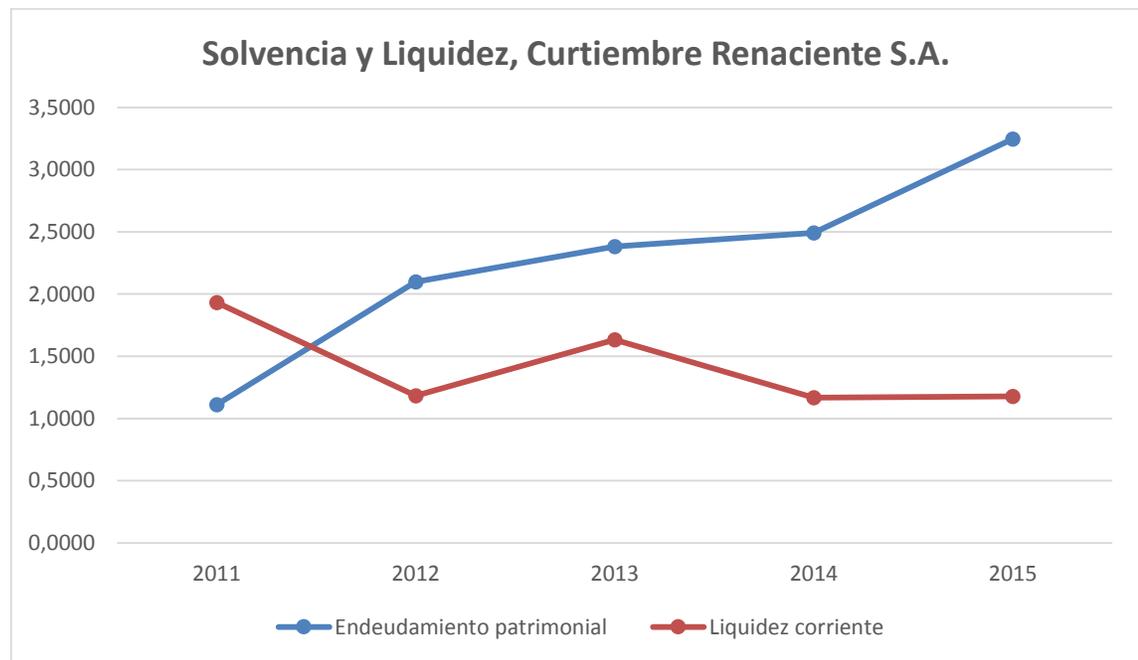
Tabla 21. Indicadores financieros Curtiembre Renaciente S.A.

CURTIEMBRE RENACIENTE S.A.					
Indicadores	2011	2012	2013	2014	2015
Endeudamiento patrimonial	1,1124	2,0987	2,3807	2,4925	3,2468
Liquidez corriente	1,9328	1,1828	1,6319	1,1672	1,1784
Margen bruto	0,3058	0,3093	0,2773	0,3339	0,2658

Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Eva Lema.

Tabla 22. Solvencia y Liquidez, Curtiembre Renaciente S.A.



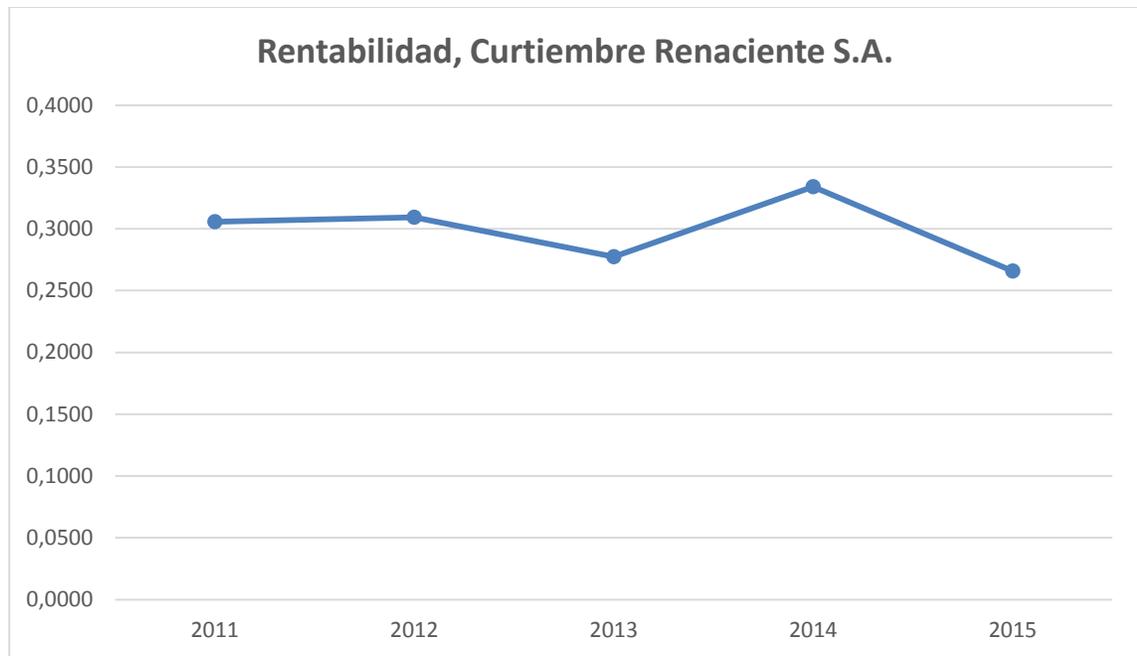
Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Eva Lema.

Durante todo el período analizado, se pudo observar que la compañía mantuvo un proceso de insolvencia, puesto que según el criterio de Caballero (2014) el endeudamiento patrimonial excedió al 0,6 durante todo el período, es más, el indicador de endeudamiento patrimonial se incrementó de un 1,11 durante el año 2011 a un 3,25 en el año 2015, es decir que, este índice creció en casi el doble durante los últimos cuatro años. Como se expuso anteriormente este proceso continuado de financiación potencialmente fue

destinado a mejorar las condiciones de liquidez de la empresa, puesto que durante todo el período la liquidez se mantiene estable, sin embargo, se evidenció un incremento de la misma durante el año 2013 que se ve estrictamente relacionado con el incremento del endeudamiento a largo plazo observado en la Tabla 7 y en el Gráfico 11, con lo cual se determina que gran parte del financiamiento incurrido por la empresa fue dirigido al sostenimiento de la liquidez de la compañía.

Gráfico 23. Rentabilidad, Curtiembre Renaciente S.A.



Fuente: Superintendencia de Compañías.
Elaborado por: Eva Lema.

El comportamiento de la rentabilidad de la compañía Renaciente S.A. muestra un comportamiento estable, puesto que desde el año 2011 al año 2015 el margen bruto experimentó un decrecimiento de apenas un 13,08%. Al principio del período se evidencia apenas un crecimiento del 1,15% desde el año 2011 al 2012, mientras que para períodos posteriores se evidenció variaciones decrecientes y de recuperación que responden a las fluctuaciones de los precios en el mercado nacional e internacional, puesto que durante estos años los costos de producción registraron un comportamiento constante, por lo cual se determina que cualquier variación en la rentabilidad es provocada por un incremento en los precios.

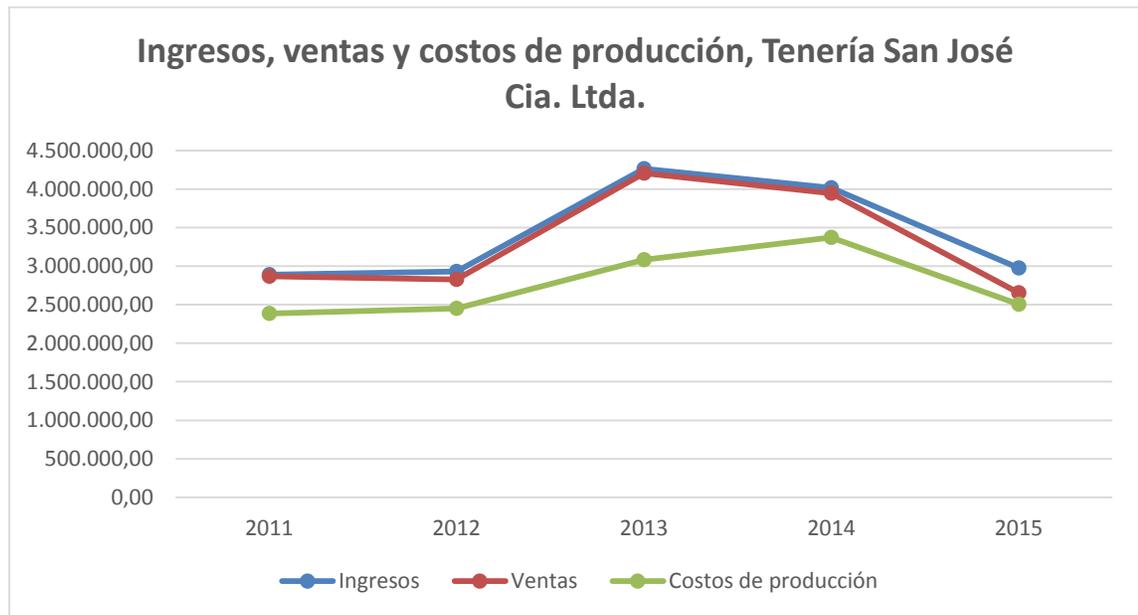
Tabla 23. Ingresos, ventas Costos de Producción, Activos Fijos y Endeudamiento, Tenería San José Cía. Ltda.

TENERÍA SAN JOSÉ CÍA. LTDA.					
Indicadores	2011	2012	2013	2014	2015
Ingresos	2.890.524,02	2.929.206,34	4.266.280,78	4.018.358,85	2.976.909,11
Ventas	2.870.574,70	2.826.163,04	4.205.653,05	3.948.487,60	2.653.702,29
Costos de producción	2.386.949,07	2.451.966,74	3.083.077,98	3.372.674,58	2.504.058,44
Activos Fijos	543.784,12	1.233.593,91	1.817.248,25	1.334.969,19	1.751.902,19
Endeudamiento	1.837.572,56	488.731,05	1.469.156,52	475.751,15	1.346.222,27

Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Eva Lema.

Gráfico 24. Ingresos, ventas y costos de producción, Tenería San José Cía. Ltda.



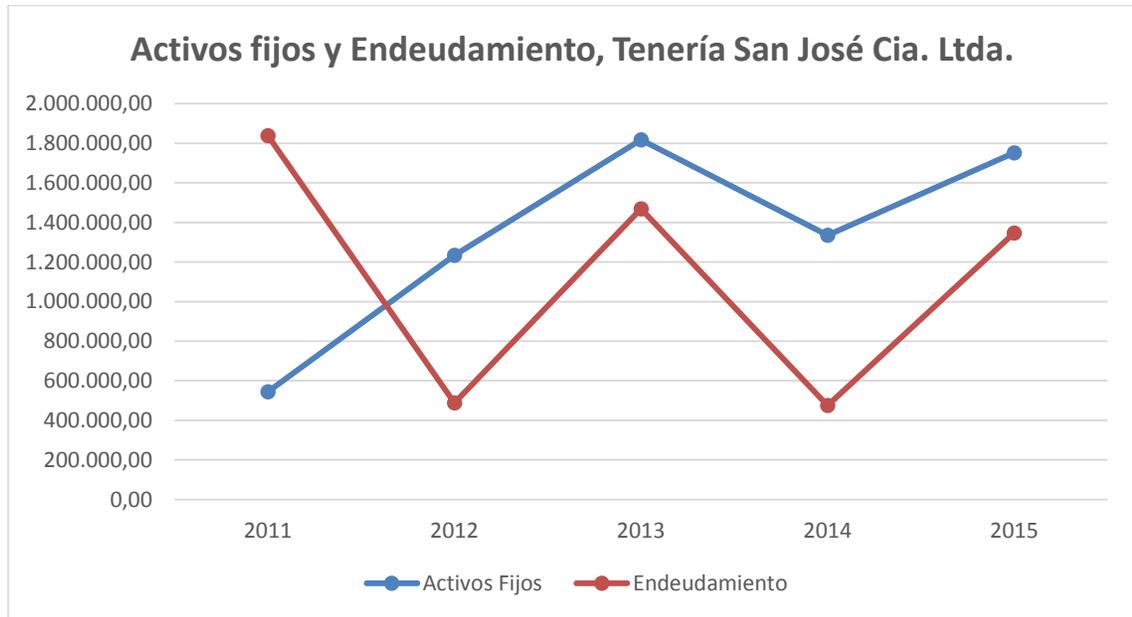
Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Eva Lema.

