



1859



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Facultad Jurídica Social y Administrativa

Carrera de Contabilidad y Auditoría

ESTUDIO DE CONCENTRACIÓN DE MERCADO POR UNIDADES ECONÓMICAS Y SU PARTICIPACIÓN EN LA OFERTA Y DEMANDA EN LA CIUDAD DE LOJA

Proyecto del Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del título de Licenciado en Contabilidad y Auditoría.

AUTOR:

Jordy Steven Chimbo Rivera

DIRECTOR:

Ing. Edison Fabian Miranda Raza Mg. Sc.

Loja - Ecuador

Año 2024



unl

Universidad
Nacional
de Loja

Sistema de Información Académico
Administrativo y Financiero - SIAAF

CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, **MIRANDA RAZA EDISON FABIAN**, director del Trabajo de Integración Curricular denominado **ESTUDIO DE CONCENTRACIÓN DE MERCADO POR UNIDADES ECONÓMICAS Y SU PARTICIPACIÓN EN LA OFERTA Y DEMANDA EN LA CIUDAD DE LOJA.**, perteneciente al estudiante **JORDY STEVEN CHIMBO RIVERA**, con cédula de identidad N° **1105965360**.

Certifico:

Que luego de haber dirigido el **Trabajo de Integración Curricular**, habiendo realizado una revisión exhaustiva para prevenir y eliminar cualquier forma de plagio, garantizando la debida honestidad académica, se encuentra concluido, aprobado y está en condiciones para ser presentado ante las instancias correspondientes.

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el/la señor/a docente de la asignatura de **Integración Curricular**, proceda al registro del mismo en el Sistema de Gestión Académico como parte de los requisitos de acreditación de la Unidad de Integración Curricular del mencionado estudiante.

Loja, 2 de Agosto de 2024



Firmado electrónicamente por:
EDISON FABIAN
MIRANDA RAZA

F) _____

DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



Certificado TIC/TT.: UNL-2024-001749

Autoría

Yo, **Jordy Steven Chimbo Rivera**, declaro ser autor del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de este. Adicionalmente, acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Digital Institucional - Biblioteca Virtual.



Firmado electrónicamente por:
**JORDY STEVEN CHIMBO
RIVERA**

Firma:

Cedula de Identidad: 1105965360

Fecha: Loja, 12 de diciembre de 2024

Correo electrónico: jordy.chimbo@unl.edu.ec

Celular: 0991149720

Carta de autorización del trabajo de integración curricular por parte del autor para la consulta, reproducción parcial o total y publicación electrónica del texto completo

Yo, Jordy Steven Chimbo Rivera, declaro ser el autor del Trabajo de Integración Curricular denominado: “Estudio de Concentración de Mercado por Unidades Económicas y su Participación en la Oferta y Demanda en la Ciudad de Loja” como requisito previo a optar el título de Licenciado en Contabilidad y Auditoría, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Integración Curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 12 días del mes de diciembre del dos mil veinte y cuatro.



Firmado electrónicamente por:
JORDY STEVEN CHIMBO
RIVERA

Firma:

Autor: Jordy Steven Chimbo Rivera

Cedula: 1105965360

Dirección: Thomas Alva Edison y Soldado Robles

Correo electrónico: jordy.chimbo@unl.edu.ec

Celular: 0991149720

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director del Trabajo de Integración Curricular: Ing. Edison Fabian Miranda Raza Mg. Sc.

Dedicatoria

El presente trabajo de integración curricular, quiero dedicárselo a Dios, ha sido mi guía, mi fuente de fortaleza y luz a lo largo de mi trayecto académico, dándome la motivación para seguir adelante y no rendirme en cualquier circunstancia del camino.

A los distinguidos docentes de la Universidad Nacional de Loja, que compartieron de su sabiduría, experiencia y paciencia conmigo, su dedicación y compromiso con la excelencia académica han dejado una huella imborrable en mi formación académica y personal.

Finalmente, a mi amada familia principalmente a mi madre Piedad del Cisne Rivera que ha sido el pilar fundamental en mi vida que, con mucho esfuerzo, motivación, y su inquebrantable apoyo hizo lo posible para que culmine mi carrera profesional. A mi padre Luis Alfonso Chimbo León por enseñarme hacer las cosas con el corazón y siempre dar lo mejor de mí, has sido mi mayor ejemplo para seguir. A mi hermana Paola gracias por tu apoyo incondicional has sido una fuente constante de fortaleza y alegría, no hay palabras suficientes para expresar lo mucho que significas para mí y lo agradecido que estoy por tenerte. A mi hermano Jhandry Santiago gracias por tu cariño y por tus consejos, por las risas compartidas y por estar siempre ahí cuando más los necesitaba. A Verónica Elizabeth por ser la motivación para seguir adelante y darme fortaleza para cumplir todos mis sueños, su compañía es un regalo invaluable, cada uno de ustedes ocupa un lugar especial en mi vida.

Gracias Dios.

Jordy Steven Chimbo Rivera

Agradecimiento

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento y gratitud a la prestigiosa Universidad Nacional de Loja, a la Facultad Jurídica Social y Administrativa, a la Carrera de Contabilidad y Auditoría, a sus autoridades y docentes, quienes, con afecto, dedicación, experiencia supieron impartirme sus valiosos conocimientos y apoyo durante el transcurso de mi formación profesional.

De manera muy especial al Ing. Edison Fabian Miranda Raza, Mg. Sc. director del trabajo de integración curricular o de titulación, por todo su apoyo brindado, que con su experiencia y dedicación supo guiarme durante el proceso de elaboración y culminación de mi trabajo de integración curricular o de titulación.

Finalmente agradezco al Ing. Rene Peñaherrera, director ejecutivo de la Cámara de Comercio de Loja., y a su distinguido personal administrativo por brindarme toda la información necesaria para poder cumplir con este objetivo tan importante.

Jordy Steven Chimbo Rivera

Índice de Contenido

Portada	i
Certificación.....	ii
Autoría	iii
Carta de Autorización	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice de Contenido	vii
Índice de Tablas	viii
Índice de Figuras	ix
Índice de Anexos.....	xi
1. Título.	1
2. Resumen	2
2.1. Abstract.....	3
3. Introducción.....	4
4. Marco Teórico.	5
Los Sectores de la Economía y Los Sectores Económicos.....	5
Unidades Económicas	8
Mercado	13
Participación de Mercado	14
Ley de Oferta y Demanda	15
Punto de Equilibrio	23
Concentración de Mercado	24
Competencia	25
Competencia Perfecta	26
Poder de Mercado	27
Precio	27
Estrategias de Fijación de Precios.....	27
Determinación de Precios en Ecuador	28
Indicadores para Medir la Concentración de Mercado Índice de Herfindahl-Hirschman	30
Análisis de la concentración de mercado.....	31
5. Metodología.....	33
6. Resultados.....	37

7. Discusión.....	78
8. Conclusiones.....	79
9. Recomendaciones.....	80
10. Bibliografía.....	81
11. Anexos.....	85

Índice de Tablas

Tabla 1 Sectores económicos del Cantón Loja.....	7
Tabla 2 Criterios para clasificar las empresas según su tamaño.....	12
Tabla 3 Tabla del Plan de Demanda.....	17
Tabla 4 Aumento de la Demanda.....	19
Tabla 5 Tabla del Plan de Demanda.....	22
Tabla 6 Criterios de evaluación del índice de Herfindahl-Hirschman.....	31
Tabla 7 Distribución de la muestra dentro de los barrios por parroquias urbanas de la Ciudad de Loja.....	41
Tabla 8 Género de propietarios/representantes legales de las unidades económicas de la Ciudad de Loja.....	42
Tabla 9 Rango de edad de propietarios/representantes legales de las unidades económicas.....	43
Tabla 10 Cantidad de empresas que forman parte de las parroquias urbanas de la Ciudad de Loja.....	44
Tabla 11 Cantidad de unidades económicas de la Ciudad de Loja según su tamaño.....	45
Tabla 12 Número de unidades económicas que conforman los Sectores Económicos de la Ciudad de Loja.....	46
Tabla 13 Población de la Ciudad de Loja por sexo año 2022.....	48
Tabla 14 Aplicación de fórmula para proyección de Grupos Familiares.....	49
Tabla 15 Población Familiar del año 2010 al año 2024.....	49
Tabla 16 Detalle de productos que conforman la canasta básica vital familiar (2024).....	50
Tabla 17 Demanda de grupos familiares de la Ciudad de Loja en el Sector de Servicios, año 2024.....	52
Tabla 18 Aplicación de Fórmula de Elasticidad de la Demanda.....	54
Tabla 19 Demanda de grupos familiares de la Ciudad de Loja en el Sector Comercial, año 2024.....	55
Tabla 20 Aplicación de Fórmula de Elasticidad de la Demanda.....	57

Tabla 21 Aplicación de la Fórmula para Proyección de la Oferta.	58
Tabla 22 Oferta de las Unidades Económicas del Sector de Servicios a los grupos familiares de la Ciudad de Loja, año 2024.	59
Tabla 23 Oferta de las Unidades Económicas del Sector Comercial a los grupos familiares de la Ciudad de Loja, año 2024.	61
Tabla 24 Cantidad demandada y la cantidad ofrecida dentro del Sector de Servicios de la Ciudad de Loja, año 2024.	63
Tabla 25 Cantidad demandada y la cantidad ofrecida dentro del Sector Comercial de la Ciudad de Loja, año 2024.	65
Tabla 26 Volumen de Ventas de las 3 Unidades Económicas más representativas del Sector de Servicios en la Ciudad de Loja, año 2023.	68
Tabla 27 Estándar de evaluación del índice de Herfindhal-Hirschman.	69
Tabla 28 Aplicación del Índice de Herfindhal-Hirschman en el Sector de Servicios.	69
Tabla 29 Aplicación del Índice de Herfindhal-Hirschman a las 3 Unidades Económicas Representativas del Sector de Servicios de la Ciudad de Loja.	70
Tabla 30 Volumen de Ventas de las 3 Unidades Económicas más representativas del Sector Comercial en la Ciudad de Loja, año 2023.	72
Tabla 31 Estándar de evaluación del índice de Herfindhal-Hirschman.	72
Tabla 32 Aplicación del Índice de Herfindhal-Hirschman en el Sector de Servicios.	73
Tabla 33 Aplicación del Índice de Herfindhal-Hirschman a las 3 Unidades Económicas Representativas del Sector Comercial de la Ciudad de Loja.	73
Tabla 34 Volumen de Ventas de las 3 Unidades Económicas más representativas del Sector Industrial en la Ciudad de Loja, año 2023.	75
Tabla 35 Estándar de evaluación del índice de Herfindhal-Hirschman.	75
Tabla 36 Aplicación del Índice de Herfindhal-Hirschman en el Sector de Servicios.	76
Tabla 37 Aplicación del Índice de Herfindhal-Hirschman a las 3 Unidades Económicas Representativas del Sector Industrial de la Ciudad de Loja.	76
Tabla 38 Razón de concentración del Índice de Herfindhal-Hirschman por Sector Económico más representativo de La Ciudad de Loja del año 2023.	77

Índice de Figuras

Figura 1 Curva de la Demanda.	16
Figura 2 Plan de Demanda.	17
Figura 3 Aumento de la Demanda.	19

Figura 4 Movimiento a lo largo de la curva de la demanda.	20
Figura 5 Curva de la Oferta.	21
Figura 6 Plan de la Oferta.	22
Figura 7 Gráfica Equilibrio de Mercado.	23
Figura 8 Área de Estudio Ubicación de Unidades Económicas.	33
Figura 9 Género de propietarios/representantes legales de las unidades económicas de la Ciudad de Loja.	42
Figura 10 Rango de edad de propietarios/representantes legales de las unidades económicas.	43
Figura 11 Cantidad de empresas que forman parte de las parroquias urbanas de la Ciudad de Loja.	44
Figura 12 Cantidad de unidades económicas de la Ciudad de Loja según su tamaño.	45
Figura 13 Participación de Sectores Económicos de la Ciudad de Loja año 2024.	46
Figura 14 Demanda de grupos familiares de la Ciudad de Loja en el Sector de Servicios, año 2024.	52
Figura 15 Elasticidad Precio de la Demanda en el Sector de Servicios del año 2024.	53
Figura 16 Demanda de grupos familiares de la Ciudad de Loja en el Sector Comercial, año 2024.	55
Figura 17 Elasticidad Precio de la Demanda en el Sector de Servicios del año 2024.	56
Figura 18 Oferta de Unidades Económicas del Sector de Servicios a los grupos familiares de la Ciudad de Loja, año 2024.	60
Figura 19 Oferta de Unidades Económicas del Sector Comercial a los grupos familiares de la Ciudad de Loja, año 2024.	62
Figura 20 Punto de Equilibrio entre la Oferta y Demanda del Sector de Servicios de la Ciudad de Loja, año 2024.	64
Figura 21 Punto de Equilibrio entre la Oferta y Demanda del Sector Comercial de la Ciudad de Loja, año 2024.	65
Figura 22 Volumen de ventas por Unidades Económicas del Sector de Servicios en la Ciudad de Loja del periodo 2019 - 2023.	67
Figura 23 Volumen de ventas por Empresas del Sector Comercial en la Ciudad de Loja del periodo 2012 - 2023.	71
Figura 24 Volumen de ventas por Empresas del Sector Industrial en la Ciudad de Loja del periodo 2012 - 2024.	74

Índice de Anexos

Anexo 1 Formato de encuesta aplicada a los propietarios / representantes legales de las Unidades Económicas en las diferentes parroquias urbanas de la Ciudad de Loja.	85
Anexo 2 Población de la Ciudad de Loja 2010 – 2022.	86
Anexo 3 Certificación de Título del Proyecto de Integración Curricular.....	87
Anexo 4 Certificación de Trabajo de Integración Curricular de no estar ejecutado ni en ejecución.	88
Anexo 5 Oficio para solicitar información a la Cámara de Comercio de Loja.	89
Anexo 6 Certificado de Traducción del Abstract.	92

1. Título.

Estudio de concentración de mercado por unidades económicas y su participación en la oferta
y demanda en la Ciudad de Loja

2. Resumen

Se llevo a cabo el Trabajo de Integración Curricular bajo el título “Estudio de Concentración de Mercado por Unidades Económicas y su Participación en la Oferta y Demanda en la Ciudad de Loja”. En el estudio se identificó que en la Ciudad de Loja, el mercado está conformado por diez sectores económicos de los cuales predominan el sector de servicios (46,50%), el sector comercial (38,70%) y el sector industrial (6,08%). Dentro de la ciudad el mayor número de empresas de acuerdo con el sector y al tamaño se encuentran en la zona céntrica de la ciudad específicamente en la parroquia urbana del Sagrario (37,89%) y San Sebastián (28,46%), donde las MiPymes son parte de estas parroquias urbanas y la gran industria se encuentra en los límites de la ciudad.

La oferta y demanda en la Ciudad de Loja existe una tendencia de adquisición de productos en la canasta básica correspondientes más al sector comercial seguido del sector de servicios, es así como la oferta obedece las decisiones de adquisición de la demanda reflejando en el punto de equilibrio que las unidades económicas ofertan sus productos y servicios para grupos familiares correspondientes a 3 integrantes, esto quiere decir que dentro del sector de servicios el valor de los servicios para el año 2024 es de \$154,18 de consumo y en cuanto al sector comercial el valor de consumo promedio cada integrante de la familia es de \$236,45.

El resultado del Índice de Herfindhal-Hirschman para evaluar el mercado, el sector comercial y sector de servicios de la ciudad de Loja del periodo 2018 al 2023 no presentan concentración, el sector industrial tiene condiciones de un oligopolio donde las tres empresas más representativas de este sector durante el periodo 2018 – 2023 mantienen una participación promedio de ingresos por ventas mayor al 60% en comparación al total reflejando una concentración de mercado.

La metodología utilizada en el correspondiente estudio fue método matemático para sectorizar las unidades económicas, la oferta y demanda y encontrar las variables que intervienen en los componentes de la curva, pasando al método estadístico se realizó la proyección de la demanda y la oferta al año de estudio y sus respectivas graficas con la aplicación del índice de Herfindhal-Hirschman. pasando de premisas particulares a premisas generales haciendo uso del método inductivo.

Palabras Clave: Mercado, Económicos, Oferta, Demanda, Concentración.

2.1. Abstract

The Curricular Integration Work was carried out under the title “Study of Market Concentration by Economic Units and their Participation in Supply and Demand in the City of Loja”. The study identified that in the City of Loja, the market is made up of ten economic sectors, of which the services sector (46.50%), the commercial sector (38.70%) and the industrial sector (6) predominate. .08%). Within the city, the largest number of companies according to the sector and size are found in the central area of the city, specifically in the urban parish of Sagrario (37.89%) and San Sebastián (28.46%), where MiPymes are part of these urban parishes and large industry is located on the city limits.

Supply and demand in the City of Loja there is a tendency to acquire products in the basic basket corresponding more to the commercial sector followed by the service sector, this is how the supply obeys the acquisition decisions of the demand, reflecting at the equilibrium point, that the economic units offer their products and services for family groups corresponding to 3 members, this means that within the services sector the value of the services for the year 2024 is \$154.18 of consumption and in terms of the commercial sector the value Average consumption for each family member is \$236.45.

The result of the Herfindhal-Hirschman Index to evaluate the market, the commercial sector and the service sector of the city of Loja from the period 2018 to 2023 does not present concentration, the industrial sector has conditions of an oligopoly where the three most representative companies of this sector during the period 2018 – 2023 maintains an average share of sales income greater than 60% compared to the total, reflecting market concentration.

The methodology used in the corresponding study was a mathematical method to sectorize the economic units, supply and demand and find the variables that intervene in the components of the curve. Moving on to the statistical method, the projection of demand and supply was carried out per year. study and their respective graphs with the application of the Herfindhal-Hirschman index. from particular premises to general premises using the inductive method.

Keywords: Market, Economic, Supply, Demand, Concentration.

3. Introducción.

El trabajo de Integración Curricular, “Estudio de Concentración de Mercado por Unidades Económicas y su Participación en la Oferta y Demanda en la Ciudad de Loja” es importante para medir el nivel de concentración económica de las empresas sobre el mercado en el que se desenvuelven.

El aporte es conocer cómo se distribuyen las unidades económicas en términos de concentración en cada sector económico de la Ciudad y como influyen esto en la oferta y demanda de las unidades económicas integrantes de los sectores más representativos.

La estructura del Trabajo de Integración Curricular se compone de los siguientes apartados: el **Título** que define el tema de estudio, el **Resumen** que proporciona una síntesis general del desarrollo del trabajo tanto en español como en inglés, la **Introducción** que destaca la importancia del tema y presenta la estructura del trabajo, el **Marco Teórico** que se basa en las opiniones y conceptos de diversos autores para fundamentar los contenidos relacionados con el tema, y la **Metodología** que detalla los materiales los métodos y técnicas y técnicas utilizados durante la investigación.

Los **Resultados** presentan el contexto de como se encuentran las unidades económicas objeto de estudio sobre los sectores económicos de la Ciudad de Loja y como estos han influido en los planes de oferta y demanda, por otro lado se incluyen los estudios realizados y la aplicación del índice para medir el grado de contracción que tienen las empresas por sector económico. La **Discusión** aborda los procesos ordenados para determinar la relación de los resultados de la investigación con la teoría, el estado de la cuestión y la propia investigación. Donde se relaciona estudios previamente realizados y los resultados obtenidos en cuanto al consumo de la población de productos y servicios con estadísticas realizadas, por otro lado la determinación del sector que posee mayor concentración de mercado y como influye en las condiciones del resto de mercados y la fijación de precios que tiene.

Las **Conclusiones** expone los resultados en función de los objetivos planteados en el ante proyecto del cual se encuentra integrado en un objetivo general y tres objetivos específicos y las **Recomendaciones** que describen las sugerencias derivadas de los resultados alcanzados. La **Bibliografía** incluye todas las fuentes de investigación utilizadas para recopilar la información necesaria. Finalmente, los **Anexos** contienen la documentación de soporte para el desarrollo del trabajo de titulación.

4. Marco Teórico.

Los Sectores de la Economía y Los Sectores Económicos

Aunque estos dos conceptos tienden a ser utilizados indistintamente, tienen una connotación que los hace diferentes. En primer lugar, la economía la conforman tres sectores:

El Sector Primario

Se encuentra determinado por el conjunto de actividades económicas relacionadas con la agricultura, el sector pecuario y el minero, es decir, se obtiene productos directamente de la naturaleza sin ningún proceso de transformación (Astudillo, 2019).

Pereira, et al. (2011) menciona que este sector comprende las siguientes actividades:

- Agricultura: se refiere a la producción de diversos cultivos y especies vegetales.
- Pesca: relacionada con el aprovechamiento económico de especies que habitan los ríos y mares.
- La Ganadería: comprende la cría y producción de animales.
- La Silvicultura: comprende un conjunto de actividades orientadas al cultivo y conservación de bosques y selvas naturales.
- La Minería: relacionada con la utilización de los recursos minerales del suelo y del subsuelo, incluyendo los hidrocarburos (p. 27).

El Sector Secundario

Este sector de la economía es aquel que comprende a las industrias manufactureras y otras actividades similares como la construcción, generación de energía, etcétera. Se basa en la producción de bienes, o la transformación de estos, que pueden ser de origen vegetal, animal o mineral (llamados materias primas), los cuales, mediante un proceso industrial, dan como resultado, un producto nuevo. En estos dos sectores, sólo se producen y utilizan bienes físicos o tangibles, razón por la cual se le denominan bienes productivos. Ejemplos de estos productos están los alimentos, las bebidas, los textiles, las confecciones, el papel, los bienes metalmecánicos, entre muchos otros. (Pereira et al., 2011)

El Sector Terciario

Según Pereira et al. (2011) manifiesta que:

Este sector de la economía se dedica a los servicios de todo tipo. Entre los que se incluyen las actividades gubernamentales salvo las de empresas públicas que pueden pertenecer a los sectores primario o secundario el comercio, la educación, la salud, la

banca y las finanzas, el transporte y las comunicaciones, así como otros servicios sociales y personales (p. 20).

Se refiere a todas las actividades, que no producen mercancías o bienes tangibles, pero que son necesarias para el normal funcionamiento de la economía. Entre estas actividades está el comercio, los restaurantes, los hoteles, el transporte, los servicios financieros, las comunicaciones, los servicios de educación, los servicios profesionales, las actividades del Gobierno, entre otras. Aunque este sector se considera no productivo, porque no produce bienes tangibles, sí contribuyen a la generación de empleo y a la formación del producto e ingresos nacionales. (Astudillo, 2019, p. 28)

Sectores Economicos

Pereira et al. (2011) menciona que estos tres sectores corresponden a la teoría económica, como sectores de la economía; no obstante, en la realización de labores diarias, se hace mención a las actividades económicas, se designa sectores económicos, entre ellos están:

1. Sector agropecuario: corresponde a las actividades relacionadas con el sector primario.
2. Sector de servicios: se refiere al sector terciario o de servicios.
3. Sector industrial: relacionado con todas las actividades de la producción industrial. Cuando se utilizan materias primas del sector primario, se llama sector agroindustrial.
4. Sector de transporte: se incluye dentro del sector terciario. Sus principales actividades están relacionadas con el transporte de carga, transporte de servicio público, transporte terrestre, aéreo, marítimo, entre otros.
5. Sector comercial: también hace parte del sector terciario de la economía. Es el sector que demanda más mano de obra, no tan especializada como la de los otros dos sectores.
6. Sector financiero: comprende las organizaciones que tienen que ver con actividades bancarias y financieras, aseguradoras, fondos de pensiones y cesantías, fiduciarias, etc.
7. Sector de la construcción: incluye todas las empresas y las organizaciones relacionadas con la construcción, y los servicios profesionales de los arquitectos e ingenieros, así como con las empresas que producen materiales para este importante sector de la economía.

8. Sector minero y energético: incluye en él, todas las empresas que tienen que ver con la actividad minera y energética. Entre éstas se incluyen: actividades extractivas de carbón, esmeraldas, gas y petróleo; empresas generadoras de energía; entre otras.
9. Sector solidario: comprende las actividades de las cooperativas, las cajas de compensación familiar y las empresas solidarias prestadoras de servicios de salud, entre otras.
10. Sector de comunicaciones: en este sector se incluyen todas las empresas y organizaciones relacionadas con los medios de comunicación como (telefonía fija y celular, empresas de publicidad, periódicos, editoriales, etc.) (pp. 29-30).

Sectores de la Economía en el Cantón Loja

Dentro del Cantón Loja se tiene los siguientes Sectores de la Económica:

- El sector primario corresponde entre el 51% y 81% respectivamente, de las cuales las parroquias más representativas son: Chantaco, Chuquiribamba, Gualiel, Jimbilla, San Lucas, Santiago, Yangana y Quinara.
- En cuanto al sector secundario se encuentra representado entre 1% y 8% respectivamente, este sector se encuentra conformado por todas las parroquias.
- El sector terciario lo representa Loja con el 78% de participación y Vilcabamba con el 51%.

Es importante mencionar que San Pedro de Vilcabamba y Malacatos a más de identificarse en el sector primario también presentan una tendencia hacia al sector terciario (44% y 41% respectivamente). Se puede concluir que el sector primario es predominante en las parroquias rurales del cantón Loja, mientras que el sector terciario predomina en la Ciudad de Loja (78%).

Tabla 1

Sectores económicos del Cantón Loja.

<i>Parroquias</i>	<i>Primario</i>	<i>Secundario</i>	<i>Terciario</i>
Loja	5%	8%	78%
Chantaco	81%	1%	10%
Chuquiribamba	70%	2%	14%
El Cisne	53%	3%	31%
Guelel	81%	1%	7%
Jimbilla	64%	2%	25%
Malacatos (Valladolid)	42%	8%	41%
San Lucas	63%	4%	23%
San Pedro de Vilcabamba	49%	3%	44%
Santiago	51%	1%	22%

Taquil (Miguel Riofrío)	49%	8%	33%
Vilcabamba (Victoria)	33%	6%	51%
Yangana (Arsenio Castillo)	52%	3%	37%
Quinara	68%	7%	17%

Nota. Tomado de INEC, Censo de Población y Vivienda 2010

Unidades Económicas

Definición de Unidades Económicas

La empresa corresponde a una unidad económica en la que se organizan elementos personales, materiales e inmateriales con el fin de realizar actividades de carácter mercantil. Es así como el comercio comprende el conjunto de bienes constituidos por el comerciante o empresario en un lugar determinado, para realizar los fines de la empresa (Código de Comercio 2019).

Una empresa es la persona natural o jurídica, sea de sector público o privado, de carácter lucrativo o no lucrativo, que lleva la iniciativa, responsabilidad, innovación, riesgo y decisión de coordinar factores de producción y actividades de la manera más ventajosa para producir, distribuir bienes y/o servicios que cumplen con las necesidades de los clientes y en general de la sociedad (Estupiñán 2020).

El termino empresa no tiene una connotación más allá de organización. Está relacionado, en un inicio, con emprender en un negocio, con ser un emprendedor que busca innovación dentro de un sector. Se entiende en la manera de imaginar con “soñar con una empresa”, “embarcarse en el desafío” o “estar destinado para una gran empresa”. Cabe recalcar que para una empresa su objetivo principal no es obtener utilidades elevadas, más bien debe ser una respuesta de sus actividades, mas no su fin primordial (Mendoza y Ortiz, 2016).

Importancia de las Unidades Económicas

Su importancia recae en la ayuda al crecimiento económico y social de un país a través del pago de impuestos, tributos y demás contribuciones establecidas en la ley, la generación de riqueza y la generación de empleos (García, 2020).

La empresa no solo beneficia a sus dueños y clientes, sino que contribuye a la generación de empleo para realizar sus actividades y qué producto de ello se genera un ingreso, los cuales se debe deducir ciertos valores referentes al pago de tributos que generan el crecimiento del país.

Objetivos

Para García (2020) menciona los principales objetivos que las empresas persiguen son:

- Obtener renta o beneficio que generalmente es económico;
- Cumplir con las necesidades de los clientes;
- Adaptar las nuevas tecnologías que se originen dentro de sus actividades, a los nuevos mercados que se susciten;
- Tener responsabilidad social con sus trabajadores, empleados, clientes y el entorno que lo rodea;
- Aumentar el valor de la empresa y su poder adquisitivo con el propósito de expandirse a otros lugares y mercados (p. 8).

Clasificación de las Empresas

Según su Actividad

De acuerdo con este criterio, las empresas se clasifican como:

Empresas de Servicios.

“Son aquellas que comercializan servicios o capacidad profesional de cualquier tipo, es decir, productos intangibles. Este tipo de empresas son las que pertenecen a los sectores de educación, turismo, bancario, etc.” (Mendoza y Ortiz, 2016, p. 13).

Empresas Comerciales.

Según Mendoza y Ortiz (2016) menciona que:

Son aquellas que se dedican a la compra de bienes o mercancías para la venta posterior, sin cambiar sus características. Sólo realizan procesos de intercambio, son establecimientos que se dedican a comprar y vender satisfactores. Las empresas comerciales pueden ser mayoristas, minoristas o comisionistas. (p. 13)

Empresas industriales o de Manufactura.

Son aquellas que se dedican a las actividades de transformación, reciben insumos o materias primas y les agregan valor incorporales procesos y transformarlas en productos nuevos, que pueden ser bienes de consumo final o bienes de producción. Algunos ejemplos de empresas industriales son las de textiles, las siderúrgicas, las azucareras, las petroquímicas, etc. (Mendoza y Ortiz, 2016, p. 14)

Empresas Agropecuarias.

Estas empresas son aquellas que dedican sus actividades a la ganadería, la pesca o a la agricultura; estas actividades corresponden al sector primario. Aunque algunos autores

consideran que esta función corresponde dentro de la categoría de las empresas industriales (Mendoza y Ortiz, 2016).

Empresas Mineras.

Son empresas que dedican sus actividades a la explotación de los recursos del suelo y del subsuelo. Dentro de este tipo de empresas corresponden las petroleras, las empresas auríferas, las canteras, etc (Mendoza y Ortiz, 2016).

Según el Número de Socios

“Las Compañías son aquellas que unen sus capitales, trabajo o conocimiento por contrato, entre dos o más personas naturales o jurídicas para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades y de otros beneficios sociales, colectivos y/o ambientales” (Ley de Compañías, 2020, p. 1).

Conforme a la Ley de Compañías (2020) menciona que dentro del Ecuador hay seis especies de sociedades mercantiles, estas seis especies de sociedades mercantiles constituyen personas jurídicas:

Compañía en Nombre Colectivo.