Las ventas de Tenería San José Cía. Ltda. muestran un crecimiento pronunciado para el año del 2013 que, en años posteriores presentó un decrecimiento hasta reducir al mínimo el margen de rentabilidad. Para el año 2013 las ventas de la compañía experimentan un crecimiento significativo muy por encima de los costos de producción, lo cual implicaría que durante este año se observó un incremento notable de los precios del cuero curtido, sin embargo, para el año 2014 las ventas experimentan un decrecimiento, a diferencia de los costos de producción que mantuvieron su tendencia de crecimiento, lo que supondría una leve reducción de los precios, mientras que para el año 2015 se observa una clara

reducción de las ventas, siendo que tanto las ventas de la compañía como sus costos de producción experimentaron una reducción marcada reduciendo al mínimo el margen de rentabilidad.

Gráfico 25. Activos fijos y Endeudamiento, Tenería San José Cía. Ltda.



Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Eva Lema.

Sin duda Tenería San José Cía. Ltda. ha invertido en la adquisición de activo fijo, puesto que se observa un crecimiento significativo durante los años 2011 y 2012, al igual que el pasivo a largo plazo, es decir que, la empresa se ha visto en la necesidad de endeudarse para ampliar su capacidad instalada. Durante los años 2014 y 2015, los activos fijos de la empresa tienden a disminuir, al igual que el endeudamiento al largo plazo, presentando una recuperación para el año 2015.

Durante el año 2015 se observa un repunte de la capacidad instalada de la compañía como se expuso anteriormente. De igual forma se evidenció un incremento del pasivo a largo plazo o endeudamiento durante el mismo período, lo cual muestra que posterior a la disminución de su capacidad instalada, se presumiría una nueva adquisición de bienes de capital a razón del financiamiento externo.

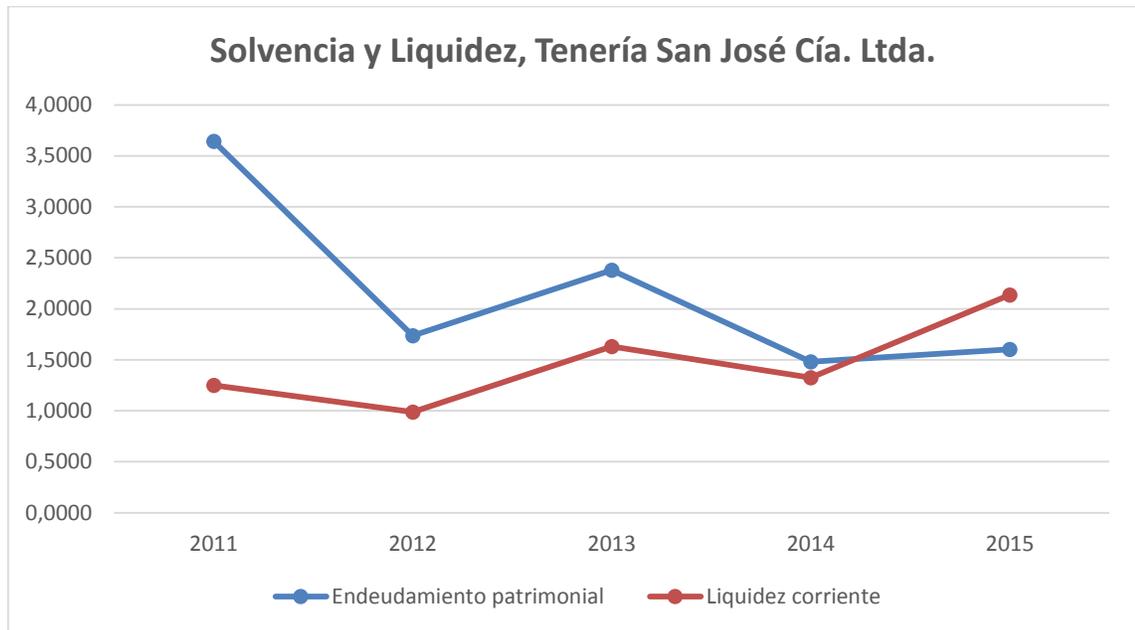
Tabla 24. Indicadores financieros, *Tenería San José Cía. Ltda.*

TENERÍA SAN JOSÉ CÍA. LTDA.					
Indicadores	2011	2012	2013	2014	2015
Endeudamiento patrimonial	3,6434	1,7358	2,3807	1,4808	1,6027
Liquidez corriente	1,2511	0,9869	1,6319	1,3251	2,1355
Margen bruto	0,1685	0,1324	0,2669	0,1458	0,0564

Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Eva Lema.

Gráfico 26. *Solvencia y Liquidez, Tenería San José Cía. Ltda.*

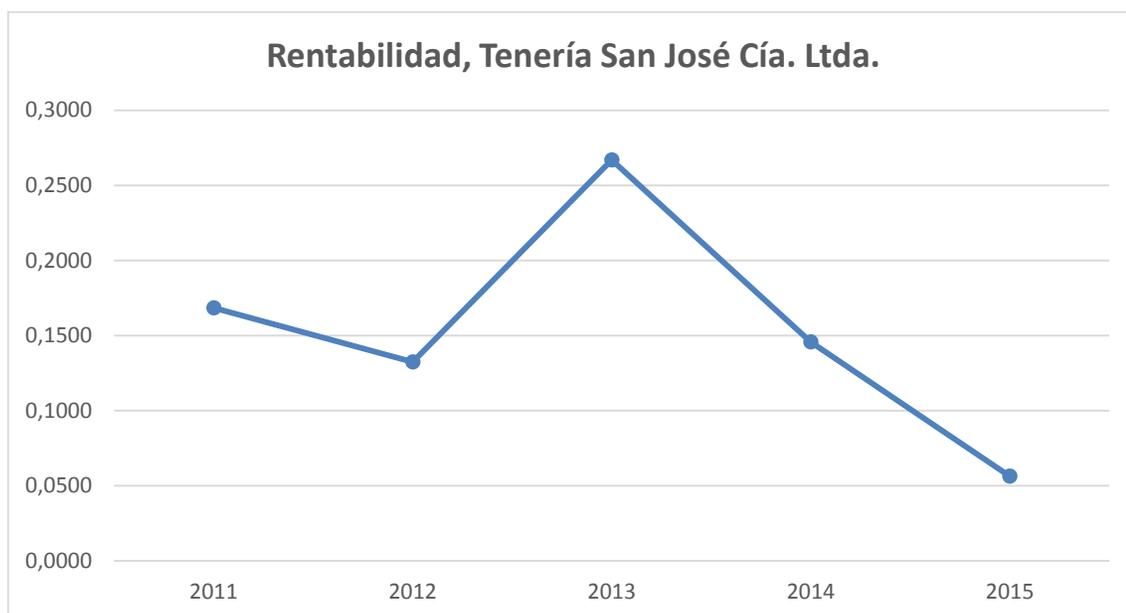


Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Eva Lema.

Durante todo el período analizado el valor del endeudamiento patrimonial es superior a 0,6, lo cual implica que *Tenería San José Cía. Ltda.* mantuvo una situación de sobre financiamiento, aunque el endeudamiento patrimonial experimentó un claro descenso para el año 2012, posteriormente percibió un incremento súbito de insolvencia, que finalmente se mantuvo hasta finales del año 2015. La empresa presentó condiciones de iliquidez durante los años 2011, 2012 y 2014, siendo valores del índice de liquidez corriente inferiores a 1,5, mientras que para los años 2013 y 2015 la compañía repuntó a un nivel estable de liquidez. Cabe recalcar que el incremento de liquidez experimentado durante el año 2013 pudo haberse relacionado con el incremento del financiamiento externo, con lo cual durante este año se registró un alto margen de rentabilidad.

Gráfico 27. Rentabilidad, Tenería San José Cía. Ltda.



Fuente: Superintendencia de Compañías.
Elaborado por: Eva Lema.

La rentabilidad de Tenería San José Cía. Ltda. presentó una disminución de su rentabilidad al inicio del período, sin embargo, durante el año 2013 el margen bruto de rentabilidad experimentó un repunte significativo que para los años 2014 y 2015 decreció en promedio un 78,88% anual. El incremento de la rentabilidad durante el año 2013 se relaciona estrictamente con el incremento de las ventas registradas en el mismo año, mientras que para posteriores años el margen bruto se reduce considerablemente, puesto que se evidencia una clara reducción de las ventas que para el año 2015 redujeron al mínimo el margen bruto de rentabilidad. Esta reducción implica una caída importante del nivel de precios en el mercado, que pudo deberse a la desaceleración de la economía ecuatoriana experimentada durante los años 2013, 2014 y 2015.

La compañía Tenería San José Cía. Ltda. se ha visto afectada al igual que sus demás competidoras por la desaceleración económica y posterior recesión acontecida durante los últimos tres años del período sujeto a estudio, sin embargo, en el período de crecimiento, la empresa muestra un claro comportamiento expansivo tanto en sus ventas como en su

capacidad instalada, presumiblemente incentivado por un incremento de la demanda y un proceso de crecimiento de la economía.

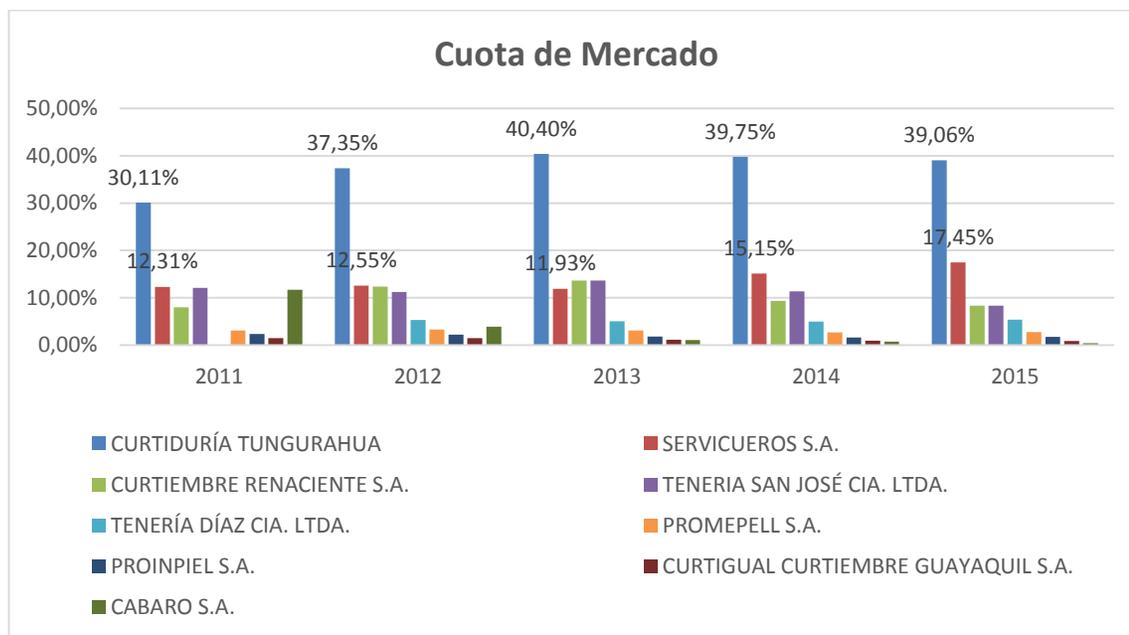
Tabla 25. Cuota de mercado e índice de Hirschman-Herfindahl.

Cuota de mercado e índice de Hirschman-Herfindahl					
Empresas	2011	2012	2013	2014	2015
CURTIDURÍA TUNGURAHUA	30,11%	37,35%	40,40%	39,75%	39,06%
SERVICUEROS S.A.	12,31%	12,55%	11,93%	15,15%	17,45%
CURTIEMBRE RENACIENTE S.A.	7,99%	12,38%	13,63%	9,33%	8,35%
TENERIA SAN JOSÉ CIA. LTDA.	12,08%	11,23%	13,63%	11,35%	8,34%
TENERÍA DÍAZ CIA. LTDA.	0,00%	5,31%	5,04%	5,01%	5,40%
PROMEPELL S.A.	3,07%	3,32%	3,10%	2,70%	2,75%
PROINPIEL S.A.	2,37%	2,24%	1,83%	1,62%	1,77%
CURTIGUAL CURTIEMBRE GUAYAQUIL S.A.					
CABARO S.A.	1,53%	1,52%	1,18%	0,99%	0,88%
CABARO S.A.	11,74%	3,90%	1,08%	0,76%	0,39%
Índice de Hirschman-Herfindahl	1423,1	1893,3	2186,6	2061,8	2010,7

Fuente: Superintendencia de Compañías y SRI.

Elaborado por: Eva Lema.

Gráfico 28. Cuota de Mercado.



Fuente: Superintendencia de Compañías y SRI.

Elaborado por: Eva Lema.

Durante el período estudiado la empresa líder del mercado indiscutiblemente es Curtiduría Tungurahua S.A. manteniendo una cuota de mercado en promedio de un 30,33% a lo largo del período analizado. En segundo lugar, se encuentra la compañía Servicueros S.A. que en promedio registró una cuota de mercado de 13,88%, sin embargo, durante el año 2013 las empresas Curtiembre Renaciente S.A. y Tenería San José Cía. Ltda. ocuparon el segundo lugar alcanzado un 13,63% de cuota de mercado respectivamente, siendo que en promedio y en todo el período estas firmas se ubican en el tercero y cuarto lugar como las líderes del mercado con un 8,35% y un 8,34% de cuota de mercado respectivamente.

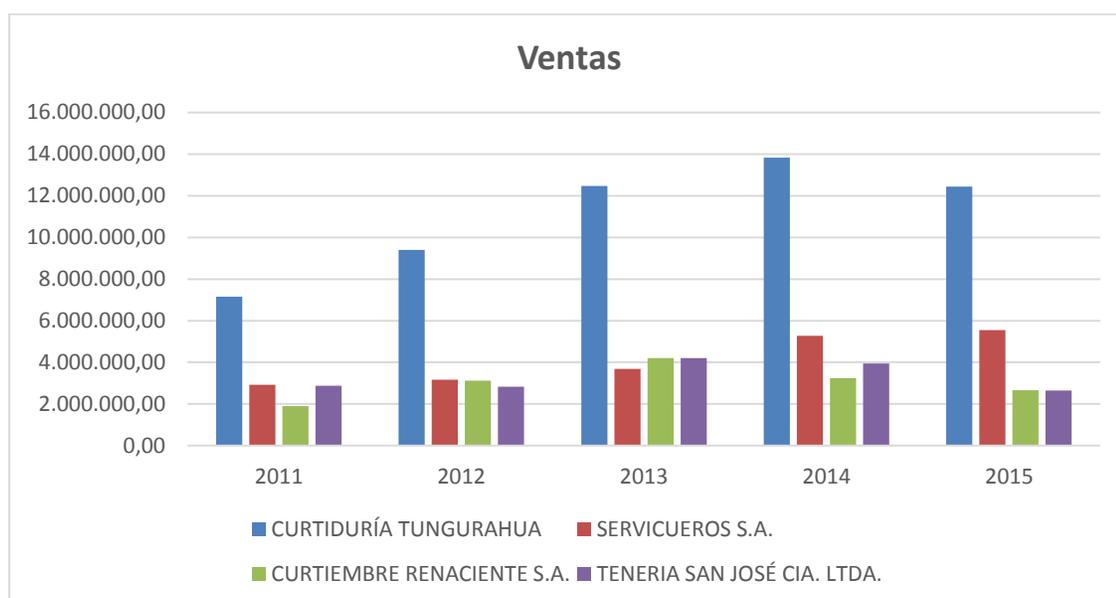
Tabla 26. Ventas, Curtiduría Tungurahua S.A., Servicueros S.A., Curtiembre Renaciente S.A. y Tenería San José Cía. Ltda.

Ventas					
Empresas	2011	2012	2013	2014	2015
CURTIDURÍA TUNGURAHUA	7.157.900,52	9.400.968,82	12.468.131,30	13.827.271,30	12.433.762,50
SERVICUEROS S.A.	2.926.582,98	3.159.810,39	3.681.256,50	5.271.600,06	5.555.130,41
CURTIEMBRE RENACIENTE S.A.	1.898.848,00	3.116.853,76	4.205.653,05	3.245.023,03	2.658.223,37
TENERIA SAN JOSÉ CIA. LTDA.	2.870.574,70	2.826.163,04	4.205.653,05	3.948.487,60	2.653.702,29
TOTAL:	14.853.906,20	18.503.796,01	24.560.693,90	26.292.381,99	23.300.818,57

Fuente: Superintendencia de Compañías y SRI.

Elaborado por: Eva Lema.

Tabla 27. Ventas por empresa.



Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Eva Lema.

Las ventas por empresa del oligopolio en promedio representan el 73,42% de las ventas totales realizadas por todo el sector desde el año 2011 hasta el 2015, ubicándose a Curtiduría Tungurahua S.A. como la empresa con mayores ventas en el mercado alcanzando un promedio en ventas de 11.057.606,89 durante el período analizado. En segundo lugar, se encuentra Servicueros S.A. con unas ventas promedio de 4.118.876,07, mientras que en tercero y cuarto lugar se encuentran Tenería San José Cía. Ltda. y Curtiembre Renaciente S.A. con unas ventas promedio de 3.300.916,14 y 3.024.920,24 respectivamente.

Las ventas de Curtiduría Tungurahua experimentaron un crecimiento pronunciado desde el año 2011 hasta el año 2014, registrando un crecimiento promedio de un 24,54% anual, mientras que para el año 2015 las ventas experimentaron un decrecimiento de un 3,60%. Las ventas de Servicueros S.A. por su parte experimentó una tendencia de crecimiento estable, aunque con una clara aceleración durante el año 2014 y una desaceleración registrada para el año 2015, en promedio las ventas de esta compañía crecieron en un 12,03% anual. Curtiembre renaciente por su parte registró un incremento continuado de sus ventas hasta el año 2013 para posteriormente evidenciar un descenso durante los años 2014 y 2015. De igual manera, Tenería San José Cía. Ltda. presentó una tendencia creciente de sus ventas para que finalmente después del año 2013 estas decrecieran en promedio un 25,89% anual hasta el 2015.

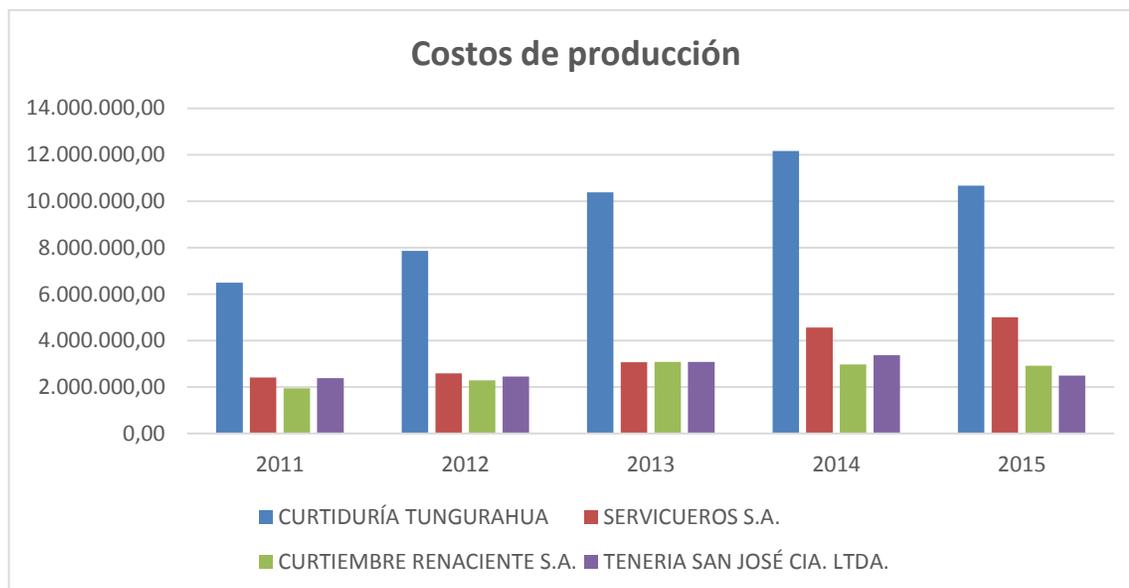
Tabla 28. Costos de producción por empresa.

Empresas	Costos de producción				
	2011	2012	2013	2014	2015
CURTIDURÍA TUNGURAHUA	6.495.023,57	7.860.529,48	10.382.517,20	12.163.660,20	10.664.657,30
SERVICUEROS S.A.	2.415.028,21	2.591.183,36	3.079.162,71	4.562.157,36	5.008.394,65
CURTIEMBRE RENACIENTE S.A.	1.949.396,02	2.289.818,00	3.083.077,98	2.980.788,70	2.917.815,03
TENERIA SAN JOSÉ CIA. LTDA.	2.386.949,07	2.451.966,74	3.083.077,98	3.372.674,58	2.504.058,44
TOTAL:	13.246.396,87	15.193.497,58	19.627.835,87	23.079.280,84	21.094.925,42

Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Eva Lema.

Gráfico 29. Costos de producción, por empresa.



Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Eva Lema.

La empresa Curtiduría Tungurahua incurre en los mayores costos de producción del oligopolio, registrándose durante los años 2011, 2012, 2013 y 2014 una tendencia creciente de los mismos, observándose para el año 2014 un valor de 12.163.660,20 dólares en costos de producción, mientras que para el 2015 estos se redujeron a 10.664.657,30 dólares, es decir una disminución del 12,32%. Este comportamiento muestra que desde el año 2011 hasta el 2014 Curtiduría Tungurahua S.A. incrementó su producción, mientras que para el año 2015 esta se vio en la necesidad de reducirla. De igual manera la compañía Servicueros S.A. presenta un leve incremento de su producción desde el año 2011 hasta el 2014, sin embargo, a diferencia de Curtiduría Tungurahua S.A. Servicueros S.A. no redujo su nivel de producción, lo cual presumiblemente mostraría un intento de acaparar mercado a razón de la reducción de la producción de la empresa líder.

Las compañías Curtiembre Renaciente S.A. y Tenería San José Cía. Ltda. por su parte presentan el mismo comportamiento que la empresa líder, con un incremento de su producción hasta el año 2014 y una posterior disminución para el año 2015, estas empresas presentan un comportamiento acorde al crecimiento económico del Ecuador

conjuntamente con Curtiduría Tungurahua que es la líder del mercado o podría tratarse de un claro seguimiento de la empresa dominante.