Se constituye por una persona natural o entre dos o más personas naturales que realizan actividades de comercio bajo una razón social. La razón social es la fórmula enunciativa de los nombres de los socios, o de algunos de ellos, con la agregación de las palabras "y compañía". El capital de la compañía en nombre colectivo se compone de los aportes que cada uno de los socios entrega o promete entregar. Para la constitución de la compañía será necesario el pago de no menos del cincuenta por ciento del capital suscrito. Si el capital fuere aportado en obligaciones, valores o bienes, en el contrato social se dejará constancia de ello y de sus avalúos (Ley de Compañías, 2020).

Compañía en Comandita Simple y Dividida por Acciones.

La compañía en comandita simple existe bajo una razón social y se contrae entre uno o varios socios solidaria e ilimitadamente responsables y otro u otros, simples suministradores de fondos, llamados socios comanditarios, cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes. La razón social será, necesariamente, el nombre de uno o varios de los socios solidariamente responsables, al que se agregará siempre las palabras "compañía en comandita", escritas con todas sus letras o la abreviatura que comúnmente suele usarse (Ley de Compañías, 2020).

Compañía de Responsabilidad Limitada.

La Compañía de Responsabilidad Limitada se constituye mediante un contrato o acto unilateral, dentro de esta los socios solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. En cuanto a su capital este está conformado por las aportaciones de los socios, este monto no será inferior a lo establecido por parte de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (Ley de Compañías, 2020).

Compañía Anónima.

La Compañía Anónima se constituye mediante un contrato o acto unilateral, su capital se encuentra dividido en acciones negociables. La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima" o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas (Ley de Compañías, 2020).

La Compañía de Economía Mixta.

La compañía de economía mixta es aquella que su capital se encuentra constituido por un capital público y un capital privado, dentro de estas compañías el estado, las municipalidades, los consejos provinciales y las entidades u organismos del sector público, podrán participar, conjuntamente con el capital privado, en el capital y en la gestión social de esta compañía (Ley de Compañías, 2020).

La Sociedad por Acciones Simplificada.

Su naturaleza será siempre mercantil, independientemente de sus actividades operacionales (Ley de Compañías, 2020).

Mendoza y Ortiz (2016) mencionan que es un vehículo jurídico para la realización de cualquier actividad empresarial, que puede ser constituida por una o varias personas naturales o jurídicas. Los accionistas limitan su responsabilidad al monto de sus aportes, y una vez inscrita en el registro mercantil. La sociedad forma una persona jurídica distinta de sus accionistas. Este tipo de empresa cuenta con múltiples ventajas que facilitan la iniciación y el desarrollo de la actividad empresarial (p. 17).

Según su Tamaño

Dentro del Ecuador la clasificación de las empresas según su tamaño se acoge a los criterios emitidos por la Comunidad Andina de las Naciones (CAN). Es por ello que se clasifican de la siguiente forma:

Tabla 2*Criterios para clasificar las empresas según su tamaño.*

		<i>Numero de Colaboradores</i>	<i>Valor Bruto en Ventas Anuales</i>	<i>Activos</i>
Microempresa		De 1 a 9 personas	Igual o menor a \$100.000,00	Hasta \$100.000,00
PYMES	<i>Pequeña Empresa</i>	De 10 a 49 personas	\$100.001,00 a \$1.000.000,00	\$100.001,00 hasta \$1.000.000,00
	<i>Mediana Empresa</i>	De 50 a 199 personas	\$1.000.000,00 a \$5.000.000,00	\$750.001,00 hasta \$3.999.000,00
	Gran Empresa	Más de 200 de personas	Más de \$5.000.000,00	Más de \$4.000.000,00

Nota. Elaboración propia en base a la resolución 1260 emitida por la Comunidad Andina de las Naciones (CAN) (2009).

Microempresa.

Este tipo de negocio es el más pequeño dentro de la clasificación por tamaño y generalmente son emprendimientos o negocios familiares. Este tipo de empresa cumple con la característica de tener de 1 a 9 colaboradores, sus ventas anuales deben ser igual o menor a \$100.000,00 y esta debe contar con activos de hasta \$100.000,00.

PYMES.

“Este término recoge a las pequeñas y medianas empresas. Generalmente, las PYMES operan a nivel nacional, son organizaciones que apuestan por la innovación y es poco común que su actividad se desarrolle a nivel industrial” (Banco Pichincha, 2021, p.12).

Las pequeñas empresas cuentan con de 10 a 49 personas trabajando, sus ventas anuales son de \$100.001,00 a \$1.000.000,00 y cuenta con activos de \$100.001,00 hasta \$1.000.000,00. Por otro lado de la mediana empresa es aquella que posee de 50 a 199 personas, sus ventas anuales son de \$1.000.000,00 a \$5.000.000,00 y sus activos se encuentran dentro del intervalo de \$750.001,00 hasta \$3.999.000,00 (Comunidad Andina de las Naciones, 2009).

Gran Empresa.

Bajo los criterios de la Comunidad Andina de las Naciones (CAN) la gran empresa cuenta con más de 200 colaboradores, sus ventas a anuales son de más de \$5.000.000,00 y sus activos superan los \$4.000.000,00. La gran empresa son corporaciones o negocios que

tienen un gran poder comercial en el mercado y muchas veces operan a nivel internacional (Banco Pichincha, 2021).

Mercado

Definición de Mercado

Un mercado es cualquier acuerdo que permita a compradores y vendedores obtener información y hacer negocios entre sí. Un mercado consta de dos partes: los compradores y los vendedores. Hay mercados de bienes, como manzanas o botas para alpinismo; mercados de servicios, como cortes de cabello y lecciones de tenis; mercados de recursos, como programadores de computadora y máquinas excavadoras, y mercados de otros insumos manufacturados, como circuitos de memoria y refacciones para automóviles. También hay mercados de divisas como el yen japonés, y de valores financieros, como las acciones de Yahoo! El único límite a lo que se puede comerciar en los mercados es nuestra imaginación. (Parkin, 2009, p.46)

Es el lugar donde se reúnen oferentes y demandantes y es ahí donde se determinan los precios de los bienes y servicios a través del comportamiento de la oferta y la demanda. Un mercado está conformado por los consumidores reales y potenciales de un producto o servicio; para completar esta definición deben existir tres elementos:

- Uno o varios individuos con necesidades y deseos por satisfacer.
- Un producto que pueda satisfacer esas necesidades.
- Personas que ponen los productos a disposición de los individuos con necesidades a cambio de una remuneración. (Fischer & Espejo, 2011)

Mercado de Trabajo

Definición de Mercado de Trabajo

Según Parkin (2009) menciona que:

Para cada uno de nosotros, el mercado de trabajo es el que determina nuestro empleo y nuestro salario. Las empresas deciden cuánto trabajo demandarán; cuanto más baja sea la tasa salarial, mayor será la cantidad de trabajo demandada. Los hogares deciden cuánto trabajo ofrecerán; cuanto más alta sea la tasa salarial, mayor será la cantidad de trabajo ofrecido. La tasa salarial se ajusta para hacer que la cantidad de trabajo demandada sea igual a la cantidad ofrecida (p. 128).

La tasa salarial de equilibrio proporciona a algunas personas altos ingresos, aunque muchas más reciben ingresos bajos. Además, el mercado de trabajo se ve afectado continuamente por diversos factores que golpean más a los trabajadores con salarios

más bajos. El más generalizado de estos factores es la aparición de nuevas tecnologías que ahorran trabajo, las cuales disminuyen la demanda de trabajadores poco calificados y reducen sus tasas salariales. (Parkin, 2009, p. 128)

Poder del Mercado de Trabajo

Conforme a Parkin (2009) menciona que:

En algunos mercados de trabajo, los trabajadores sindicalizados tienen poder de mercado y poseen la capacidad de aumentar la tasa salarial por encima del nivel competitivo. En otros mercados de trabajo, un empleador de gran tamaño domina el lado de la demanda del mercado y puede ejercer un poder de mercado que disminuya la tasa salarial por debajo de su nivel competitivo. Sin embargo, un empleador también podría decidir pagar más que la tasa salarial competitiva para atraer a los mejores trabajadores (p. 395).

Mercado de Capital

Definición de Mercado de Capital

Para Astudillo (2019) menciona que “es aquel donde se negocian títulos-valores que se emiten a mediano y largo plazos; incluye títulos de la deuda pública e instrumentos de mediano y largo plazos emitidos por agentes privados o públicos” (p. 18).

“Los mercados de capital son los canales a través de los cuales las empresas obtienen recursos financieros para comprar recursos físicos de capital” (Parkin. 2009, p. 400).

Participación de Mercado

Según Nacif (2020) menciona que “la participación de mercado (market share, en inglés), es el porcentaje que tenemos del mercado (expresado en unidades del mismo tipo o en volumen de ventas explicado en valores monetarios) de un producto o servicio específico” (p. 1).

La participación de mercado o % Market Share se representa la porción disponible en un mercado o segmento determinado. Metafóricamente, es la parte del pastel (torta) que un determinado producto logra comer en un periodo determinado. Este puede ser trimestral, semestral o anual.

El porcentaje de Market Share se deriva de la porción ganada en valores o unidades. Cualquiera que sea nuestra actividad, estamos participando con un porcentaje del total del pastel y mientras más crecemos, más oportunidad de aumentar el porcentaje de participación tenemos. El objetivo de toda empresa es conseguir un espacio en el mercado y, seguidamente, captar el mayor número posible de clientes fieles a sus productos.

La participación de mercado es un índice de competitividad, que nos indica que tan bien nos estamos desempeñando en el mercado con relación a nuestros competidores. Este índice nos permite evaluar si el mercado está creciendo o declinando, identificar tendencia en la selección de clientes por parte de los competidores y ejecutar además, acciones estratégicas o tácticas. Este cálculo parece muy simple pero no lo es.

Para que este sea confiable se necesita previamente definir el mercado al que se sirve o mercado meta, este debe ser expresado en término de unidades vendidas o de ventas en valores monetarios con relación a un número de competidores, productos, servicios, canales, clientes, categorías, áreas geográficas y periodos de tiempo (Nacif , 2020, p. 2).

Ley de Oferta y Demanda

Demanda

Cuando hablamos de demanda se refiere a la adquisición de un bien o servicio, cuando un individuo demanda algo esto quiere decir que, esa persona desea o aspira a adquirirlo, está en la capacidad de pagarlo y con anterioridad ha hecho un plan para adquirir dicho bien o servicio. Un factor determinante para la demanda de un bien o servicio es la escasez, esto hace que la mayoría de los deseos que tenemos no sean satisfechos, es así como la demanda refleja la decisión que tomaremos ante nuestros deseos para satisfacerlos (Parkin, 2009).

Es por ello por lo que la cantidad demandada que tiene un bien o un servicio es la cantidad que los clientes han planeado adquirir en un determinado tiempo de acuerdo con un precio establecido. En ciertos casos la cantidad demandada no siempre es la misma cantidad que es adquirida, ciertas veces esta cantidad supera los bienes que se encuentran disponibles.

Para medir la cantidad demandada esta se establece en cantidad por unidad de tiempo. Existen diversos factores que determinan los planes de compra de un bien o servicio y uno de ellos es el precio de venta.

Tanto el sentido común como la observación científica cuidadosa muestran que la cantidad de mercancías que los individuos adquieren depende de su precio. Mientras mayor sea el precio de un artículo, si todo lo demás permanece constante, los consumidores están dispuestos a comprar menos unidades de ese bien. Cuanto más bajo es el precio del mercado, más unidades se compran (Samuelson y Nordhaus, 2010).

Existe una relación definida entre el precio de mercado de un bien y la cantidad demandada del mismo, si todo lo demás permanece constante. Esta relación entre el precio y la cantidad comprada lo explica la ley de la demanda.

Ley de Demanda

La Ley de Demanda establece que mientras más alto sea el precio de un bien o servicio menor será la cantidad demanda mientras que, caso contrario mientras menor sea el precio de un bien o servicio mayor será la cantidad demandada (Parkin, 2009).

Existen dos razones que explican la disminución de la demanda cuando el precio sube, esto se debe al efecto sustitución y al efecto ingreso.

Efecto sustitución

Si los demás factores permanecen constantes, cuando el precio de un bien aumenta, su precio relativo (su costo de oportunidad) se eleva. Aunque cada bien es único, existen sustitutos para él, es decir, otros bienes pueden ser utilizados en su lugar. Conforme el costo de oportunidad de un bien aumenta, la gente compra menos de dicho bien y más de sus sustitutos.

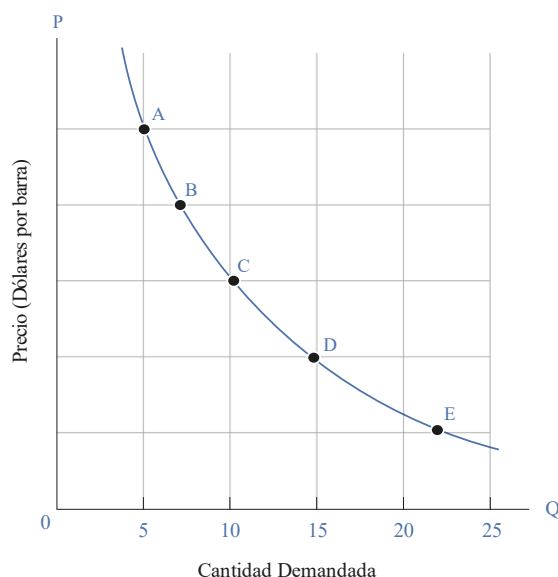
Efecto ingreso

Si los demás factores que influyen en los planes de compra permanecen constantes, cuando un precio aumenta lo hace de manera relativa a los ingresos de la gente. Por lo tanto, cuando la gente enfrenta un precio más alto sin que sus ingresos hayan cambiado, ya no puede adquirir la misma cantidad de cosas que compraba antes. Esto la obliga a disminuir las cantidades demandadas de al menos algunos bienes y servicios; normalmente, el bien cuyo precio ha subido será uno de los que la gente comprará menos.

Curva de la Demanda y Plan de la Demanda

Figura 1

Curva de la Demanda.

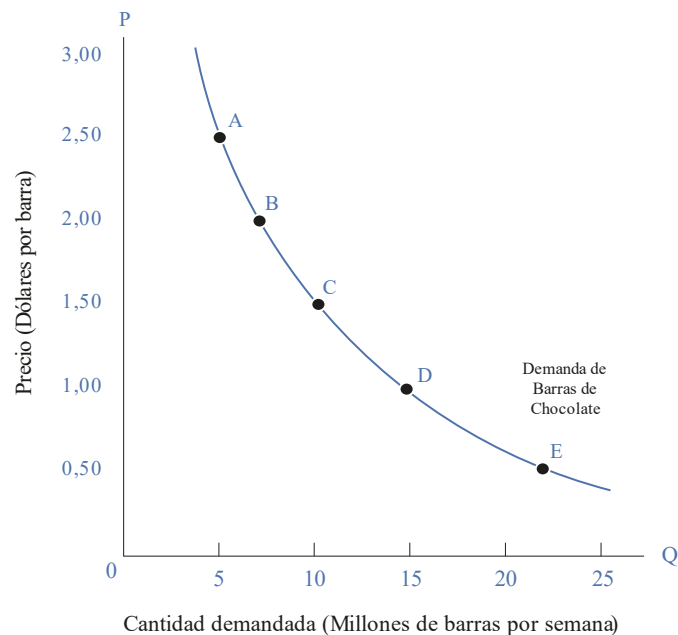


Nota. Una curva de demanda con pendiente negativa relaciona la cantidad demandada y el precio.