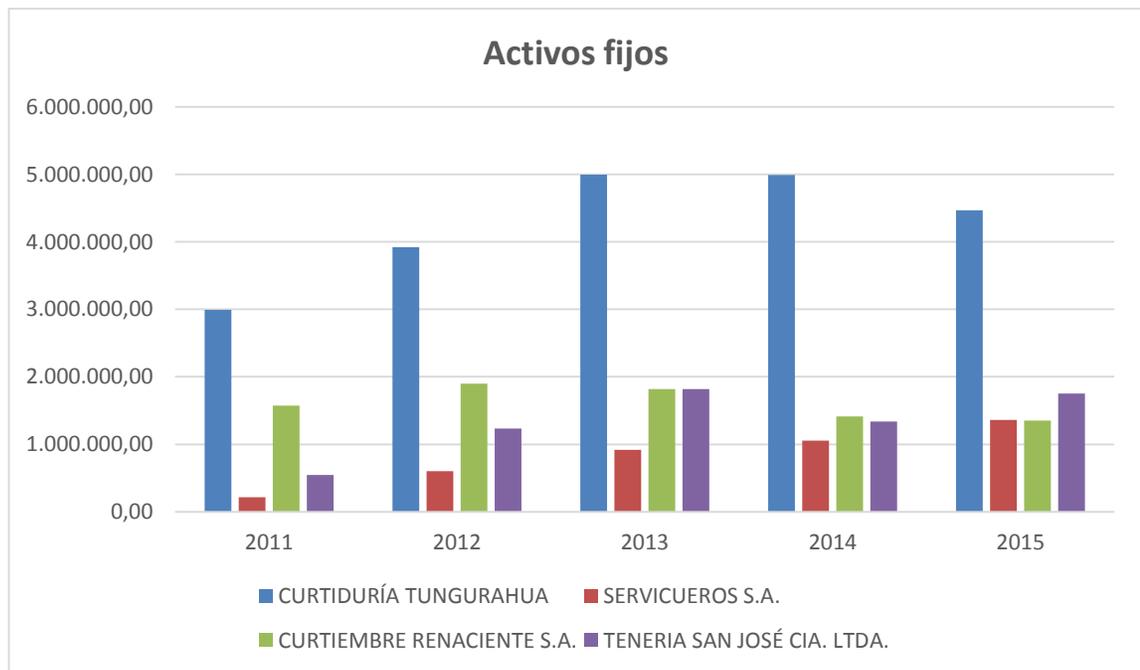
Tabla 29. Activos fijos por empresa.

Activos fijos					
Empresas	2011	2012	2013	2014	2015
CURTIDURÍA TUNGURAHUA	2.992.208,35	3.919.607,40	4.997.095,06	4.990.108,69	4.466.133,10
SERVICUEROS S.A.	217.268,75	599.536,09	916.667,48	1.054.041,76	1.361.818,58
CURTIEMBRE RENACIENTE S.A.	1.572.680,32	1.899.528,42	1.817.248,25	1.412.088,60	1.351.877,00
TENERIA SAN JOSÉ CIA. LTDA.	543.784,12	1.233.593,91	1.817.248,25	1.334.969,19	1.751.902,19
TOTAL:	5.325.941,54	7.652.265,82	9.548.259,04	8.791.208,24	8.931.730,87

Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Eva Lema.

Gráfico 30. Activos fijos por empresa.



Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Eva Lema.

En lo que se refiere a activos fijos, Curtiduría Tungurahua S.A. lleva la delantera, es la empresa que mayor capacidad instalada registra de todo el oligopolio, cuya estrategia más palpable es un incremento de la inversión en adquisición de activos fijos, puesto que se evidenció un proceso de expansión en este campo desde el año 2011 hasta el año 2013, mientras que para los años 2014 y 2015 esta compañía optó por reducir sus activos fijos

sin comprometer su posición de liderazgo en el sector. Por otro lado, Servicueros S.A. a pesar de ser la segunda empresa con mayores ventas en el sector, es la cuarta en cuanto a capacidad instalada se refiere, aventajada por Curtiembre Renaciente S.A. y por Tenería San José Cía. Ltda. Estas dos empresas presentaron un proceso de expansión de su capacidad instalada, en especial Tenería San José Cía. Ltda. que desde el año 2011 al año 2013 la empresa experimentó un incremento de un 234,19% de sus activos fijos que, para el año 2014 redujo su capacidad instalada para luego recuperarla durante el año 2015.

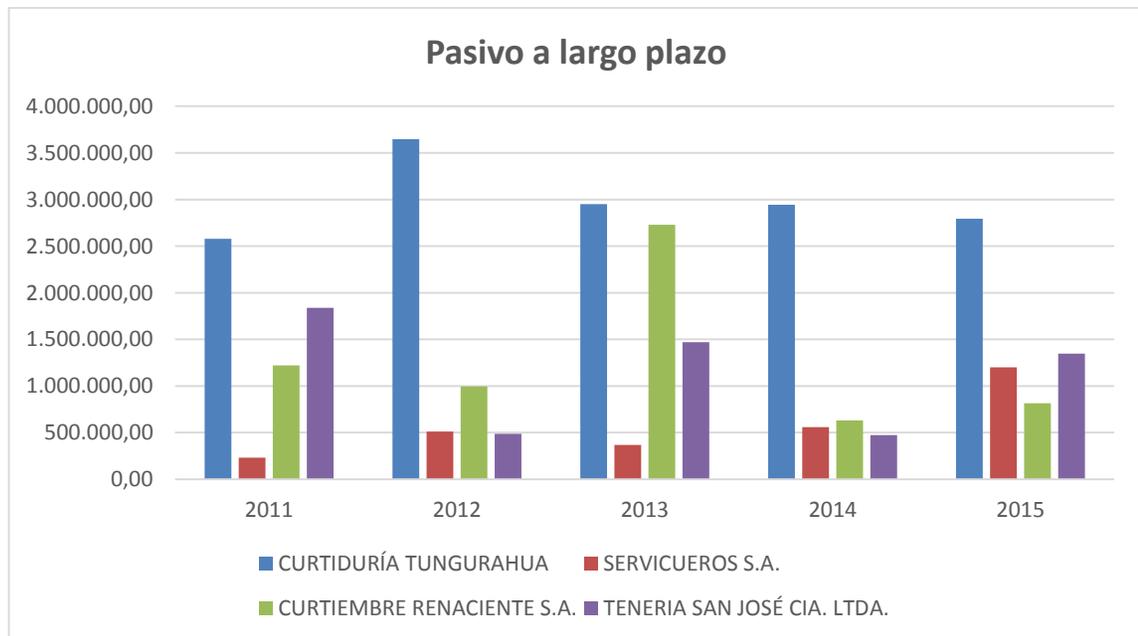
Tabla 30. Pasivo a largo plazo por empresa.

Pasivo a largo plazo					
Empresas	2011	2012	2013	2014	2015
CURTIDURÍA TUNGURAHUA	2.577.722,90	3.645.857,00	2.949.351,83	2.944.768,40	2.792.686,62
SERVICUEROS S.A.	233.509,00	512.805,21	368.027,98	559.394,60	1.202.549,20
CURTIEMBRE RENACIENTE S.A.	1.222.787,34	995.685,52	2.728.334,28	632.087,83	816.016,76
TENERIA SAN JOSÉ CIA. LTDA.	1.837.572,56	488.731,05	1.469.156,52	475.751,15	1.346.222,27
TOTAL:	5.871.591,80	5.643.078,78	7.514.870,61	4.612.001,98	6.157.474,85

Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Eva Lema.

Gráfico 31. Pasivo a largo plazo por empresa.



Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Eva Lema.

La empresa que mayor endeudamiento incurre es Curtiduría Tungurahua S.A., siendo que durante el período estudiado ha presentado un continuado proceso de endeudamiento, siendo que para el año 2012, el valor más alto registrado de endeudamiento por parte de la empresa ascendió a 3.645.857,00 dólares registrando un proceso de decrecimiento para años posteriores. La segunda empresa que más ha incurrido en financiamiento externo es Curtiembre Renaciente S.A. registrando el valor más alto de su pasivo a largo plazo durante el año 2013, siendo este de 2.728.334,28 dólares, mientras que en tercero y cuarto lugar se encuentran las compañías Tenería San José S.A. y Servicueros S.A. las cuales registraron las menores cuantías de endeudamiento del oligopolio.

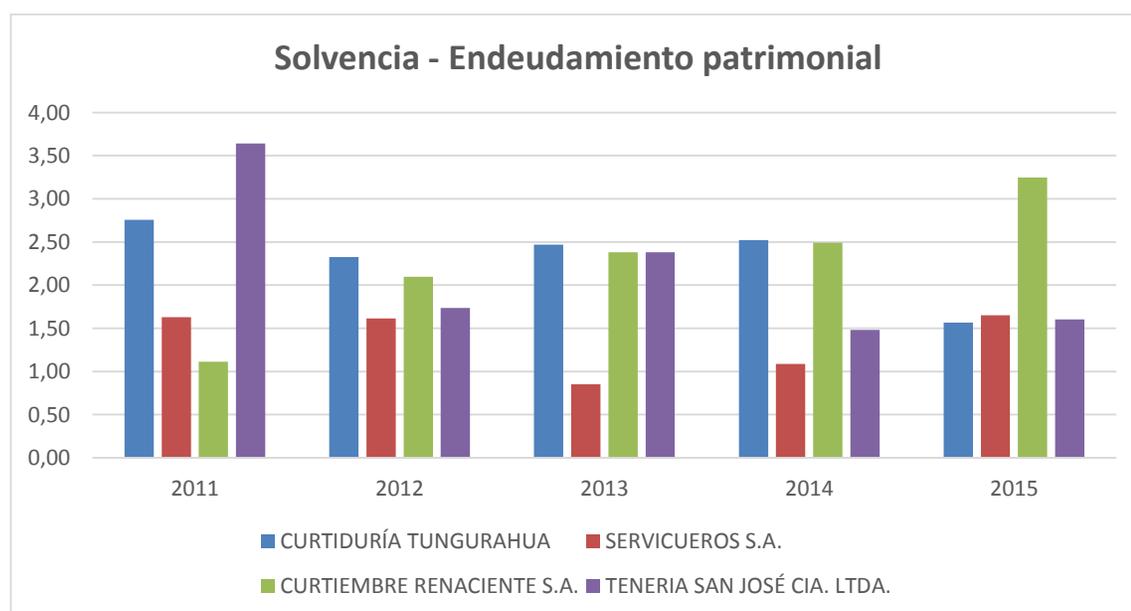
Tabla 31. Solvencia por empresa.

Solvencia-Endeudamiento patrimonial					
Empresas	2011	2012	2013	2014	2015
CURTIDURÍA TUNGURAHUA	2,76	2,33	2,47	2,52	1,57
SERVICUEROS S.A.	1,63	1,61	0,85	1,09	1,65
CURTIEMBRE RENACIENTE S.A.	1,11	2,10	2,38	2,49	3,25
TENERIA SAN JOSÉ CIA. LTDA.	3,64	1,74	2,38	1,48	1,60

Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Eva Lema.

Gráfico 32. Solvencia - Endeudamiento patrimonial por empresa.



Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Eva Lema.

La empresa más solvente del oligopolio es sin duda Servicueros S.A. que en promedio durante todo el período analizado registró un endeudamiento patrimonial de 1,37, que aunque no es un valor óptimo de solvencia es el más bajo observado en todo el oligopolio. La segunda empresa más solvente es Tenería San José S.A. que aunque presentó altos índices de endeudamiento patrimonial durante el año 2011, este experimentó un decrecimiento marcado durante años posteriores, siendo que desde el 2011 hasta el año 2015 en promedio su tasa de endeudamiento patrimonial decreció en un 18,58% anual. En último lugar se encuentran las empresas curtiembre Renaciente S.A. y Curtiduría Tungurahua S.A. con los más altos índices de insolvencia, lo cual muestra un gran incurrimiento en financiamiento para expandirse en el mercado, ya que estas dos firmas son las que mayor capacidad instalada poseen de todo el oligopolio.