La curva de demanda que representa la cantidad demandada en el eje horizontal (Q) y su precio en el eje vertical (P). Se observa la cantidad y el precio están inversamente relacionados; es decir, Q aumenta cuando P se reduce. La curva tiene pendiente negativa y va del cuadrante noroeste al sureste. Esta importante propiedad recibe el nombre de ley de la demanda decreciente. Se basa en el sentido común y en la teoría económica y ha sido verificada empíricamente con casi todas las mercancías; barras de chocolate, las hojuelas de maíz, la gasolina, la educación universitaria y las drogas son sólo unos cuantos ejemplos (Samuelson & Nordhaus, 2010).

Una curva de demanda ilustra la relación entre la cantidad demandada de un bien y el precio de este cuando los demás factores que influyen en los planes de compra de los consumidores permanecen constantes (Parkin, 2009).

Figura 2
Plan de Demanda.



Nota. Representación Gráfica del Plan de Demanda.

Tabla 3
Tabla del Plan de Demanda.

	Precio (dólares por barra)	Cantidad Demandada (millones de barras por semana)
A	0,50	22
B	1,00	15
C	1,50	10
D	2,00	7
E	2,50	5

Nota. La tabla muestra un plan de demanda de barras de chocolate.

El plan de la demanda muestra las cantidades demandadas a cada precio cuando todos los demás factores que influyen en los planes de compra de los consumidores permanecen constantes. Por ejemplo, cuando el precio de una barra de chocolate es de 50 centavos de dólar, la cantidad demandada es de 22 millones de barras por semana. Si el precio es de 2.50 dólares, la cantidad demandada disminuye a 5 millones por semana. Las demás filas de la tabla muestran las cantidades demandadas a precios de 1, 1.50 y 2 dólares. La representación gráfica del plan de demanda consiste en una curva de demanda donde la cantidad demandada de barras de chocolate se ubica en el eje de las x y el precio en el eje de las y. Los puntos marcados con las letras A a E en la curva de demanda corresponden a las filas del plan de demanda. Por ejemplo, el punto A de la gráfica representa la cantidad demandada de 22 millones de barras de chocolate a la semana cuando el precio es de 50 centavos de dólar por barra.

Desplazamiento y Movimiento a lo largo de la Curva de la Demanda

Desplazamiento de la Curva de la Demanda

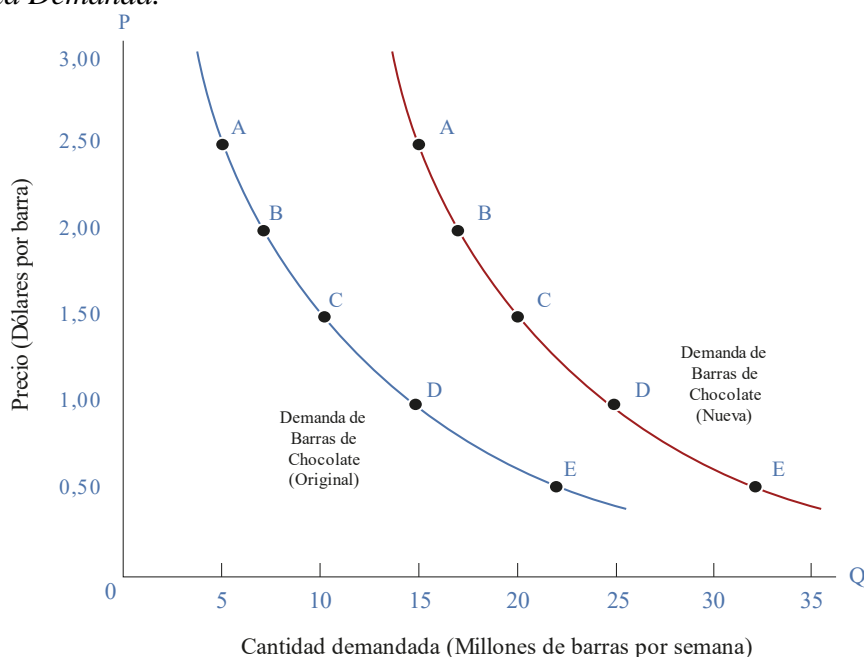
Cuando cualquier factor que influye en los planes de compra distinto al precio del bien cambia, se origina un cambio en la demanda. Cuando la demanda aumenta, la curva de demanda se desplaza hacia la derecha y la cantidad demandada a cada precio es mayor.

Por ejemplo, a un precio de 2.50 dólares, la cantidad demandada es de 5 millones de barras de chocolate a la semana en la curva de demanda original (en color azul). En la nueva curva de demanda (en rojo), la cantidad demandada es de 15 millones de barras de chocolate por semana.

Existen seis factores clave que intervienen en el cambio de la demanda, estos factores son los precios de bienes relacionados, precios esperados en el futuro, el ingreso, ingreso esperado en el futuro, población y las preferencias.

Un factor mencionado como el cambio en el ingreso de las personas cambia la demanda de barras de chocolate. Es decir si originalmente el precio de 1.50 dólares por barra la demanda es de 10 millones de barras por semana (fila C de la tabla) y al nuevo ingreso, la demanda es de 20 millones de barras a la semana. Un aumento del ingreso incrementa la demanda de barras de chocolate. La curva de demanda se desplaza hacia la derecha, tal como lo indican la flecha y la curva resultante, en color rojo

Figura 3
Aumento de la Demanda.



Nota. La figura muestra el cambio de la demanda de barras de chocolate.

Tabla 4
Aumento de la Demanda.

	<i>Precio</i> (dólares por barra)	<i>Cantidad Demandada</i> (millones de barras por semana)		<i>Precio</i> (dólares por barra)	<i>Cantidad Demandada</i> (millones de barras por semana)
A	0,50	22	A	0,50	32
B	1,00	15	B	1,00	25
C	1,50	10	C	1,50	20
D	2,00	7	D	2,00	17
E	2,50	5	E	2,50	15

Nota. La tabla muestra el cambio de la demanda de barras de chocolate.

Movimiento a lo largo de la Curva de la Demanda

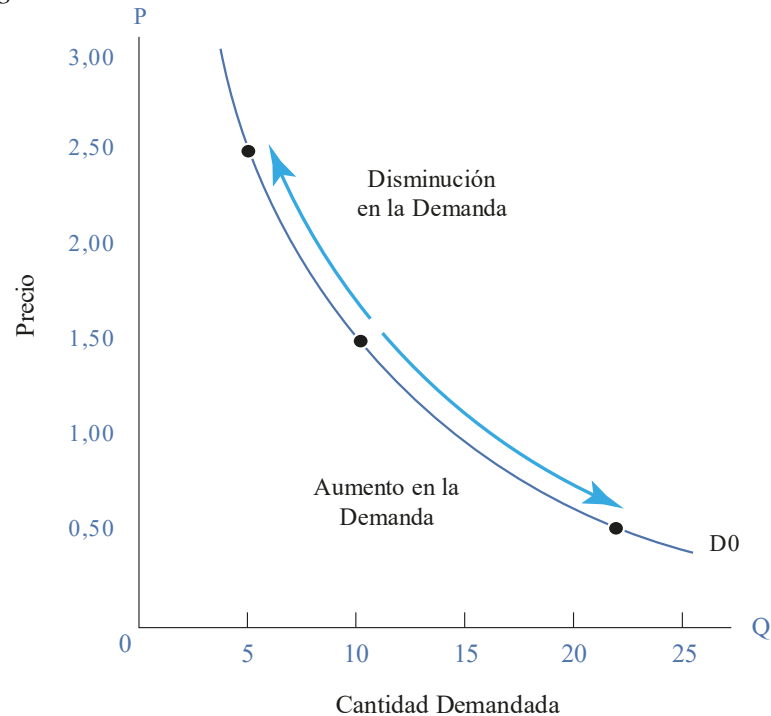
Si el precio de un bien cambia, pero todos los demás factores permanecen constantes, se da un movimiento a lo largo de la curva de demanda. Dado que la curva de demanda tiene pendiente negativa, una disminución en el precio de un bien aumenta la cantidad demandada del mismo y un aumento en el precio del bien disminuye su cantidad demandada correspondiente (ley de la demanda).

si el precio de un bien baja cuando todos los demás factores permanecen constantes, la cantidad demandada de éste aumenta y se presenta un movimiento hacia abajo en la curva de

demanda D0. Si el precio aumenta mientras todos los demás factores permanecen constantes, la cantidad demandada de dicho bien disminuye y se presenta un movimiento hacia arriba en la curva de demanda D0.

Figura 4

Movimiento a lo largo de la curva de la demanda.



Nota. La figura representa la disminución en la demanda y el aumento de la demanda cuando el precio cambia y todos los demás factores permanecen constantes

Oferta

La oferta menciona que, cuando una empresa ofrece un bien o un servicio, significa que dicha empresa cuenta con los recursos y la tecnología para producirlo; puede obtener un beneficio al producirlo, y ha elaborado un plan definido para producirlo y venderlo. Una oferta implica más que sólo contar con los recursos y la tecnología para producir algo. Los recursos y la tecnología constituyen los límites de lo posible. Es posible producir muchas cosas útiles, pero éstas no serán fabricadas a menos que hacerlo resulte lucrativo. La oferta refleja la decisión acerca de qué artículos es tecnológicamente factible producir (Parkin, 2009).

Ley de Oferta

La Ley de la Oferta establece que a medida que aumenta el precio de un bien, también aumentará la cantidad ofrecida por los productores/proveedores y que, a medida que disminuye el precio de un bien también disminuirá la cantidad ofrecida debido a que el costo

marginal aumentará ya que no valdrá la pena producir un bien si la ganancia no cubre el costo de producción (Parkin, 2009).

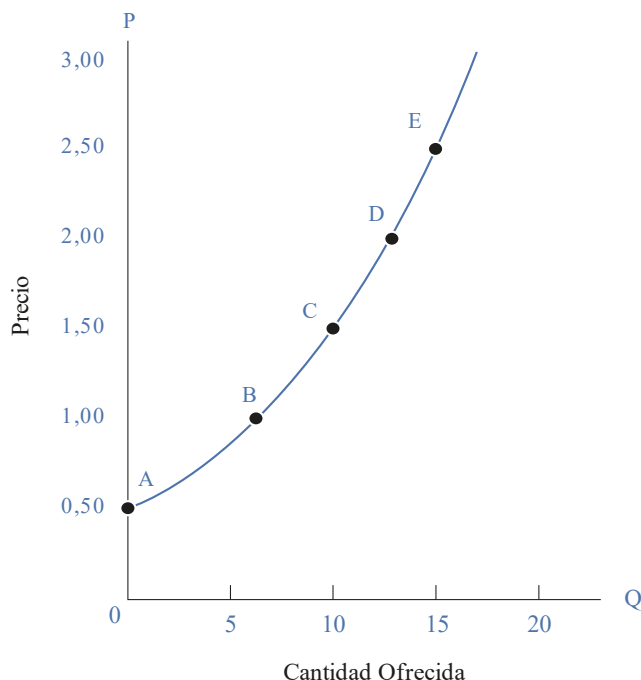
Al proporcionar bienes o servicios (suministros) a los mercados regionales, estas entidades facilitan el movimiento de capital, convirtiéndose en parte integral del ciclo del flujo de efectivo y permitiendo la generación de ingresos dentro de las comunidades (Sumba et. al 2022).

La identificación del mercado pertinente tendrá en cuenta los atributos específicos de los vendedores y compradores involucrados en ese mercado. Los rivales dentro de un mercado tan relevante deben ser similares, y esto implica evaluar factores como la región de ventas, la gama de productos ofrecidos, la naturaleza de la intermediación y las distinciones de otros métodos de distribución o venta del mismo producto (Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder del Mercado, 2011).

Curva de la Oferta y Plan de la Oferta

Figura 5

Curva de la Oferta.



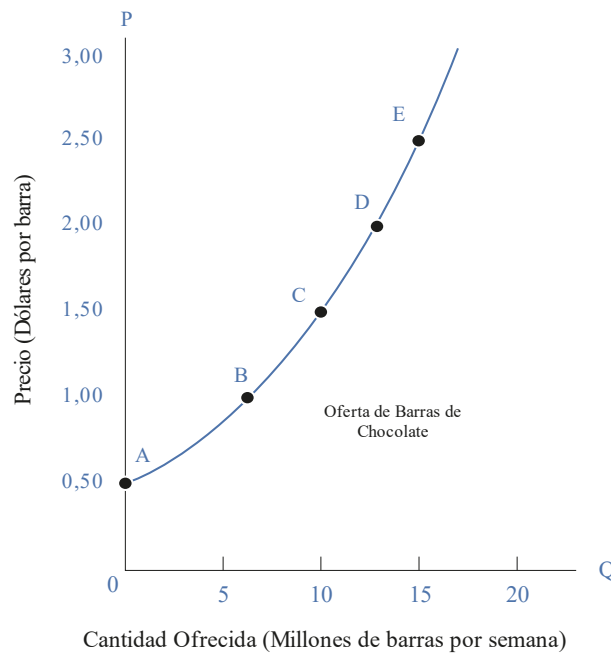
Nota. Una curva de demanda con pendiente positiva relaciona la cantidad demandada y el precio.

La oferta se ilustra mediante la curva de oferta y el plan de oferta. El término cantidad ofrecida se refiere a un punto sobre la curva de oferta: el punto donde se establece la cantidad ofrecida a un precio en particular. Una curva de oferta muestra la relación entre la cantidad ofrecida de un bien y su precio cuando todos los demás factores que influyen en las ventas

planeadas por los productores permanecen sin cambio. La curva de oferta es una representación gráfica de un plan de oferta. (Parkin, 2009).

Establece el plan de oferta de las barras energéticas. Un plan de oferta enumera las cantidades ofrecidas a cada precio cuando todos los demás factores que influyen en las ventas planeadas de los productores permanecen sin cambio.

Figura 6
Plan de la Oferta.



Nota. Representación gráfica de la Oferta.

Tabla 5
Tabla del Plan de Demanda.

	Precio <i>(dólares por barra)</i>	Cantidad Demandada <i>(millones de barras por semana)</i>
A	0,50	0
B	1,00	6
C	1,50	10
D	2,00	13
E	2,50	15

Nota. La tabla muestra un plan de oferta de barras de chocolate.

La tabla muestra el plan de oferta de barras energéticas. Por ejemplo, a un precio de 1 dólar, la oferta es de 6 millones de barras por semana; a un precio de 2.50 dólares la oferta es de 15 millones de barras a la semana. La curva de oferta indica la relación entre la cantidad ofrecida y el precio si todos los demás factores permanecen sin cambio. Este tipo de curva describe una pendiente hacia arriba: conforme el precio de un bien aumenta, también lo hace la cantidad ofrecida. Una curva de oferta puede interpretarse de dos maneras. Para un precio

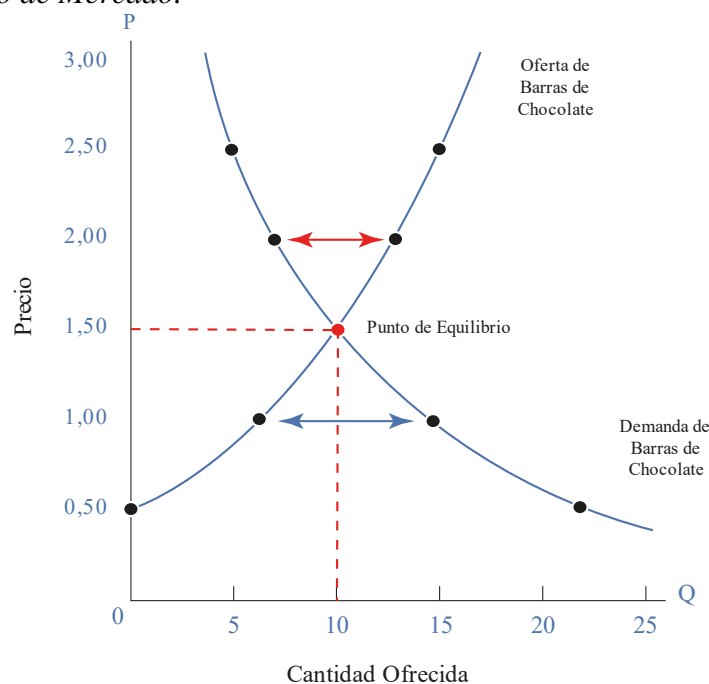
dado, la curva de oferta nos indica la cantidad que los productores planean vender a ese precio. Por ejemplo, a un precio de 1.50 dólares por barra, los productores están dispuestos a ofrecer 10 millones de barras por semana. Para una cantidad dada, la curva de oferta indica el precio mínimo al que los productores están dispuestos a vender una barra más. Por ejemplo, si cada semana se producen 15 millones de barras, el precio más bajo al que alguien estará dispuesto a vender la última barra disponible es de 2.50 dólares.

Punto de Equilibrio

Hemos visto que cuando el precio de un bien aumenta, la cantidad demandada disminuye y la cantidad ofrecida aumenta. Los precios coordinan los planes de compradores y vendedores y alcanzan un equilibrio este equilibrio es la situación en la que fuerzas opuestas se compensan entre sí dentro de los mercados, el equilibrio ocurre cuando el precio hace que los planes de compradores y vendedores concuerden entre sí. El precio de equilibrio es el precio al que la cantidad demandada es igual a la cantidad ofrecida. La cantidad de equilibrio es la cantidad comprada y vendida al precio de equilibrio. Los mercados tienden al equilibrio porque: El precio regula los planes de compra y venta. El precio se ajusta cuando los planes no concuerdan.

Figura 7

Grafica Equilibrio de Mercado.



Nota. La figura representa el equilibrio de mercado.

La figura muestra cómo la curva de demanda y la curva de oferta se entrecruzan en el precio de equilibrio de 1.50 dólares por barra. Todos los precios por encima de 1.50 dólares por barra generan un excedente de barras. Por ejemplo, a 2 dólares por barra, el excedente es

de 6 millones de barras por semana, como indica la flecha de color azul. Cada precio por debajo de 1.50 dólares por barra da por resultado un faltante de barras. Por ejemplo, a 1 dólar por barra, el faltante es de 9 millones de barras por semana, como indica la flecha de color rojo.

Concentración de Mercado

Definición de Concentración de Mercado

Para Sanchis y Mañez (2002) mencionan que la concentración de mercado es cuando el grado de producción de una industria está concentrada en manos de un reducido número de grandes empresas de un determinado sector con esto las empresas buscan la competencia perfecta o monopolio, cuanto más próxima sea la estructura del mercado analizado a uno de los casos extremos más próximos serán también comportamiento y resultados de las empresas operando en el mercado.

La concentración de mercado es una amenaza para la economía de cualquier país debido a la desigualdad de oportunidades de tal forma que las empresas predominantes reducen beneficios hacia sus empleados debilitando protecciones tanto legales como negociaciones, en cuestión a pequeñas empresas se provoca una absorción de las mismas debido a que no pueden sostener la cuota de mercado que ofrecen grandes empresas, el aumento de desigualdad en torno a pequeñas y medianas empresas provoca una caída en la demanda agregada debido a que la cuota de mercado que dejan las empresas dominantes es mínima en comparación a lo que se acapara (Baustista, 2020, p. 14).

La guerra de competencia obliga a los capitalistas a reducir sus precios en lo posible y, como quiera que la baratura de los objetos depende únicamente de la productividad del trabajo ya que las demás circunstancias son iguales, predomina la gran empresa por ser la que posee mayor trabajo acumulado anteriormente (Ferrero, 1943, p. 130).

Las medidas de concentración del mercado lo tienen en mayoría los mercados que se encuentran entre competencia perfecta y monopolio, en donde se presenta desde concentración mínima hasta máxima concentración, es por esto que las medidas de concentración tienen el fin de contrastar mercados para que de esta forma se pueda regular la manera en que se está llevando la “libre comercialización”, tomando en cuenta la curva de concentración en donde se describe la relación porcentaje acumulado de producto y número de empresas en el mercado. Según las características del mercado en la medida de concentración para conocer el comportamiento del mismo es predilecto aplicar el índice de “Hirschman-Herfindahl”, puesto que este índice toma en cuenta todos los puntos de la concentración de la curva, lleva consigo los criterios que se asumen de cada tipo de mercado

es decir si la concentración es mínima o máxima, de la misma manera toma en cuenta el número de empresas que se encuentran en cada sector (Machado, 2013).

Importancia de la Concentración de Mercado

Según Navarro et al. (2013), “La concentración de mercado es una condición de las industrias que se refiere a la capacidad de las firmas de participar en la producción del mercado” (p.146).

Por consiguiente la concentración de mercado permite a las empresas fijar precios dentro del sector donde predominan así como decidir el nivel de producción que llevaran en su línea de fabricación obteniendo ventaja competitiva dentro de su sector.

En este mundo cada vez más globalizado, más digitalizado, las empresas se enfrentan a competencias cada vez más fuertes y algunas de ellas optan por formar alianzas con el fin de permanecer y generar mayores volúmenes de ventas en el mercado (Benítez et al., 2020, p.18).

Competencia

Definición de Competencia

Tomar en cuenta el término competencia hace referencia a la situación o el momento en que una empresa o entidad persigue sus favores o realiza un seguimiento de sus metas a través de los resultados de otras compañías, tomando en cuenta que el concepto de competencia hace hincapié en que es de vital importancia para desarrollar estrategias de mercado en las diferentes empresas con el objetivo de sobresalir ante las demás (Tarzijan y Paredes, 2006).

En criterio de Villoslada (2017) un análisis económico dentro de la competencia de mercado permite diferenciar el número de empresas reguladoras, es decir si existe un mayor número de empresas la competencia en relación directa es mayor, que como resultado se desencadena modelos de mercado intermediarios los cuáles están clasificados por Competencia Monopolista y el Oligopolio.

Competencia Monopolista

Arzadun (2020) menciona que la competencia monopolística es una estructura de mercado en la cual: hay muchas empresas competidoras en una industria, cada productor vende un producto diferenciado y hay libertad de entrada y salida de la industria en el largo plazo (p. 5).

Oligopolio

Un oligopolio es una industria en la que hay un reducido número de empresas. Cada una de las empresas de dicha industria se dice que es un oligopolista. Aunque ninguna de las

empresas sea un monopolio, en una industria hay competencia imperfecta cuando los productores saben que pueden influir sobre los precios de mercado (Arzadun, 2020, p. 4).

Monopolio

Ferre y Rossi (2020), “un monopolio es un tipo de mercado caracterizado por la existencia de una única empresa que es oferente de un bien que no tiene sustitutos cercanos” (p. 3).

Para Ramírez y Figueroa (2018) mencionan que los monopolios son fallos de mercado que provocan pérdidas, principalmente por su relación con los precios y consumidores de bienes y servicios. Estos se generan por vacíos regulatorios, los cuales es posible observar en distintos sectores económicos, a pesar de los niveles de competencia logrados; por consiguiente, un monopolio se establece con base en las facilidades otorgadas por el Estado (p.306).

Según Quinatoa y Alvaro (2023) menciona que desde tiempos ambiguos y hasta la actualidad, las empresas han implementado estrategias para controlar los mercados, los precios, la producción y obtener mayor poder de negociación y acceso a otras industrias. Ese poder extremo como es el caso del monopolio solo se puede contrarrestar si más empresas se insertan en ese mercado, pero dependerá de las barreras de entrada, ya que si esas barreras son fuertes será difícil una igualdad de condiciones, pero por el otro lado, si las barreras de entrada no son drásticas se esperaría que la competencia entre varias empresas reduzca su poder de mercado (p. 18).

Competencia Perfecta

Definición de Competencia Perfecta

En la competencia perfecta hay muchos compradores y muchos vendedores. De tal manera que ninguno de ellos por sí solo puede fijar el precio de una mercancía (Astudillo, 2019).

La competencia perfecta es una industria en donde muchas empresas venden productos idénticos a muchos compradores, no hay restricciones para entrar a la industria, las empresas establecidas no tienen ventaja con respecto a las nuevas, los vendedores y los compradores están bien informados acerca de los precios. La competencia perfecta surge cuando la escala eficiente mínima de un solo productor es pequeña en relación con la demanda del bien o servicio. La escala eficiente mínima de una empresa es la cantidad de producción más pequeña a la que el costo promedio a largo plazo alcanza su nivel más bajo. Cuando la escala eficiente mínima de una empresa es pequeña en relación con la demanda de mercado, hay espacio para muchas empresas en una industria. En segundo lugar, la

competencia perfecta surge si se percibe que cada empresa produce un bien o servicio que no tiene características únicas, de tal manera que a los consumidores no les importa a qué empresa comprarle (Parkin, 2009).

Poder de Mercado

Definición de Poder de Mercado

Aguilar G. y Portilla J. (2022), menciona que “el poder de mercado se define como la capacidad de la firma de establecer un precio por encima de su costo marginal” (p.7).

Por otro lado, Delgado (2013), hace referencia a que “puede definirse como el grado de capacidad de los agentes de mercado para mantener durante un período de tiempo significativo variables tales como precios, calidades o cantidades a niveles distintos de los que permitiría el juego de la competencia” (p. 487). Es decir que la empresa que lleve predominación dentro de su sector tiene el poder de fijar el precio de su producto así mismo la producción que se refiere a cantidad y a la calidad de los productos, permitiéndoles generar y acaparar la mayor parte de la demanda dentro del mercado.

Precio

Definición de Precio

“En la vida diaria, el precio de un objeto es el número de dólares, pesos, euros o cualquier otra moneda que se debe ceder para obtenerlo. Los economistas se refieren a este precio como precio monetario o nominal” (Parkin, 2009, p. 60).

La base para hacer el intercambio de bienes y servicios en cualquier mercado es el precio. Cuando el intercambio se hace sin utilizar el dinero, se denomina trueque, sistema utilizado en la antigüedad; sin embargo, al diversificarse la producción de bienes y servicios, apareció una mercancía que sirve de equivalente a todas las demás, la moneda. Con lo que se facilitó el intercambio.

Para Astudillo (2019) menciona que:

El precio es una relación por medio de la cual se intercambia un bien por otro. Esto es lo que permite la equivalencia entre el dinero y cualquier mercancía. Es importante distinguir entre los precios nominal o monetario y el relativo (p. 56).

Estrategias de Fijación de Precios

Parkin (2009) menciona que todos los monopolios se enfrentan a un dilema debido a la relación inversa que existe entre el precio y la cantidad vendida. Menciona que para vender una mayor cantidad, el monopolista debe cobrar un precio más bajo. En cierta medida, hay dos situaciones monopólicas que crean diferentes tipos de dilema. Éstas son:

- El precio único.

- La discriminación de precios.

Precio único

Parkin (2009) expone:

El caso de De Beers, es una empresa que vende diamantes (de cierto tamaño y calidad) al mismo precio a todos sus clientes. Si intentara venderlos a un precio menor a unos clientes y a un mayor precio a otros, sólo los primeros los comprarían. El resto les comprarían a éstos y no a la empresa. De Beers es un monopolio de precio único.

Un monopolio de precio único es una empresa que debe vender cada unidad de su producción al mismo precio a todos sus clientes (p. 265).

Discriminación de precios

Es la práctica de vender diferentes unidades de un bien o servicio a precios distintos. En el caso de las aerolíneas, estas ofrecen una asombrosa diversidad de precios por los mismos vuelos. Los productores de pizza cobran un precio por una pizza y casi regalan la segunda. Éstos dos casos son ejemplos de la discriminación de precios. Cuando una empresa utiliza la discriminación de precios, pareciera que les está haciendo un favor a sus clientes. De hecho, lo que está haciendo es cobrar el precio más alto posible por cada unidad vendida y con ello obtener las utilidades más altas posibles (Parkin, 2009).

Determinación de Precios en Ecuador

Reglamentos Técnicos Ecuatorianos (RTE)

Índice de Precios al Consumidor

El índice de Precios al Consumidor (IPC) es un indicador mensual, nacional y para nueve ciudades, que mide los cambios en el tiempo del nivel general de los precios, correspondientes al consumo final de bienes y servicios de los hogares de estratos de ingreso: alto, medio y bajo, residentes en el área urbana del país. Mensualmente, se levantan aproximadamente 25.350 tomas de precios para los artículos, que conforman los 359 productos de la Canasta de bienes y servicios del IPC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2024).

Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado como Regulador

La Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado protege a los consumidores, a los empresarios, pero sobre todo a los pequeños y medianos productores, de los abusos derivados de la alta concentración económica y las prácticas monopólicas. El Poder de Mercado es la capacidad que tiene un operador económico (empresa, industria, etc.) de incidir en el comportamiento del mercado. La ley garantiza a las empresas reglas claras y transparentes para competir en condiciones justas, y que sus logros puedan darse por

eficiencia y no por prácticas tramposas o desleales (Secretaría Nacional de Planificación, 2019).

La presente Ley en su Art. 1 Objeto menciona que busca evitar, prevenir, corregir, eliminar y sancionar el abuso de operadores económicos con poder de mercado; es así que se encarga de la prevención, prohibición y sanción de acuerdos colusorios y otras prácticas restrictivas; el control y regulación de las operaciones de concentración económica; y la prevención, prohibición y sanción de las prácticas desleales, buscando la eficiencia en los mercados, el comercio justo y el bienestar general y de los consumidores y usuarios, para el establecimiento de un sistema económico social, solidario y sostenible (Superintendencia de Control y Poder de Mercado, 2011)

El Art. 8 Determinación del Poder de Mercado menciona que para determinar si un operador económico tiene poder de mercado en un mercado relevante, debe considerarse, entre otros, uno o varios de los siguientes criterios:

- a. Su participación en ese mercado, de forma directa o a través de personas naturales o jurídicas vinculadas, y su posibilidad de fijar precios unilateralmente o de restringir, en forma sustancial, el abastecimiento en el mercado relevante, sin que los demás agentes económicos puedan, en la actualidad o en el futuro, contrarrestar ese poder.

Dentro de la presente Ley en su Art. 9 Abuso de Poder de Mercado hace referencia que es infracción a la presente Ley y está prohibido el abuso de poder de mercado cuando uno o varios operadores económicos, sobre la base de su poder de mercado, por cualquier medio, impidan, restrinjan, falseen o distorsionen la competencia, o afecten negativamente a la eficiencia económica o al bienestar general. En particular, las conductas que constituyen abuso de poder de mercado son:

4.- La fijación de precios predatorios o explotativos.

6.- La discriminación injustificada de precios, condiciones o modalidades de fijación de precios.