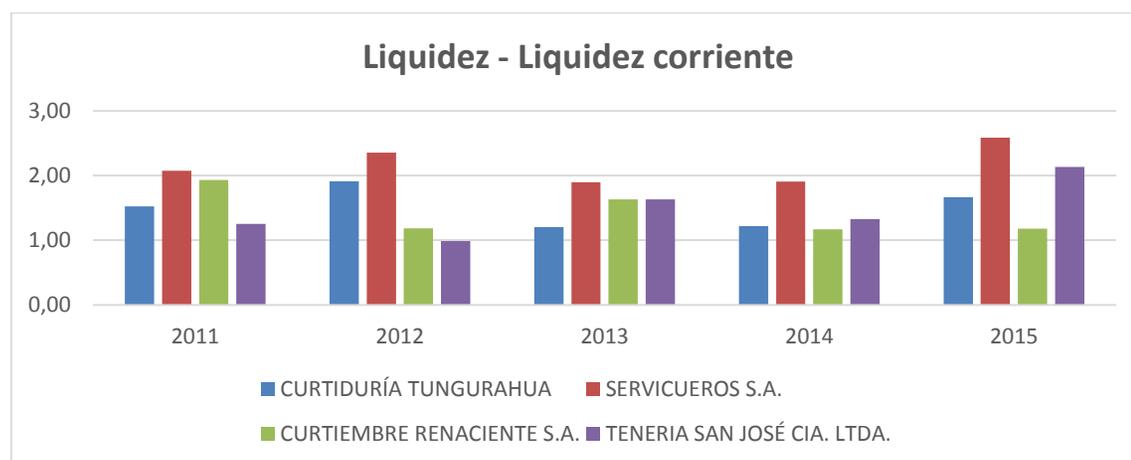
Tabla 32. *Liquidez corriente por empresa.*

Empresas	Liquidez-Liquidez corriente				
	2011	2012	2013	2014	2015
CURTIDURÍA TUNGURAHUA	1,52	1,91	1,20	1,22	1,67
SERVICUEROS S.A.	2,07	2,35	1,90	1,91	2,58
CURTIEMBRE RENACIENTE S.A.	1,93	1,18	1,63	1,17	1,18
TENERIA SAN JOSÉ CIA. LTDA.	1,25	0,99	1,63	1,33	2,14

Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Eva Lema.

Gráfico 33. *Liquidez corriente por empresa.*



Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Eva Lema.

La empresa que goza de mayor liquidez en el sector es Servicueros S.A., puesto que en promedio registró un valor de liquidez corriente de 2,16 durante todo el período analizado, el cual es superior al límite óptimo, por lo cual la compañía podría presentar activos ociosos según el criterio de Caballero (2013). Durante los años 2013 y 2014 la firma presentó una reducción de sus márgenes de liquidez, lo cual es atribuible a la estrategia de expansión efectuada por Servicueros S.A. durante estos años. Finalmente, se encuentran las empresas Curtiembre Renaciente S.A. y Tenería San José Cía. Ltda. las cuales presentaron en promedio durante todo el período analizado los índices más bajos de liquidez corriente, siendo estos de 1,42 y 1,47 respectivamente, mientras que Curtiduría Tungurahua S.A. se mantuvo en los límites óptimos de liquidez.

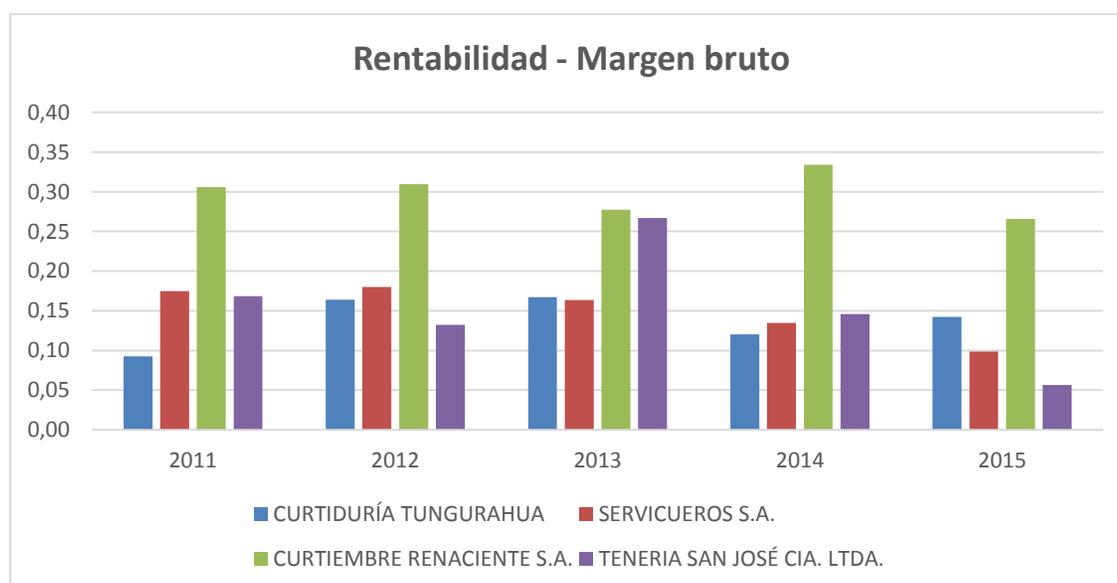
Tabla 33. Rentabilidad, Margen Bruto por empresa.

Rentabilidad-Margen bruto					
Empresas	2011	2012	2013	2014	2015
CURTIDURÍA TUNGURAHUA	0,09	0,16	0,17	0,12	0,14
SERVICUEROS S.A.	0,17	0,18	0,16	0,13	0,10
CURTIEMBRE RENACIENTE S.A.	0,31	0,31	0,28	0,33	0,27
TENERIA SAN JOSÉ CIA. LTDA.	0,17	0,13	0,27	0,15	0,06

Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Eva Lema.

Gráfico 34. Rentabilidad, Margen Bruto por empresa.



Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Eva Lema.

La empresa más rentable del oligopolio es Curtiembre Renaciente S.A., registrando un valor del margen bruto de rentabilidad promedio durante todo el período de 0,30. Los márgenes de rentabilidad de la empresa mantuvieron un comportamiento estable sin claras tendencias ascendentes o decrecientes, salvo durante el año 2014, en el cual se registró el valor más alto de rentabilidad de la compañía, siendo este de 0,33. Por otro lado, la empresa con menor margen bruto de rentabilidad es Curtiduría Tungurahua S.A. registrando un promedio del margen bruto de 0,14 durante todo el período analizado. La empresa mantuvo una tendencia decreciente de su rentabilidad, en especial a partir del año 2013, con lo cual se registró un importante descenso de su rentabilidad para el año 2014 y una leve recuperación para el 2015.

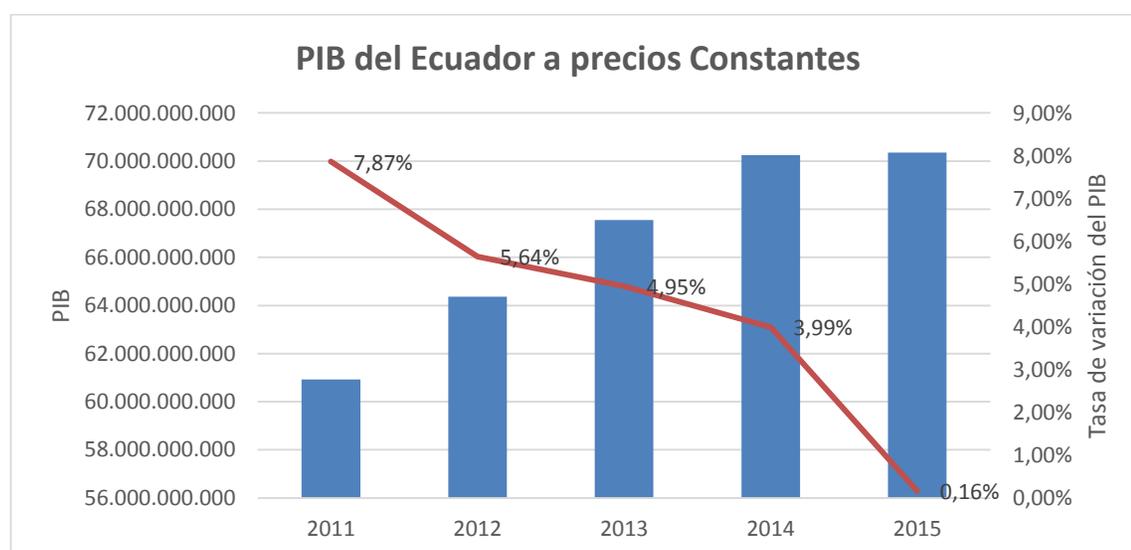
Tabla 34. PIB del Ecuador.

Indicadores	PIB a precios constantes	Tasa de variación del PIB a precios constantes
2011	60.925.064.000	7,87%
2012	64.362.433.000	5,64%
2013	67.546.128.000	4,95%
2014	70.243.048.000	3,99%
2015	70.353.852.000	0,16%

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE).

Elaborado por: Eva Lema.

Gráfico 35. PIB del Ecuador a precios Constantes.



Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE).

Elaborado por: Eva Lema.

Se puede observar que hasta el año 2011, se evidenció un proceso de auge de la economía ecuatoriana, sin embargo, esta experimentó un período de desaceleración durante los años posteriores. Durante los años 2014 y 2015 el PIB del Ecuador experimentó un claro estancamiento puesto que durante estos años la economía tan solo creció en un 0,16%. Desde el 2011 hasta el año 2015 el PIB del país creció en promedio un 3,66% anual, siendo que durante el año 2011 el PIB real se registró en 60.925.064.000 dólares y para el año 2015 este ascendió a 70.353.852.000. La dramática desaceleración de la economía ecuatoriana experimentada a partir del año 2012 muestra un potencial efecto negativo para el crecimiento de las empresas en general que puedan ser reflejadas a través de una disminución de su rentabilidad y de la demanda de sus productos, lo cual supone un hecho muy importante para comprender el comportamiento de los mercados.

Tabla 35. Ventas, Costos de producción, Rentabilidad y Concentración de mercado del sector.

Indicadores	Ventas de las principales empresas	Costos de producción de las principales empresas	Rentabilidad de las principales empresas (Margen bruto)	Concentración de mercado
2011	14.853.906,20	13.246.396,87	0,1082	1423,10
2012	12.560.779,21	10.451.712,84	0,1679	1893,34
2013	16.149.387,80	13.461.679,91	0,1664	2186,64
2014	19.098.871,36	16.725.817,56	0,1243	2061,77
2015	17.988.892,91	15.673.051,95	0,1287	2010,68

Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Eva Lema.

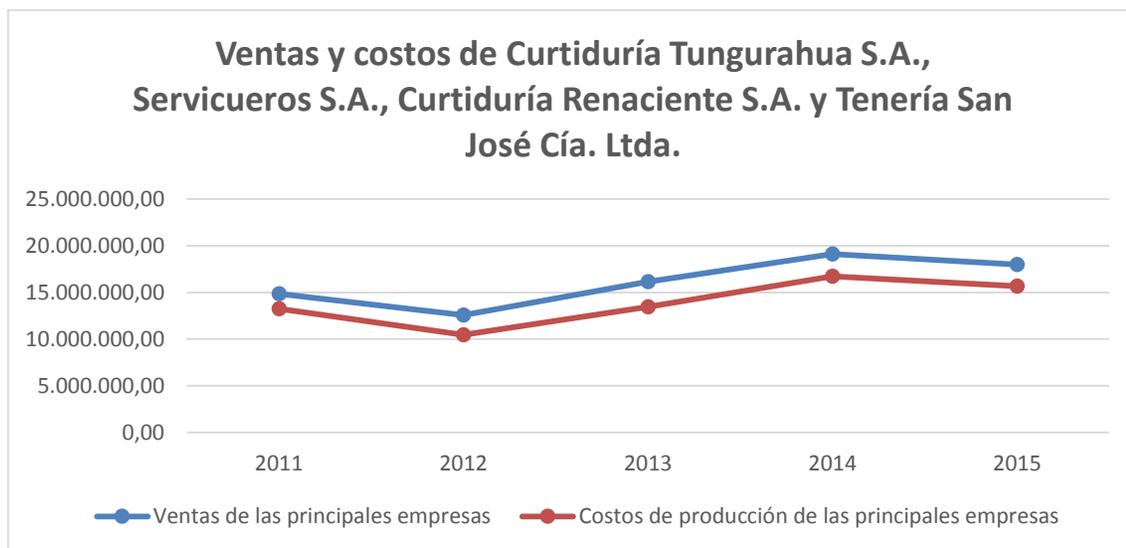
Tabla 36. Tasas de variación de Ventas, Costos de producción, Rentabilidad y Concentración de mercado del sector.