20.- La fijación injustificada de precios de reventa

El Artículo 11 Acuerdos y prácticas prohibidas de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder De Mercado (2011) menciona que están prohibidos y serán sancionados de conformidad con las normas de la presente ley todo acuerdo, decisión o recomendación colectiva, o práctica concertada o conscientemente paralela, y en general todos los actos o conductas realizados por dos o más operadores económicos, de cualquier forma manifestados, relacionados con la producción e intercambio de bienes o servicios, cuyo

objeto o efecto sea o pueda ser impedir, restringir, falsear o distorsionar la competencia, o afecten negativamente a la eficiencia económica o el bienestar general. En particular, las siguientes conductas constituyen acuerdos y prácticas prohibidas:

1. Fijar de manera concertada o manipular precios, tasas de interés, tarifas, descuentos, u otras condiciones comerciales o de transacción, o intercambiar información con el mismo objeto o efecto.

7. Discriminar injustificadamente precios, condiciones o modalidades de negociación de bienes o servicios.

17. La fijación concertada e injustificada de precios de reventa.

21. Los acuerdos entre proveedores y compradores, al margen de lo que establece la ley, que se puedan dar en las compras públicas que direccionen y concentren la contratación con el afán de favorecer injustificadamente a uno o varios operadores económicos.

Indicadores para Medir la Concentración de Mercado Índice de Herfindahl-Hirschman **Definición de Índice de Herfindahl-Hirschman**

Al índice de Herfindahl-Hirschman (HHI, por sus siglas en inglés) se le define como la suma de los cuadrados de los tamaños relativos de las empresas en el mercado (Mishra, et al, 2011).

Vizcaíno (2020) menciona que para realizar el índice de Herfindahl-Hirschman el primer paso a seguir es identificar el número total de empresas que existe dentro del sector de la misma manera la participación de cada una de modo que se obtenga que empresa presenta mayor cuota dentro del mercado lo cual puede ser interpretado como el promedio ponderado de las proporciones del producto total que concentra cada una de las empresas, centrándose en los niveles de concentración existente en el sector, determinando la capacidad de poder o de control en ellos (p.27).

Para poder realizar el cálculo del índice de Herfindahl-Hirschman se requiere conocer que existen M firmas en el mercado, se lo aplica de acuerdo con la siguiente formula:

$$H = \sum_{i=1}^N s^2_i$$

Donde:

s_i = participación de cada empresa dentro del mercado

N= número total de empresas

Para poder trabajar la concentración de mercado es necesario utilizar datos sobre ingresos, ventas y patrimonio, por otro lado para la rentabilidad es requerido el margen bruto

el cual arroja los resultados en base a los beneficios directos que tiene la empresa (Vizcaíno, 2020, p. 31).

Criterios de evaluación del índice de Herfindahl-Hirschman

El IHH indica los niveles de concentración bajo los siguientes criterios:

Tabla 6

Criterios de evaluación del índice de Herfindahl-Hirschman.

Índice	Criterios
IHH1 < 1000	El mercado no está concentrado
1000 < IHH1 < 1800	El mercado está poco concentrado
IHH1 > 1800	El mercado está concentrado

Nota. Elaboración propia con base en Vizcaíno (2020).

- Si $IHH1 < 1000$, el mercado no está concentrado.
- Si $1000 < IHH1 < 1800$ y la variación del IHH es menor a 1000, el mercado está poco concentrado, indicando que una fusión implicaría un pequeño aumento en la posibilidad de tener mayor poder de mercado.
- Si $IHH1 > 1800$ y la variación del IHH es menor a 50, el mercado está concentrado. De manera que mientras mayor sea la diferencia entre las participaciones de las firmas en el mercado, mayor será el IHH.

Con el resultado de este índice se busca conocer el espacio que pueden llegar a tener nuevas empresas para entrar a competir dentro del mercado, el valor de este índice disminuye con el incremento del número de empresas y aumenta con la creciente desigualdad entre un número determinado de empresas al igual que sus participaciones. En este contexto, si el valor es incremental se considera una estructura de mercado monopólica. En el caso contrario, es decir, si éste decrece, el mercado es competitivo (Benítez, et al, 2020, p. 104).

Es importante recalcar que el índice de mayor aplicación para el cálculo de la concentración del mercado es el HHI, y aunque es una medida ampliamente utilizada y con base en ella se han construido algunos índices más complejos ($HHI_{Normalizado}$, ID, CR_k y E) para diferentes tipos de mercado, no puede ser utilizado para proyectar la concentración del mercado que probablemente ocurrirá en el futuro (Zhou, 2003).

Análisis de la concentración de mercado

La guerra de competencia obliga a los capitalistas a reducir sus precios en lo posible y, como quiera que la baratura de los objetos depende únicamente de la productividad del

trabajo ya que las demás circunstancias son iguales, predomina la gran empresa por ser la que posee mayor trabajo acumulado anteriormente (Ferrero, 1943, p. 130).

El análisis de la concentración de mercado es para evitar, prevenir, corregir, eliminar el abuso de operadores económicos con poder de mercado; la prevención..... de prácticas restrictivas; el control y regulación de las operaciones de concentración económica; y la prevención.... de las prácticas desleales, buscando la eficiencia en los mercados, el comercio justo y el bienestar general y de los consumidores y usuarios, para el establecimiento de un sistema económico social, solidario y sostenible con equidad en el mercado (Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder del Mercado, 2011). El fomento de la desconcentración económica, a efecto de evitar prácticas monopólicas y oligopólicas privadas contrarias al interés general, buscando la eficiencia en los mercados.

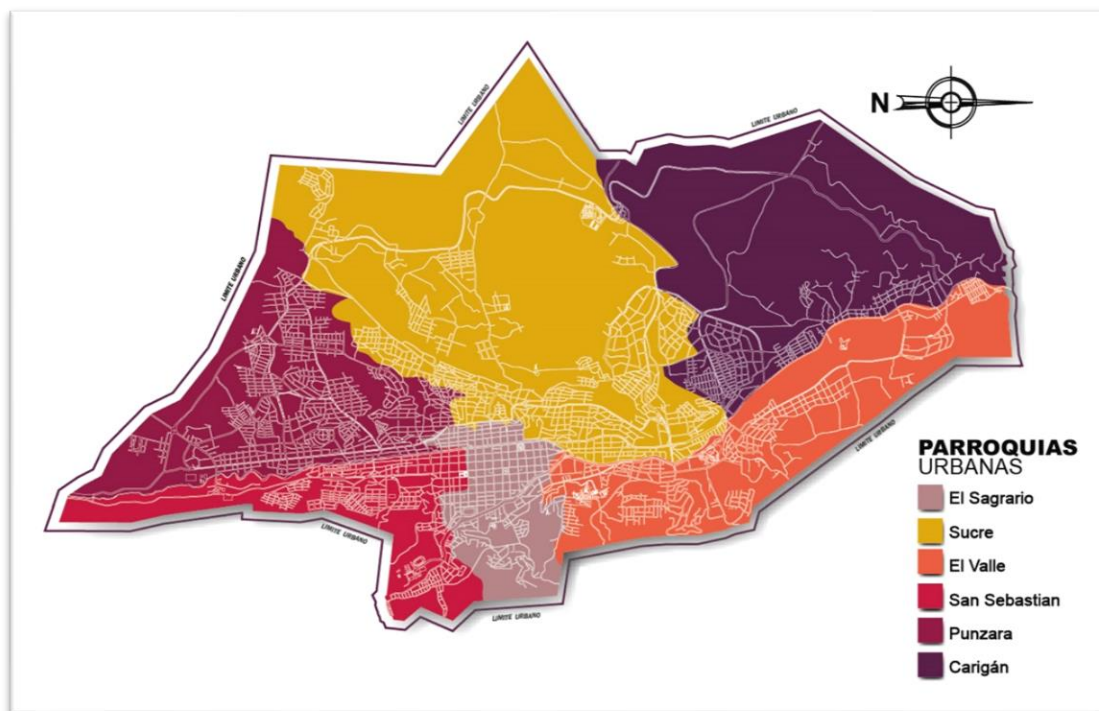
5. Metodología.

Área de Estudio

Las Unidades Económicas objeto de estudio se encuentran ubicadas en la provincia de Loja, en el cantón de Loja de la Ciudad de Loja dentro de las 6 parroquias urbanas (El Sagrario, Sucre, El Valle, San Sebastián, Punzara, Carigán) las mismas que mantienen actividades relacionadas con el comercio, la prestación de servicios, la industria, la construcción, el transporte, las actividades agropecuarias, la comunicación, la minería, actividades de transformación de energía, y actividades financieras y de economía popular y solidaria.

Figura 8

Área de Estudio Ubicación de Unidades Económicas.



Nota. Área de Estudio, Ubicación de Unidades Económicas.

Procedimiento

Método Científico

En el presente trabajo de integración curricular se aplicó el método científico durante el proceso de investigación, ya que esto permitió obtener información relevante de libros, revistas científicas, páginas web, así como investigaciones realizadas dentro del país, entre otras fuentes de investigación, para comprender la teoría y aplicación de instrumentos de investigación.

Método Deductivo

A través de este método se recolectó la información correspondiente al número de unidades económicas de la Ciudad de Loja, para ello se tomó en cuenta el criterio de inclusión como ser empresas registradas en el SRI mediante el RUC, bajo este criterio se clasificó y obtuvo conclusiones fundamentadas sobre a qué sector de la economía pertenecen las unidades económicas de la Ciudad de Loja.

Método Inductivo

Este método se utilizó desde premisas particulares, como reconocer a que sector de la economía pertenecen las unidades económicas de la Ciudad de Loja bajo los criterios de inclusión establecidos, una vez clasificados los sectores económicos se pasó a premisas generales del cual se estableció el porcentaje de participación que tienen las unidades económicas dentro del mercado de la Ciudad de Loja.

Método Analítico

Dentro del trabajo de investigación el análisis estadístico de los datos recabados, para medir el nivel de concentración que existe en el mercado en la Ciudad de Loja, se utilizan los siguientes indicadores de concentración; índice de Herfindahl-Hirschman, índice de las Mayores Empresas e índice de Entropía, los cuales miden la participación en el mercado. Además se hizo utilización de pruebas de diferencia de grupos con análisis de correspondencia, mediante el uso de tablas y gráficos ilustrativos con el fin de comparar la oferta y la demanda, las pruebas se aplicaron a partir de los datos estadísticos obtenidos.

Método Sintético

Para la utilización de este método se sintetizó los resultados obtenidos de la aplicación de los indicadores de concentración los cuales se estableció la participación en el mercado de las empresas que conforman los sectores de la economía más representativos de la Ciudad de Loja. Por otro lado se utilizaron pruebas de diferencia de grupos con análisis de correspondencia, consolidándose en los resultados de la investigación permitiendo analizar la oferta y la demanda de las unidades económicas en la Ciudad de Loja.

Método Matemático

Se utilizó el método matemático en el desarrollo práctico, donde se aplicó indicadores de concentración de mercado, bajo los criterios de evaluación correspondientes por cada índice, estableciendo la participación de las empresas y control dentro del mercado.

Método Estadístico

También se utilizó datos administrativos extraídos de los estados financieros proporcionados por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros del Ecuador para

elaborar el presente trabajo de investigación; la base de datos fue filtrada de tal manera que se seleccionó aquellas empresas de los sectores económicos más representativos.

Método Histórico

Con este método se pretendió encontrar antecedentes que dan explicación a hechos dentro de la investigación como lo es la historia actual de la producción, servicio y comercio dentro de la ciudad, así como factores que determinaron el rumbo de nuestra ciudad a lo que es hoy.

Método Descriptivo

Este método fue utilizado para conocer y comprender la demografía del mercado, en la cual se obtuvo datos de las unidades económicas dentro de cada sector económico. Fueron proporcionados datos de los propietarios/representantes legales de las unidades económicas de la Ciudad de Loja como edad, sexo, nacionalidad, RUC, además, datos de las unidades económicas como ubicación, parroquia a la que pertenece, el tipo de actividad que mantiene, tamaño de empresa y sector económico al que forma parte, esto con la finalidad de realizar una sectorización de las empresas y conocer su participación dentro del mercado.

Técnicas

Observación

Se empleó en la recolección sistemática de datos, permitiendo capturar una visión objetiva de las variables que fueron utilizadas dentro de la investigación. A través de la observación se identificó los sectores económicos a los que corresponden las unidades económicas de la Ciudad de Loja.

Encuesta

Se elaboró una encuesta, para la obtención de la población que fue objeto de estudio conformado por 2001 unidades económicas activas que desarrollan actividades económicas dentro de la ciudad, para la estructuración de esta encuesta fue necesario tener en cuenta que se encuentren registrados en el SRI mediante el RUC, especificar a que sector económico pertenecen así como las actividades que desarrollan, a que tipo de empresa pertenecen y datos adicionales como dirección, número de teléfono y correo electrónico.

Fórmula de la Muestra.

$$n = \frac{N * Z_a^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_a^2 * p * q}$$

Datos:

Z_a: nivel de confianza = 2,16 al cuadrado (si la seguridad es de 97%)

p: probabilidad a favor = 5% = 0,05

q: probabilidad en contra = $(1 - p)$ es decir $(1 - 0,05) = 0,95$

e: margen de error = 0,05

n: tamaño muestral = ?

N: universo proyectado = total de población en este caso unidades económicas dentro de la Ciudad de Loja

Recopilación bibliográfica

Dentro de esta técnica, la búsqueda de información que se obtuvo en diferentes fuentes como portales de información, revistas científicas, libros, páginas web, investigaciones realizadas dentro del país, entre otras fuentes de información, sustentando las temáticas abordadas.

6. Resultados.

Contexto para el estudio de Concentración de Mercado en la Ciudad de Loja por Unidades Económicas

La Ciudad de Loja se encuentra en la región sur del Ecuador, cuenta con una extensión de 1.895,53 Km², distribuida en 13 parroquias rurales y 6 urbanas, se encuentra geográficamente ubicado en 9501249 y 9594638 de latitud Sur, y 661421 y 711075 de longitud Oeste.

El mercado en Loja, se caracteriza por las principales ramas de actividad que desarrollan los habitantes del cantón Loja: comercio al por mayor y al por menor, en los centros urbanos; agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, la desarrollan básicamente los habitantes de las parroquias rurales y quienes habitan en la franja periférica de la urbe; construcción. Las unidades económicas que conforman los diferentes sectores económicos son unidades o personas naturales la cual su parte administrativa es gestionada por una o más personas, en la cual su representante legal o propietario se encuentra registrado en el Servicio de Rentas Internas mediante el Registro Único de Contribuyente (RUC), las unidades de este sector se encuentran reguladas por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, el Instituto de Economía Popular y Solidaria y el Servicio de Rentas Internas, además la leyes que rigen sobre las unidades económicas de la ciudad son la Constitución del Ecuador, La Ley de Compañías, La Ley orgánica de Control y Poder de Mercado, Código de Trabajo. En cuanto a sus deberes formales, tienen por obligación emitir y entregar comprobantes de venta autorizados, llevar los libros y registros contables relacionados con la actividad económica y presentar las declaraciones y el pago de impuestos.

Las Unidades Económicas de la Ciudad de Loja han venido desarrollando sus actividades a lo largo de la historia dentro de diferentes sectores:

Sector comercial

Este Sector ha permitido que se mantenga impulsada la economía dentro de la ciudad ya que es la principal fuente de ingresos de los Lojanos ya que es la actividad económica que concentra la mayor cantidad de empleo dentro de la Ciudad.