Indicadores	Tasa de variación Ventas de las principales empresas	Tasa de variación Costos de producción de las principales empresas	Tasa de variación Rentabilidad de las principales empresas (Margen bruto)	Tasa de variación Concentración de mercado
2012	-15,44%	-21,10%	55,15%	33,04%
2013	28,57%	28,80%	-0,88%	15,49%
2014	18,26%	24,25%	-25,34%	-5,71%
2015	-5,81%	-6,29%	3,61%	-2,48%

Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Eva Lema.

Gráfico 36. Ventas y Costos de ventas por empresa.

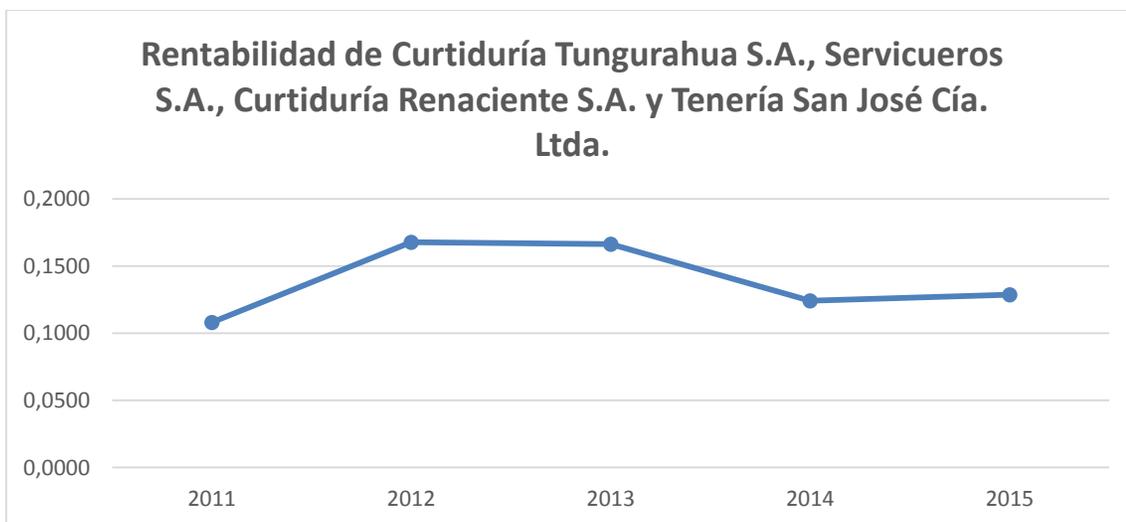


Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Eva Lema.

Los costos de producción del Oligopolio muestran un comportamiento armónico con las ventas de la empresa, por lo cual no se ha observado un incremento de la utilidad que potencialmente pudiera haberse originado por aumentos en los precios, es decir que, las firmas han mantenido un comportamiento de aceptación de precios, con lo que se presumiría una abstención para ejercer poder de mercado.

Gráfico 37. Rentabilidad por empresa.

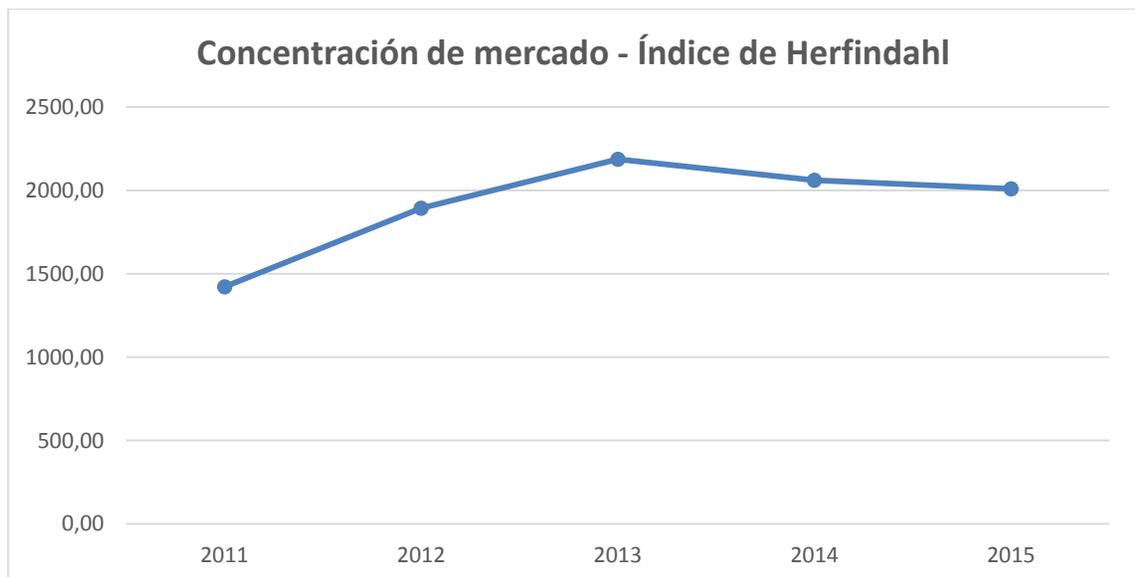


Fuente: Superintendencia de Compañías.

Elaborado por: Eva Lema.

Los incrementos súbitos de rentabilidad podrían explicar un proceso de implantación de precios, sin embargo, en este caso se puede apreciar un leve incremento de los niveles de rentabilidad de las cuatro empresas más representativas del sector, que comienza durante el año 2011 y termina en el año 2013, mientras que para el año 2014 se evidenció una importante reducción del margen bruto de rentabilidad y una leve recuperación experimentada durante el año 2015, lo cual podría ser atribuible a la desaceleración económica ecuatoriana suscitada durante estos últimos años.

Gráfico 38. Concentración del sector, Índice de Herfindahl-Hirschman.



Fuente: Superintendencia de Compañías.
Elaborado por: Eva Lema.

La concentración de mercado expresada a través del índice de Herfindahl-Hirschman experimentó un marcado crecimiento durante los años 2011, 2012 y 2013, es decir que, el oligopolio estudiado mantuvo un proceso expansivo de captura del mercado resultando en un incremento de la cuota de participación en el sector, para que posteriormente durante los años 2014 y 2015 la concentración del oligopolio tendiera a decrecer, lo cual muestra que el proceso de desaceleración económica afecta a los niveles de concentración de los mercados. Durante el transcurso del año 2011 al año 2013 el índice de concentración de Herfindahl-Hirschman creció en promedio un 18,83%, mientras que desde el año 2013 hasta el 2015 el indicador decreció en promedio un 4,11%, con lo que es apreciable la

expansión del oligopolio en cuanto a concentración se refiere, además de que se observa que este proceso expansivo de cobertura del mercado fue mantenido hasta que la economía dio muestras de desaceleración.

4.1 Análisis Econométrico.

En el presente apartado se efectuarán los diferentes modelos de regresión que describan el comportamiento de los niveles de concentración y de la rentabilidad del potencial oligopolio existente en el sector de curtido de cuero en el Ecuador, así como de las implicaciones que presentan los ciclos económicos en el desempeño de las empresas en este sector.

4.1.1 Modelo 1.

El siguiente modelo econométrico describe la incidencia de los niveles de concentración del sector de curtido de cuero en la rentabilidad del oligopolio existente en este mercado, es decir, se procederá a analizar si estadísticamente estas variables se encuentran relacionadas y cuál es su valor de incidencia. El modelo se encuentra estructurado de la siguiente manera:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + u$$

Donde:

$Y =$ *Rentabilidad (Margen bruto).*

$X_1 =$ *Concentración de mercado (Índice de Herfindahl – Hirschman).*

$u =$ *Error de perturbación.*

β_0 y $\beta_1 =$ *Estimadores.*

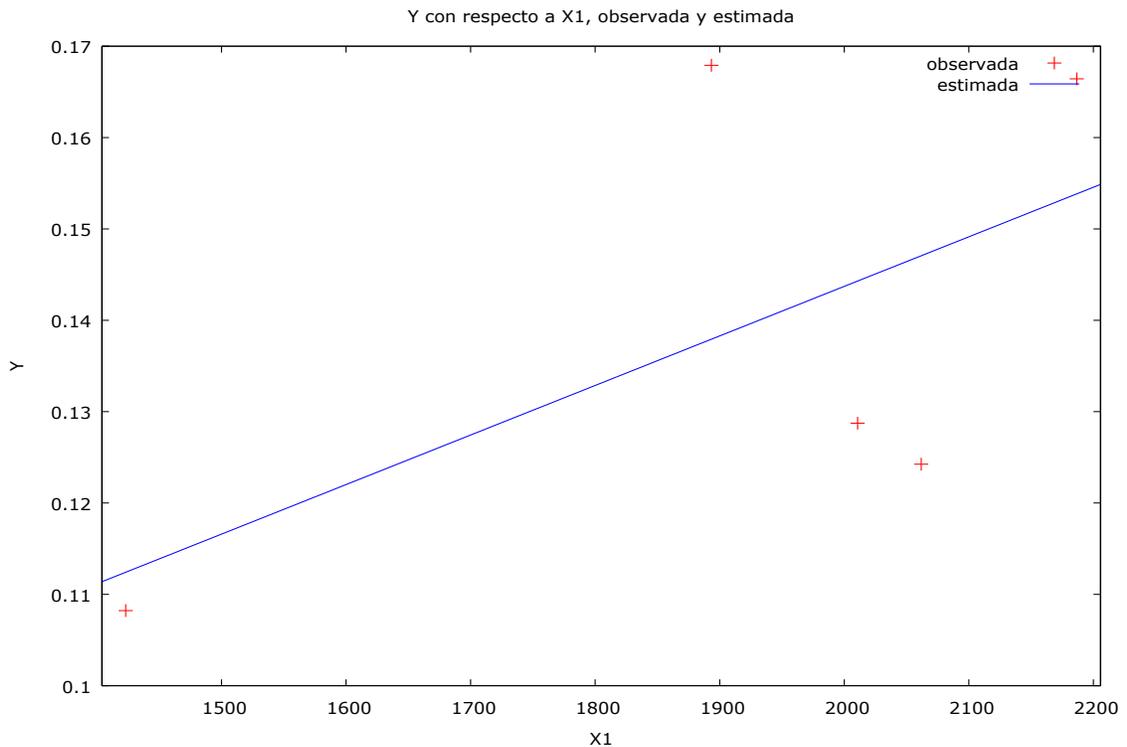
Tabla 37. Rentabilidad en función de la concentración de mercado.

Variable	Coefficiente	Error estándar	Estadístico t	Valor de probabilidad
Constante	3,5231E-02	8,1226E-02	0,4337	0,6938
Concentración de Mercado	5,42E-05	4,20176E-05	1,291	0,2872
Coeficiente de determinación corregido: 0,1428				
Test de RESET				
Hipótesis nula: La especificación es correcta				
Valor p:	0,8628			
Test de no linealidad				
Hipótesis nula: La relación es lineal				
Valor p:	0,7013			

Fuente: Datos estadísticos descritos en la Tabla 35.

Elaborado por: Eva Lema.

Gráfico 39. Rentabilidad en función de la concentración de mercado.



Fuente: Datos estadísticos descritos en la Tabla 35.

Elaborado por: Eva Lema.

En la Tabla 37, se puede observar que la variable Concentración de mercado no incide en la Rentabilidad del oligopolio, puesto que el valor p del estimador de la variable no es estadísticamente significativo, al presentar un valor de 0,2872. Por otro lado, se observó un Coeficiente de determinación de 0,1428, lo que implica que la Concentración de mercado explica en un 14,28% a la Rentabilidad del oligopolio. De igual manera, se determinó a través del test de RESET de Ramsey que el modelo se encuentra correctamente especificado, es decir que no se ha omitido ninguna variable relevante ni tampoco se ha identificado alguna variable innecesaria, puesto que se observó un valor p del estadístico de 0,8628. Por otro lado, se determinó a través del test de no linealidad que las variables se relacionan linealmente, puesto que se registró un valor p del estadístico de 0,7013.

4.1.2 Modelo 2.

El modelo número 2 muestra la relación existente entre la concentración de mercado y la rentabilidad del oligopolio en orden inverso, con lo cual se pretende establecer los niveles de relación y de confiabilidad de los estimadores y si las variables se relacionan recíprocamente.

$$X_1 = \beta_0 + \beta_1 Y + u$$

Donde:

$X_1 =$ *Concentración de mercado (Índice de Herfindahl – Hirschman).*

$Y =$ *Rentabilidad (Margen bruto).*

$u =$ *Error de perturbación.*

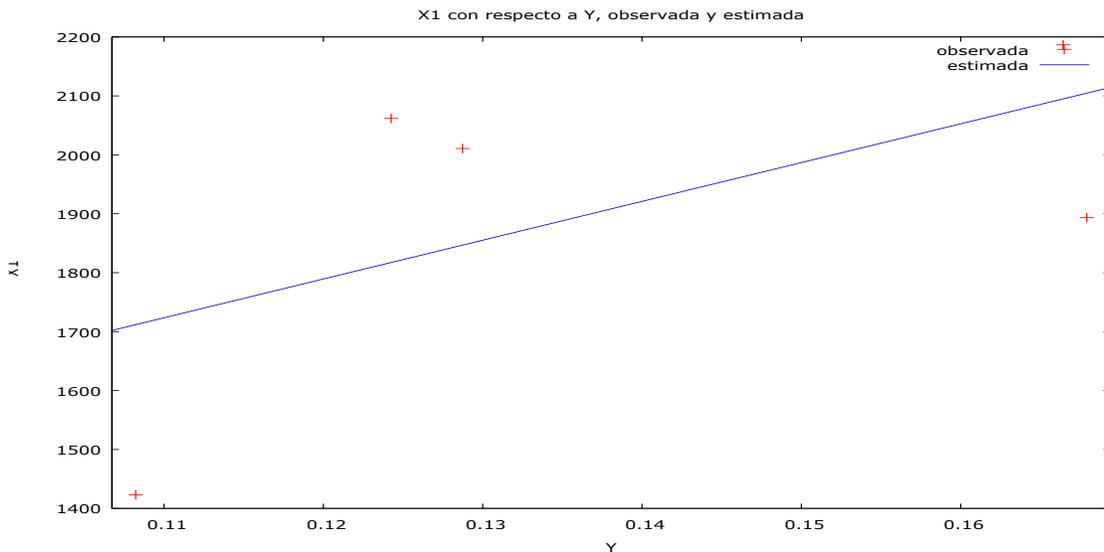
β_0 y $\beta_1 =$ *Estimadores.*

Tabla 38. Concentración de mercado en función de la Rentabilidad de las principales empresas del mercado.

Variable	Coefficiente	Error estándar	Estadístico t	Valor de probabilidad
Constante	999,233	719,876	1,388	0,2592
Rentabilidad de las principales empresas	6583,84	5100,11	1,291	0,2872
<hr/>				
Coefficiente de determinación corregido:	0,1428			
Estadístico de Durbin-Watson:	0,5724			
Test de RESET				
Hipótesis nula: La especificación es correcta	Valor p:	0,1078		
Test de no linealidad				
Hipótesis nula: La relación es lineal	Valor p:	0,0465		

Fuente: Datos estadísticos descritos en la Tabla 35.
Elaborado por: Eva Lema.

Gráfico 40. Concentración de mercado en función de la Rentabilidad de las principales empresas del mercado.



Fuente: Datos estadísticos descritos en la Tabla 35.
Elaborado por: Eva Lema.

Como se puede apreciar en la Tabla 38, la rentabilidad no incide en los niveles de concentración de mercado del oligopolio, puesto que se observó un valor p del estimador no significativo, siendo su valor de 0,2872 y un coeficiente de determinación de 0,1428, lo cual implica que la rentabilidad del oligopolio explica en un 14,28% a los niveles de concentración de mercado. Así mismo, a través del Test de RESET de Ramsey se determinó que el modelo se encuentra correctamente especificado, puesto que se registró un valor p del estadístico significativo, siendo su valor de 0,1078. Por otro lado, a través del test de no linealidad se observó que la Concentración de mercado y la rentabilidad del oligopolio no se relacionan linealmente, puesto que se registró un valor p del estadístico de 0,0465, con lo que se rechaza la hipótesis nula de relación lineal para el modelo. Esto supone que posiblemente las variables se relacionen exponencialmente, sin embargo la experimentación econométrica concluyó que las variables del presente modelo tampoco registran incidencia a través de un modelo logarítmico y de todas sus variantes.

4.1.3 Modelo 3.

El presente modelo busca representar la relación existente entre la rentabilidad en función de la concentración de mercado y el crecimiento económico expresados a través de sus tasas de variación, como se describe a continuación:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + u$$

Donde:

$Y =$ Tasa de variación de la rentabilidad (*Margen bruto*).

$X_1 =$ Tasa de variación del índice de Herfindahl – Hirschman.

$X_2 =$ Tasa de crecimiento del PIB.

$u =$ Error de perturbación.

β_0 y β_1 = Estimadores.

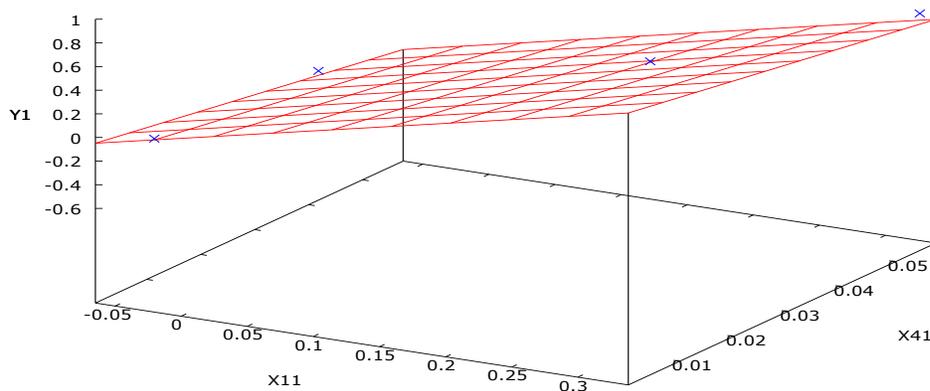
Tabla 39. Tasa de variación de la Rentabilidad en función de la tasa de variación de la Concentración de mercado y la tasa de crecimiento del PIB.

Variable	Coefficiente	Error estándar	Estadístico t	Valor de probabilidad
Constante	0,1074	0,1683	0,6379	0,6385
Tasa de variación de concentración de mercado (IHH)	2,3540	0,7002	3,362	0,1841
Tasa de crecimiento del PIB	-7,1501	5,1292	-1,394	0,3962
<hr/>				
Coefficiente de determinación corregido:	0,78561			
Estadístico de Fisher:	6,496587	Valor p:	0,267326	

Fuente: Datos estadísticos descritos en las Tablas 34 y 36.

Elaborado por: Eva Lema.

Gráfico 41. Tasa de variación de la Rentabilidad en función de la tasa de variación de la Concentración de mercado y la tasa de crecimiento del PIB.



Fuente: Datos estadísticos descritos en las Tablas 34 y 36.

Elaborado por: Eva Lema.

Como se puede observar en la Tabla 39, La tasa de variación de la Concentración de mercado no incide en la tasa de variación de la rentabilidad, puesto que no se observa un valor p del estimador estadísticamente significativo, siendo su valor de 0,1841. La tasa de crecimiento del PIB tampoco incide en la tasa de variación de la rentabilidad, debido a que no se evidenció un valor p del estimador estadísticamente significativo, registrando un valor de 0,3962. Finalmente se registró un coeficiente de determinación de 0,78561 lo que implica que la Tasa de variación del IHH y la Tasa de crecimiento del PIB explican en un 78,56% a la tasa de variación de la Rentabilidad. De igual manera, se evidenció un valor p del estadístico de Fisher no significativo, siendo este de 0,2673, lo cual implica que las variables explicativas en su conjunto no inciden en la tasa de Rentabilidad del oligopolio.

4.1.4 Modelo 4.

El presente modelo describe la relación existente entre la rentabilidad y la concentración de mercado, la tasa de crecimiento del PIB y los costos de producción. Este modelo incorpora la influencia que presentan los costos de producción en los niveles de rentabilidad del oligopolio, lo que indicaría qué tanto se ajustan los niveles de rentabilidad a los costos de producción del oligopolio.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta X_3 + u$$

Donde:

$Y =$ Rentabilidad (*Margen bruto*).

$X_1 =$ Concentración de mercado (*Índice de Herfindahl – Hirschman*).

$X_2 =$ Tasa de crecimeinto del PIB.

$X_3 =$ Costos de producción.

$u =$ Error de perturbación.

$\beta_0, \beta_1, \beta_2$ y $\beta_3 =$ Estimadores.

Tabla 40. Rentabilidad en función de la concentración de mercado, de los costos de producción y de la tasa de crecimiento del PIB.

Variable	Coefficiente	Error estándar	Estadístico t	Valor de probabilidad
Constante	0,1743	0,0136	12,85	0,0494
Concentración de mercado (IHH)	9,107E-05	3,63132E-06	25,08	0,0254
Costos de producción	-7,978E-09	3,41649E-10	-23,35	0,0272
Tasa de crecimiento del PIB	-1,48E-12	3,58506E-13	-4,127	0,1513
Coeficiente de determinación corregido: 0,9992				
Estadístico de Fisher: 1692,48 Valor p: 0,0178				
Test de Colinealidad VIF				
Variables	VIF			
Concentración de mercado (IHH)	8,128			
Costos de producción	4,903			
Tasa de crecimiento del PIB	14,943			

Fuente: Datos estadísticos descritos en las Tablas 34, 35 y 36.

Elaborado por: Eva Lema.

Como se puede observar en la Tabla 40, la concentración de mercado incide en la rentabilidad del oligopolio, puesto que se evidenció un valor p del estimador estadísticamente significativo con un valor de 0,0254. Los costos de producción también presentan incidencia en la rentabilidad del oligopolio, puesto que se observó un valor p del estimador estadísticamente significativo, siendo este de 0,0272. Finalmente se evidenció que la Tasa de crecimiento del PIB no incide en la rentabilidad del oligopolio,

debido a que el valor p del estimador no es estadísticamente significativo, al ser este de 0,1513. Por otro lado, se registró un coeficiente de determinación de 0,9992, lo que muestra que la concentración de mercado, los costos de producción y la tasa de variación del PIB explican en un 99,92% a la rentabilidad del oligopolio. También se registró un valor p del estadístico de Fisher estadísticamente significativo, siendo su valor de 0,0178 por lo que se determina que las variables explicativas inciden en la rentabilidad del oligopolio en su conjunto. Al aplicar el test de Colinealidad a través del Factor de Inflación de Varianza (VIF), se evidenció que la Tasa de crecimiento del PIB presenta colinealidad al presentar un valor del VIF superior a 10, por lo que se procedió a estructurar un nuevo modelo desestimando la interacción de esta variable, de manera que se identifiquen correctamente las variables de incidencia de los niveles de rentabilidad de las empresas sujetas a análisis.