Sector de servicios

La constitución de unidades económicas que prestan servicios dentro de la ciudad ha sido representativa por esta clase de sectores ya que integran actividades que son fuentes principales de ingresos para las personas, dentro de la ciudad la prestación de servicios se encuentra ofertada por la gran cantidad de personas que se encuentran preparadas académicamente.

Sector industrial

La creación de empresas en la rama industrial se desarrolla a través de la producción de bienes o servicios, absorbiendo para ello gran cantidad de mano de obra para satisfacer las necesidades de la ciudadanía que incide directamente en la calidad de vida. A partir del año 1959 Loja tuvo un repunte en la constitución de varias iniciativas a nivel industrial una de ellas es el ingenio Monterrey Azucarera Lojana Compañía Anónima (MALCA).

Con el pasar de los años, las nuevas generaciones han impulsado su proyección empresarial, llevándola a fabricar diversos productos y comercializar otras marcas, es una expansión que se ve reflejada en su cobertura regional y nacional, con una logística que genera innumerables plazas de empleo directo e indirecto.

Sector de la construcción

Este sector constituye un elemento dinamizador de la economía en general al afectar de forma transversal a las demás industrias como proveedor de su infraestructura física, canalizando niveles significativos de inversiones y siendo además un importante generador de empleo.

Sector agropecuario

La producción agropecuaria actualmente se ha convertido en una de las fuentes de ingresos de mayor accesibilidad para los habitantes de una comunidad, esta forma de vida va de la mano con el término de desarrollo rural. Este sector es una gran fuente de abastecimiento para dentro de la Ciudad de Loja.

Sector financiero

El sector financiero ha sido y es un pilar fundamental del desarrollo productivo de Loja y de su Provincia, su accionar ha fomentado un sin número de iniciativas a nivel empresarial y comercial.



Universidad
Nacional
de Loja

CARRERA DE
CONTABILIDAD
& AUDITORÍA

ESTUDIO DE CONCENTRACIÓN DE MERCADO POR UNIDADES ECONÓMICAS **Y SU PARTICIPACIÓN EN LA OFERTA** Y DEMANDA EN LA CIUDAD DE LOJA



Determinación del Sector de la Economía al que Pertenecen las Unidades Económicas de la Ciudad de Loja.

Población a la que se dirige

Para el correspondiente estudio de Concentración de Mercado por Unidades Económicas y su incidencia en la oferta y demanda de la Ciudad de Loja se tomó en cuenta el número de empresas mediante el ranking de empresas registradas en el portal de la Superintendencia de Compañías, La Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, en conjunto con el Instituto de Economía Popular y Solidaria, de la cual para el año 2023 el número de organizaciones dentro de la Ciudad de Loja son de 2001 unidades económicas, es así que bajo este criterio de inclusión se tomó una muestra del número total de empresas dentro de la Ciudad de Loja.

Formulación para la Aplicación del tamaño de la Muestra

Datos

Z_a : nivel de confianza = 2,16 (si la seguridad es de 97%)

p : probabilidad a favor = 5% = 0,05

q : probabilidad en contra = (1 - p) es decir (1 - 0,05) = 0,95

e : margen de error = 0,05

n : tamaño muestral = ?

N : universo proyectado = total de población en este caso unidades económicas dentro de la Ciudad de Loja.

Aplicación

$$n = \frac{N * Z_a^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_a^2 * p * q}$$

$$n = \frac{N * Z_a^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_a^2 * p * q}$$

$$n = \frac{2001 * 2,16^2 * 0,5 * 0,95}{0,05^2 * (2001 - 1) + 2,16^2 * 0,5 * 0,95}$$

$$n = \frac{4434,536}{7,216}$$

$n \approx 615$ Encuestas

Una vez determinada la muestra objeto de estudio de 615 encuestas, se procedió a la distribución de estas, de la población dentro de las 6 parroquias urbanas de la Ciudad de Loja, la distribución se la realizó de la siguiente manera:

Tabla 7

Distribución de la muestra dentro de los barrios por parroquias urbanas de la Ciudad de Loja.

Barrios por Parroquias Urbanas de la Ciudad de Loja	Distribución de la Muestra
Perpetuo Socorro	31
Miraflores	22
Ramón Pinto	34
El Pedestal	29
San Vicente	43
Manuel Carrión Pinzano	25
Gran Colombia	49
Menfis	15
Bolonia	12
Obrapía	8
El Plateado	14
Tierras Coloradas	10
San Cayetano	10
El Valle	13
Jipiro	13
La Paz	8
Amable María	11
Pradera – Yahuarcoma	14
18 de Noviembre	36
Pucará	13
Zamora Huayco	11
Orillas del Zamora	18
24 de Mayo	28
San Sebastián	33
Juan de Salinas	22
La Argelia	8
Capulí	8
San Isidro	7
Punzara	9
La Tebaida	5
Daniel Álvarez	7
Isidro Ayora	5
San Pedro	6
Colinas Lojanas	4
Nueva Granada	5
Turunuma	6
Clodoveo Jaramillo	4
Belén	3
Las Pitas	1
La Banda	3

Motupe	2
Sauces Norte	3
Carigán	2
Zalapa	5
Total de Encuestas	615

Nota. La tabla representa la distribución de la muestra dentro de los barrios por parroquias urbanas de la Ciudad de Loja.

De la recopilación de datos a través de las encuestas dirigidas a los propietarios/representantes legales de las unidades económicas se obtuvo lo siguiente.

¿A qué género pertenece el propietario/representante legal de la Unidad Económica?

Tabla 8

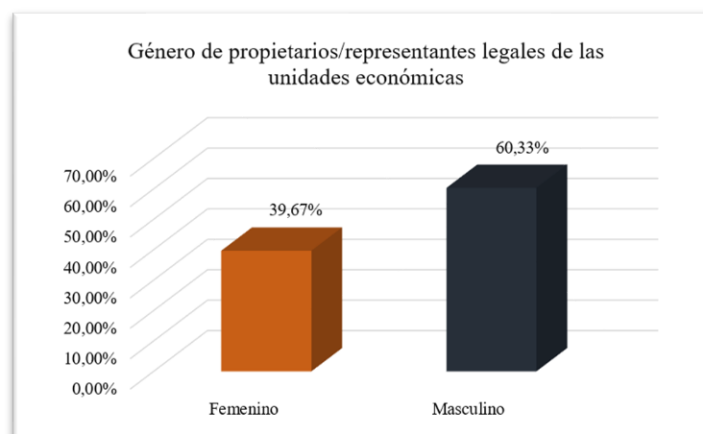
Género de propietarios/representantes legales de las unidades económicas de la Ciudad de Loja.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	371	60,33%
Femenino	244	39,67%
Total	615	100%

Nota. La tabla representa la cantidad porcentual del género de propietarios/representantes legales de las unidades económicas de la Ciudad de Loja

Figura 9

Género de propietarios/representantes legales de las unidades económicas de la Ciudad de Loja.



Nota. La figura representa la cantidad porcentual del género de propietarios/representantes legales de las unidades económicas de la Ciudad de Loja.

Se ha determinado que 371 propietarios / representantes legales (60,33%) son de género masculino este grupo predomina como propietarios/representantes legales de las unidades económicas debido a que la mayoría cuenta con fondos de retiro, jubilaciones y experiencia en el manejo de recursos, un factor que influye en la apertura de negocios propios

es el riesgo que toman. En cuanto al género femenino, a este grupo corresponden 244 personas (39,67%) en su mayoría son aquellas personas que son parte fundamental de los hogares que necesitan solventar necesidades económicas, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos son personas que trabajan independientemente es por ello que llegan a constituir unidades de negocios y son más solventes.

¿Cuál la edad del propietario/representante legal?

Tabla 9

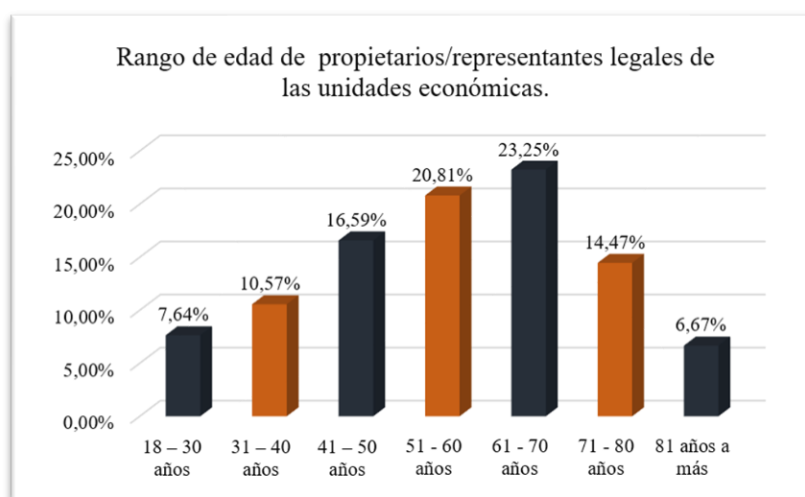
Rango de edad de propietarios/representantes legales de las unidades económicas.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
18 – 30 años	47	7,64%
31 – 40 años	65	10,57%
41 – 50 años	102	16,59%
51 – 60 años	128	20,81%
61 – 70 años	143	23,25%
71 – 80 años	89	14,47%
81 años a más	41	6,67%
Total	615	100%

Nota. La tabla representa el rango de edad de los propietarios/representantes legales de las unidades económicas de la Ciudad de Loja.

Figura 10

Rango de edad de propietarios/representantes legales de las unidades económicas.



Nota. La figura representa la cantidad porcentual del rango de edad de los propietarios/representantes legales de las unidades económicas de la Ciudad de Loja.

Los datos muestran que de los 615 de propietarios/representantes legales de las unidades económicas, el 7,64% están entre los 18 – 30 años, el 10,57% están entre la edad de 31 – 40 años, el 16,59% tienen entre 41 – 50 años, el rango de edad de 51 – 60 con el

20,81%, de 61 – 70 años de edad con la cantidad porcentual del 23,25%, de 71 – 80 años esta representa el 14,47% y el 6,67% son propietarios/representantes legales de 81 años a más; de acuerdo con la cantidad porcentual de edades, el grupo de edad más representativo son los adultos de 61 – 70 años, estas personas es la porción de la población más representativa en cuanto a propietarios/representantes legales de las unidades económicas debido a que cuentan con una base más sólida de capital y mayor experiencia en el manejo de recursos económicos y gestión de sus comercios.

¿A que parroquia urbana pertenece la Unidad Económica?

Tabla 10

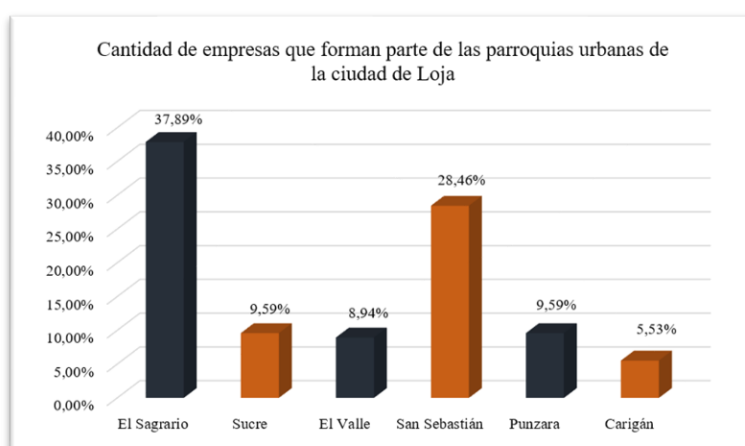
Cantidad de empresas que forman parte de las parroquias urbanas de la Ciudad de Loja.

Parroquias Urbanas de la Ciudad de Loja	Frecuencia	Porcentaje
El Sagrario	233	37,89%
Sucre	59	9,59%
El Valle	55	8,94%
San Sebastián	175	28,46%
Punzara	59	9,59%
Carigán	34	5,53%
Total de Encuestas	615	100%

Nota. La tabla representa la cantidad porcentual de las empresas que forman parte de las parroquias urbanas de la Ciudad de Loja.

Figura 11

Cantidad de empresas que forman parte de las parroquias urbanas de la Ciudad de Loja.



Nota. La figura representa la cantidad porcentual de empresas que forman parte de las parroquias urbanas de la Ciudad de Loja.

Los datos muestran que de las 615 unidades económicas encuestadas, el 37,89% de las unidades económicas se encuentran dentro de la parroquia urbana el Sagrario, el 28,49% forman parte de la parroquia urbana San Sebastián, el 9,59% son parte de la parroquia urbana

Sucre y Punzara respectivamente, el 8,94% de las unidades económicas se encuentran dentro de la parroquia urbana Sucre y el 5,53% son parte de Carigán. Dentro de la parroquia el Sagrario y San Sebastián se encuentra el mayor número de unidades económicas siendo porcentajes representativos dentro de las parroquias urbanas de la ciudad.

Según la clasificación de la Empresas ¿A qué tipo de Empresa pertenece la Unidad Económica?

Tabla 11

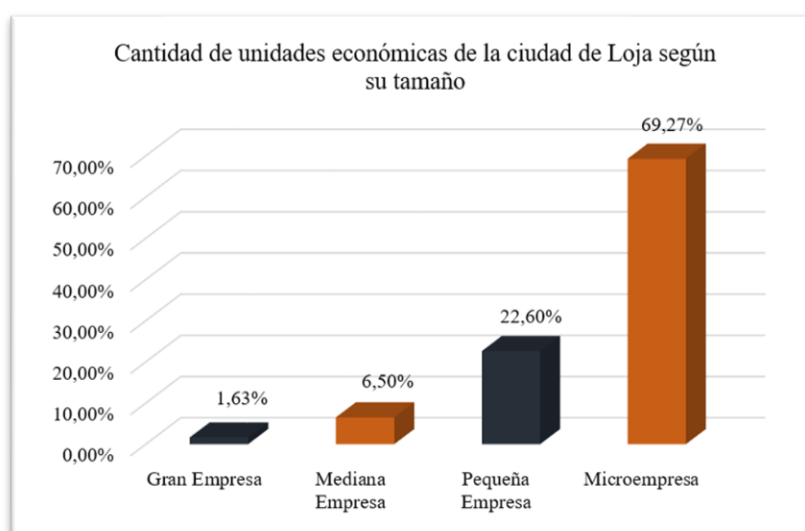
Cantidad de unidades económicas de la Ciudad de Loja según su tamaño.

Tipo de Empresa	Frecuencia	Porcentaje
Gran Empresa	10	1,63%
Mediana Empresa	40	6,50%
Pequeña Empresa	139	22,60%
Microempresa	426	69,27%
Total de Encuestas	615	100%

Nota. La tabla muestra la representación la cantidad porcentual de unidades económicas según el tamaño.

Figura 12

Cantidad de unidades económicas de la Ciudad de Loja según su tamaño.



Nota. La tabla muestra la representación la cantidad porcentual de unidades económicas según el tamaño.

En cuanto a la cantidad de unidades económicas de la Ciudad de Loja según su tamaño, el 69,27% son microempresas la cantidad por unidades económicas son 426, el 22,60% son pequeñas empresas, el 6,50% mediana empresa y el 1,63% corresponde a la gran empresa siendo 10 unidades económicas parte de este grupo. Por ende el tamaño de empresa

más representativo dentro del área de estudio es la microempresa, esto se puede dar a entender debido a los factores

¿A qué Sector Económico pertenece la Unidad Económica?