4.1.5 Modelo 5.

El presente modelo deriva del modelo anterior, al cual se desestimó la injerencia de la Tasa de variación del PIB por presentar colinealidad, de manera que la regresión descrita se encontrará estructurada de la siguiente manera:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_3 X_3 + u$$

Donde:

$Y =$ *Rentabilidad (Margen bruto).*

$X_1 =$ *Concentración de mercado (Índice de Herfindahl – Hirschman).*

$X_3 =$ *Costos de producción.*

$u =$ *Error de perturbación.*

β_0, β_1 y $\beta_3 =$ *Estimadores.*

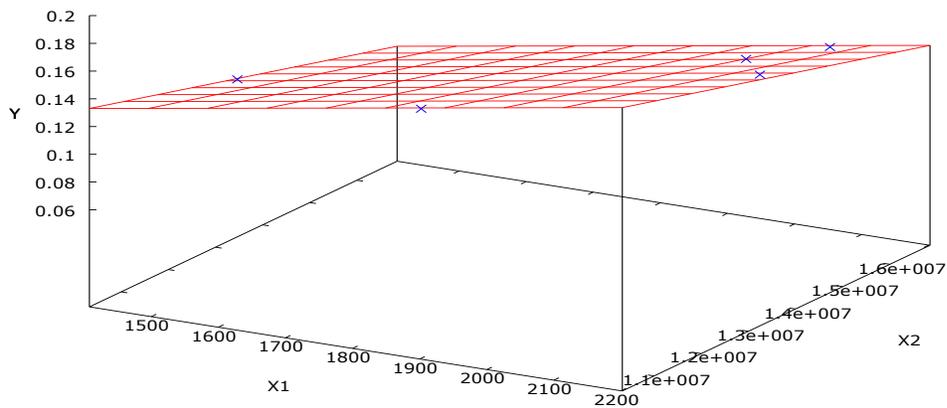
Tabla 41. Rentabilidad en función de la concentración de mercado y de los costos de producción.

Variable	Coefficiente	Error estándar	Estadístico t	Valor de probabilidad
Constante	1,1964E-01	8,6279E-03	13,87	0,0052
Concentración de mercado (IHH)	7,7137E-05	4,0101E-06	19,24	0,0027
Costos de producción	-9,22E-09	4,85808E-10	-18,98	0,0028
Coeficiente de determinación corregido: 0,9929				
Estadístico de Fisher:	280,65	Valor p:	0,0036	
Test de no linealidad				
Hipótesis nula: La relación es lineal	Valor p:	0,0821		
Test de normalidad de los residuos de Jarque Bera				
Hipótesis nula: el error se distribuye normalmente	Valor p:	0,7832		

Fuente: Datos estadísticos descritos en la Tabla 35.

Elaborado por: Eva Lema.

Gráfico 42. Rentabilidad en función de la concentración de mercado y de los costos de producción.



Fuente: Software Gretl.

Elaborado por: Eva Lema.

Como se puede observar en la Tabla 41, la Concentración de mercado incide en la rentabilidad del oligopolio, puesto que se evidenció un valor p estadísticamente significativo con un valor de 0,0027. De igual manera, se determinó que los costos de producción también inciden en la rentabilidad del oligopolio, puesto que observó un valor p del estimador estadísticamente significativo, siendo este de 0,0028. Además, se registró un coeficiente de determinación de 0,9929, lo que implica que, la concentración de mercado y los costos de producción explican en un 99,29% a la rentabilidad del oligopolio.

A través del test de no linealidad se determinó que las variables del modelo se relacionan linealmente, puesto que se observó un valor p del estadístico no significativo con un valor de 0,081. De igual manera, se evidenció que los residuos del modelo se distribuyen normalmente, puesto que se observó un valor del estadístico de Jarque-Bera de 0,7832, con lo que se determina que los estimadores son confiables, sesgados y eficientes.

4.2 CONCLUSIONES.

- Conforme a lo descrito en el objetivo específico número 1, se identificaron a las compañías: Curtiduría Tungurahua S.A., Servicueros S.A., Curtiembre Renaciente S.A. y Tenería San José como las firmas que registran la mayor cuota de mercado, al presentar un 39,02%, 17,43%, 8,34% y un 8,33% respectivamente, que conjuntamente controlan el 73,12% del mercado, como se puede observar en la Tabla 15 y en el Gráfico 11, las cuales constituyen un oligopolio en el sector de curtido y adobo de cuero. De igual manera, de acuerdo a lo estipulado en la hipótesis H1, se evidenció que el sector de curtido y adobo de cuero es concentrado ya que en promedio el sector presentó un valor del índice de Herfindahl-Hirschman de 1515,11 durante el período comprendido entre el año 2011 y el año 2015, mientras que para el año 2015 este fue de 2.010,68 que según el criterio de Navarro, et al. (2013) al ser mayores que 1800 puntos en el índice de Herfindahl-Hirschman se considera al sector como oligopólico con tendencia a ser un monopolio.

- De acuerdo a lo descrito en el objetivo 2, durante el período comprendido entre el año 2011 y el año 2015, las cuatro empresas con mayor concentración de mercado en el sector de curtido y adobo de cuero en promedio registraron un margen bruto de rentabilidad del 0,1391, es decir que, por cada dólar vendido existe una rentabilidad del 13%. Estas cuatro empresas evidenciaron un incremento de sus niveles de rentabilidad durante los años comprendidos entre el 2011 y el 2013 y un considerable descenso durante el año 2014, para posteriormente registrar una recuperación de sus niveles de rentabilidad durante el año 2015. El incremento de los niveles de rentabilidad experimentados durante los años 2011 al 2013 responden a un leve incremento de las ventas, el cual puede verse relacionado con un incremento de los precios registrado durante estos años.
- Acorde a lo determinado en el objetivo específico número 3, se interpreta a la relación existente entre concentración de mercado y la rentabilidad como un indicador de la presencia de poder de mercado, puesto que según el modelo 5, descrito en la Tabla 41, la Concentración de mercado expresada a través del Índice de Herfindahl-Hirschman registró un valor p estadísticamente significativo, siendo su valor de 0,0027 conjuntamente con la variable costos de producción. El modelo expuesto anteriormente muestra que la parte de la rentabilidad no explicada por los costos de producción es explicada importantemente por los niveles de concentración de mercado, es decir que, este grupo de empresas obtienen beneficios por efecto de su capacidad para concentrar el mercado, es decir que, se aceptaron las hipótesis H2 y H4 descritas en el apartado de hipótesis.

4.3 RECOMENDACIONES.

- En vista de que en el Ecuador se evidencian sectores de actividad económica con altos índices de concentración, se recomienda a las instituciones gubernamentales y entes de control como la Superintendencia de Control del Poder de Mercado que tome en cuenta a aquellos sectores más representativos de la economía nacional, para someterlos a examinación, de manera que se puedan identificar a las empresas que efectúen acciones de colusión o de abuso de poder de mercado.

- Es recomendable que las entidades de control, como la Superintendencia de Compañías y la Superintendencia de Control del Poder de Mercado exijan información relevante de los estados financieros de las compañías sujetas a vigilancia, así como de sus cantidades producidas para que pueda diagnosticarse el panorama competitivo de los mercados en los diferentes sectores de actividad económica y se pueda contribuir de manera técnica al ejercicio de control del poder de mercado.
- Se recomienda a la universidad Técnica de Ambato y en especial a la Facultad de Contabilidad y Auditoría, desarrollar una línea de investigación que se encamine a indagar y aportar al conocimiento en lo que se refiere a la organización industrial en el Ecuador, de manera que se pueda tener conocimiento acerca de los factores y el entorno competitivo que pueda favorecer a la proliferación de empresas con poder de mercado y así dotar de herramientas a las instituciones de control para que puedan intervenir a las empresas que atenten contra el bienestar de la población.

5 BIBLIOGRAFÍA.

Aching, C. (2006). *Guía rápida: ratios financieros y matemáticas de la mercadotecnia* (Primera ed.). Córdoba, Argentina: El Cid Editor.

Acuña, J., Viana, R., & Sáenz, J. (2009). Estructura de mercado en la comercialización del banano tipo de exportación producido en la zona Bananera del Magdalena y comportamiento estratégico de las empresas. *Clio América*, 229-256. doi:<http://dx.doi.org/10.21676/23897848.393>

Aparicio, M. (2004). Formación de precios y Abuso de poder de mercado en la intermediación de maíz amarillo duro. *Debate Agrario*, 1(37), 73-107. Obtenido de <http://search.proquest.com/docview/217829559?accountid=36765>

- Arévalo, J., & Herrera, P. (2008). Dos modelos para el análisis de la industria de televisión en Colombia. *Cuadernos de Economía*, 23(41), 143-170. Obtenido de <http://search.proquest.com/docview/1677496935?accountid=36765>
- Artero, J., Herrero, M., & Sánchez, A. (2005). Monopolio, oligopolio y competencia en los últimos quince años de televisión en España. *Sphera pública*, 1(5), 83-98. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29700506>
- Britannica. (26 de Enero de 2017). Monopolio.
- Britannica. (26 de Enero de 2017). Oligopolio. Obtenido de <http://moderna.eb.com/levels/academica/article/423692>
- Caballero, P. (2014). *Gestión administrativa de la actividad comercial. Manual teórico* (Primera ed.). Madrid, España: Editorial CEP.
- Castillo, O. (2008). Estructura de mercado de las subastas de ganado de levante en montería y Sincelejo (Colombia). *Revista colombiana de ciencias pecuarias*, 21(1), 265-270.
- Duarte, J. (2014). Estrategias de entrada a un oligopolio: el caso de cementos Andino. *Universidad y empresa*, 16(26), 115-136.
- García, J. (2009). Operaciones de concentración en la exhibición española y análisis de la competencia. *Área Abierta*(22), 1-22. Obtenido de <http://search.proquest.com/docview/208183622?accountid=36765>
- Gómez, R. (2010). La concentración en el mercado de la televisión restringida en México. *Comunicación y sociedad*(14), 109-142. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34615372005>

- González, J., & Zurita, J. (2004). El costo social del monopolio de Telmex en la telefonía fija local. *Análisis Económico*, 19(42), 187-197.
- Ibarra, L. (2016). Concentración de mercados, colusión y bienestar social en México. Una revisión metodológica. *El Trimestre Económico*, 83(3), 493-523. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31346403002>
- INEC. (Junio de 2012). *Clasificación Nacional de Actividades Económicas*. Obtenido de Ecuador en cifras: <http://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/descargas/ciiu.pdf>
- Jiménez, I., & Hurtado, Á. (2005). La concentración de mercado en el sector farmacéutico colombiano 2002-2003. Un análisis parcial para las enfermedades cerebrovasculares e isquemias, diabetes mellitus y morbimortalidad cardiovascular. *Ecos de Economía*, 9, 174-202.
- Macedo, M., & Bianco, S. (2009). Posición de dominio de las empresas desmotadoras e impacto en la formación de precios. *Debate Agrario*, 38, 53-89, 198. Obtenido de <http://search.proquest.com/docview/217832353?accountid=36765>
- Navarro, J., Ocampo, C., & Saumeth, L. (2013). Comportamiento oligopólico en el mercado mundial de aceite de palma 1961-2004. *Ensayos de Economía*, 26(48), 143-162. Obtenido de <http://search.proquest.com/docview/1818049216?accountid=36765>
- Perdiguero, J., & Jiménez, J. (2009). ¿Competencia o colusión en el mercado de gasolina? una aproximación a través del parámetro de conducta. *Revista de Economía aplicada*, 17(50), 27-45.
- Praking, M., & Loría, E. (2010). *Microeconomía* (Novena ed.). México D.F.: Pearson Educación.

- SENPLADES. (2012). *Folleto informativo de la transformación de la matriz productiva*.
Obtenido de Sitio web de la SENPLADES: http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf
- Sierra, L., Ortíz, B., Sierra, Á., Rivera, J., Sanginés, J., & Magaña, M. (2005). Estructura del mercado y comportamiento del precio de la carne de cerdo en Yucatán 1990-2003. *Técnica Pecuaria en México*, 43(3), 347-360.
- Stiglitz, J. (18 de Mayo de 2016). *Joseph Stiglitz: ¿Son los mercados eficientes, o se inclinan hacia el monopolio?* Obtenido de Sitio web del World Economic Forum: <https://www.weforum.org/es/agenda/2016/05/joseph-stiglitz-son-los-mercados-eficientes-o-se-inclinan-hacia-el-monopolio/>
- Superintendencia de Control del Poder de Mercado. (2016). *Análisis de concentraciones económicas y concentración estructural en el Ecuador* (Primera ed.). Loja, Ecuador: GRAFICPLUS.
- Tanaka, g. (2005). *Análisis de Estados Financieros Para la Toma de Decisiones* (Primera ed.). Lima, Perú: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.