Del total de las unidades económicas que fueron tomadas como muestra para el estudio

Tabla 12

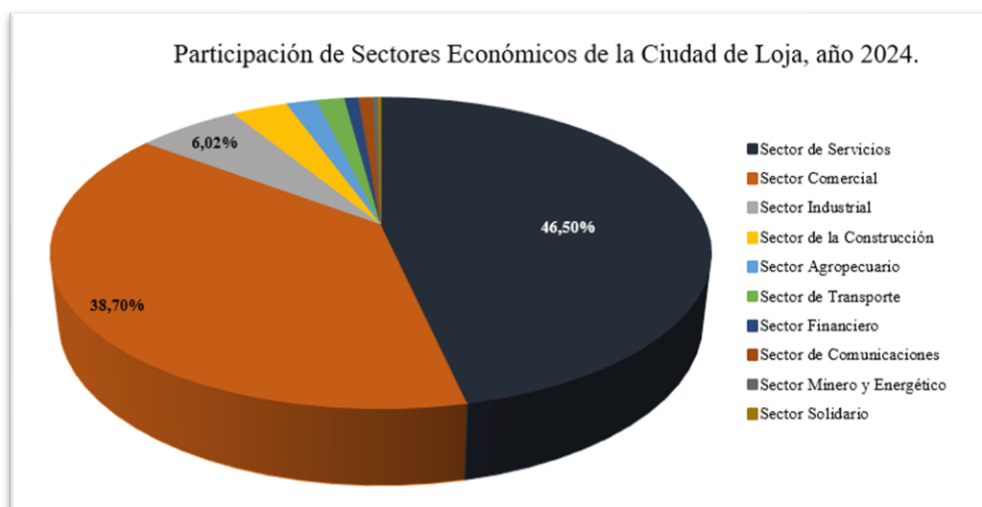
Número de unidades económicas que conforman los Sectores Económicos de la Ciudad de Loja.

Sector Económico	Frecuencia	Porcentaje
Sector de Servicios	286	46,50%
Sector Comercial	238	38,70%
Sector Industrial	37	6,02%
Sector de la Construcción	20	3,25%
Sector Agropecuario	11	1,79%
Sector de Transporte	10	1,63%
Sector Financiero	5	0,81%
Sector de Comunicaciones	5	0,81%
Sector Minero y Energético	2	0,33%
Sector Solidario	1	0,16%
Total	615	100%

Nota. Representación porcentual del número de unidades económicas que conforman los sectores económicos en la Ciudad de Loja.

Figura 13

Participación de Sectores Económicos de la Ciudad de Loja año 2024.



Nota. Representación porcentual del número de empresas que conforman los sectores económicos de la Ciudad de Loja.

Del total de encuestas aplicadas el 46,50% pertenecen al sector de servicios con una cantidad de 286 unidades económicas con respecto a la muestra, las unidades económicas el 38,70% forman parte del sector comercial del cual se encuentra representado por 238 unidades, el 6,02% son parte del sector industrial, los sectores económicos que predominan son el sector comercial y el sector de servicios, siendo esto a que pertenecen a una zona céntrica donde la economía se encuentra determinada por la ubicación geográfica de las unidades económicas y las actividades sociales que se desarrollan en estos sectores.

Una vez determinado el número de unidades económicas dentro de cada parroquia urbana y la cantidad de empresas según su tipo dentro de la ciudad, el Sagrario y San Sebastián son las parroquias urbanas más representativas, es así como el tipo de empresas predominantes en la parroquia el Sagrario es la microempresa ya que cuenta con un total de 146 unidades económicas representando el 62,66% de las unidades que se encuentran en el área, en consiguiente la pequeña empresa representa el 29,61% dentro de la parroquia. En cuanto a la parroquia rural de San Sebastián la empresa según su tipo con el 72,57% es la microempresa seguido de la pequeña empresa con el 18,29%

Análisis de la Oferta y Demanda de las Unidades Económicas en la Ciudad de Loja

Análisis de la Demanda

Demanda Histórica

En la Ciudad de Loja la demanda crece proporcionalmente al crecimiento de la población, específicamente de los grupos familiares que tienen los recursos económicos para solventar sus necesidades, según datos históricos sobre la demografía del Cantón Loja dentro del Plan de Desarrollo General en su componente económico y el portal web del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC 2022), determinan la siguiente información:

Tabla 13

Población de la Ciudad de Loja por sexo año 2022.

Habitantes	Hombres 2010	Mujeres 2010	Total 2010	Hombres 2022*	Mujeres 2022*	Total 2022*
Población Económicamente Activa (PEA)	53.929	38.049	91.978	63.550	44.837	108.194
Población Total	87.252	94.602	181.854	101.886	112.410	214.296

Nota. INEC, Censo de Población y Vivienda 2022.

Para reconocer la demanda que tiene la población de Loja dentro de los sectores económicos más representativos, se tomó en cuenta el consumo por grupos familiares PEA dentro de estos mercados, este se lo determinó de la división del número de integrantes por familia, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el año 2010 cada grupo familiar estuvo conformado por cuatro personas, obteniendo el resultado de 45.464 familias, el resultado se lo determino de la siguiente ecuación:

$$Co = \frac{\text{Total de la Población Urbana}}{\text{Formación del Núcleo Familiar}}$$
$$Co = \frac{91.978}{4}$$
$$Co = 22.995$$

Por otro lado al año 2022 según el INEC el número de integrantes por familia pasó de 3,8 a 3,3 miembros representado una cantidad de tres integrantes por familia, del cual el número de familias PEA para ese año fue de 36.065.

Para el estudio se ha tomado en cuenta cantidades oficiales del año 2010 hasta el año 2022, es por ello que se ha establecido una proyección del número de grupos familiares en la ciudad hasta al año 2024 período de estudio.

Proyección de la Demanda al año 2024

Una vez recopilada la información demográfica del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos al año 2022, se estableció la fórmula de interés para encontrar la tasa de crecimiento por año y así demostrar cómo se encuentra la demanda del período 2010 – 2022, la aplicación se la realizó de la siguiente manera :

$$i = \sqrt[12]{\frac{36.065}{22.995}} - 1$$

$$i = 0,0382$$

$$i = 3,82\%$$

La tasa de crecimiento de los grupos familiares de la Ciudad de Loja del año 2010 al año 2022 es del 3,82% anual. Determinado el porcentaje se establece la fórmula de proyección de la población para realizar la tabla que representa el detalle de crecimiento de las familias, la formula se la aplicó de la siguiente manera:

$$Pf = P_0 (1 + r)^n$$

Donde

Pf= Población Final 2024

P₀= Población Inicial 2010 (22.995)

r = Tasa de Crecimiento anual (3,82%)

n = número de años proyectados (14)

Tabla 14

Aplicación de fórmula para proyección de Grupos Familiares.

$Pf = P_0 (1 + r)^n$		
$Pf_{2011} = 22.995(1 + 0,0382)^1$	$Pf_{2012} = 22.995 (1 + 0,0382)^2$	$Pf_{2024} = 22.995 (1 + 0,0382)^{14}$
$Pf_{2011} = 23.874$	$Pf_{2012} = 24.786$	$Pf_{2024} = 38.875$

Nota. La tabla representa la aplicación de fórmula para proyección Grupos Familiares de la Ciudad de Loja.

Tabla 15

Población Familiar del año 2010 al año 2024.

Grupos Familiares	Hogares / Familias 2010	Hogares / Familias 2024
Población Económicamente Activa (PEA)	22.995	38.875
Población Total	87.252	214.296

Nota. La tabla muestra la población familiar de la Ciudad de Loja, lo que representa el consumo por año.

Los grupos familiares correspondientes al PEA al año 2024 es de 38.875 grupos, su crecimiento en cantidades nominales es de 2.810 familias con respecto al año 2022, este crecimiento se ha dado a factores como la migración interna ya que en la parte rural de la provincia de Loja la disminución de habitantes es significativa, esto quiere decir que la población tiende a concentrarse en las parroquias urbanas. Dentro de estas partes rurales la población ha ido decreciendo debido al cambio natural y sobre todo a la migración que existe hacia la ciudad esto debido a la busca de nuevas oportunidades profesionales en la ciudad y a la mejora de su economía es por ello que los habitantes de las zonas rurales optan por venir a Loja.

Consumo de Grupos Familiares en Sectores Económicos Representativos

Dentro del Sector Comercial y Sector de Servicios la demanda de la Ciudad de Loja se encuentra determinada por el volumen de consumo que tienen las familias dentro de estos mercados, son sectores económicos que forman parte de la canasta básica vital, es por ello que para determinar la curva de la demanda, se debe conocer el nivel de ingresos promedio y el número de integrantes de cada grupo familiar.

Según el INEC la canasta familiar básica es el conjunto de bienes y servicios imprescindibles para satisfacer las necesidades básicas de un hogar representativo de 4 miembros con 1,6 perceptores de ingresos que ganan la remuneración básica unificada.

A continuación se presenta el detalle de productos que conforman la canasta básica vital familiar:

Tabla 16

Detalle de productos que conforman la canasta básica vital familiar (2024).

Sector Económico	Detalle Canasta Básica Vital Loja (2024)	Valor \$	Valor por Sector Económico
Servicios	Alquiler	\$ 162.58	\$ 308.35
	Alumbrado	\$ 1.90	
	Lavado y Mantenimiento	\$ 13.82	
	Servicio de Limpieza	\$ 3.08	
	Alimentos y Bebidas Consumidas fuera del Hogar	\$ 20.04	
	Transporte	\$ 34.88	
	Cuidado y Artículos Personales	\$ 17.33	
	Recreo Material de Lectura	\$ 33.14	
	Educación	\$ 21.58	

	Tabaco	\$ 37.49	
	Otros artefactos del Hogar	\$ 1.61	
	Cereales y Derivados	\$ 61.75	
	Carne y Preparaciones	\$ 44.69	
	Leche productos Lácteos	\$ 38.86	
	Cuidado de la Salud	\$ 133.49	
	Tubérculos y derivados	\$ 16.79	
	Verduras	\$ 15.13	
Comercial	Pescados y Mársicos	\$ 13.41	\$ 472.89
	Frutas	\$ 12.53	
	Azúcar, Sal y Condimentos	\$ 14.35	
	Grasas y Aceites comestibles	\$ 12.09	
	Café, té y bebidas calientes	\$ 8.11	
	Leguminosas y Derivados	\$ 5.84	
	Otros productos alimenticios	\$ 1.74	
	Ropa Confeccionada mujer	\$ 20.67	
	Ropa confeccionada Hombre	\$ 28.81	
	Telas Hechuras y Accesorias	\$ 5.53	
	\$ 781.24	\$ 781.24	

Nota. La tabla presenta el detalle de los productos que conforman la canasta vital básica familiar y el precio que tienen por sector económico.

Demanda del Sector de Servicios

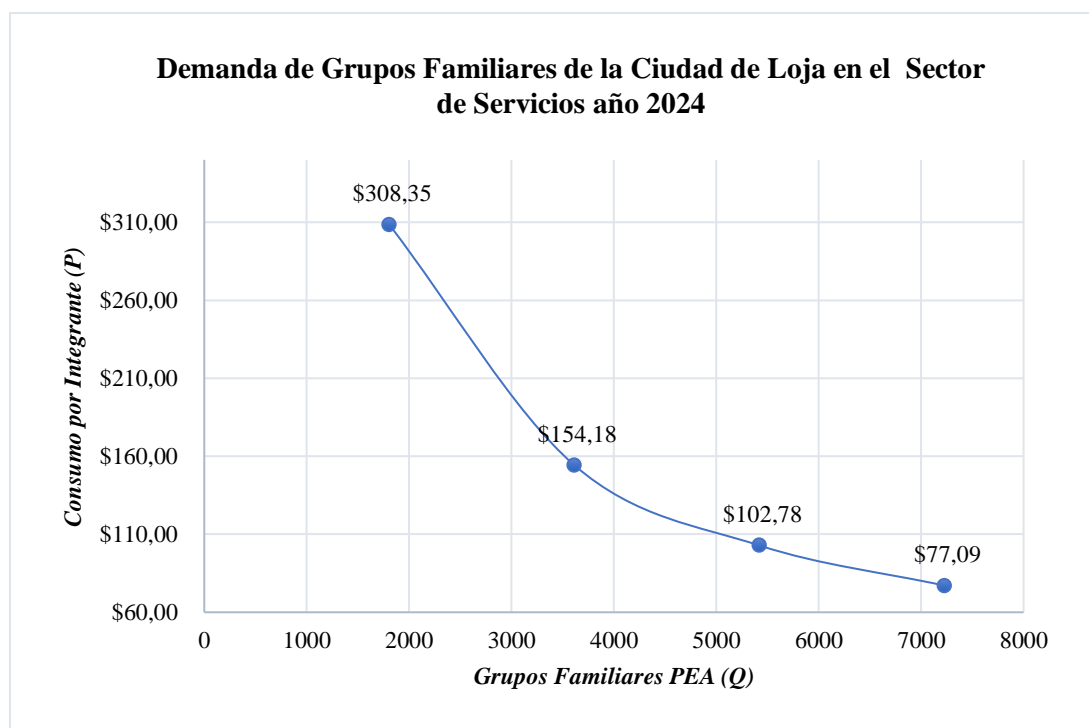
En la demanda del Sector de Servicios los grupos familiares de la Ciudad de Loja correspondientes al PEA al año 2024 son de 38.875 grupos, en este caso las familias (PEA) se dividieron para el porcentaje de participación del sector de servicios (46,50%) en el mercado, obteniendo así una población de 18.077 familias.

Por otro lado al número de integrantes es dividido para el total (10) donde se obtiene el porcentaje de participación de estos grupos, este porcentaje es utilizado para determinar los grupos familiares (Q) de acuerdo con el nivel de adquisición. Por otro lado, el consumo dentro de este sector (P) es el resultado de la división del valor total del sector de servicios (\$308,35) dentro de la canasta básica para el número de integrantes por familia.

Tabla 17*Demanda de grupos familiares de la Ciudad de Loja en el Sector de Servicios, año 2024.*

Demanda de grupos familiares de la Ciudad de Loja en el Sector de Servicios, año 2024			
N° Integrantes por Familia	Participación %	Grupos Familiares PEA (Q)	Consumo por Integrante (P)
1	10%	1.808	\$ 308.35
2	20%	3.615	\$ 154.18
3	30%	5.423	\$ 102.78
4	40%	7.231	\$ 77.09
10	100%	18.077	\$ 642.40

Nota. La tabla muestra las variables que intervienen en la curva de la demanda, cantidad y precio.

Figura 14*Demanda de grupos familiares de la Ciudad de Loja en el Sector de Servicios, año 2024.*

Nota. La figura muestra las variables que intervienen en la curva de la demanda, cantidad y precio.

La curva de demanda del sector de servicios en la Ciudad de Loja muestra que el consumo máximo está en los grupos familiares unipersonales sus ingresos mensuales les permite solventar sus necesidades y tienen más accesibilidad a este sector dentro de la canasta básica, por otro lado cuando la familia aumenta de integrantes hasta llegar al número máximo de personas establecido por el INEC el valor por consumo es menor cabe mencionar que este

sector se encuentra integrado por servicios indispensables como la educación, alquiler y servicios básicos siendo estos mercados los que se benefician y la población que demanda se ve en la necesidad de adquirirlos pero a un valor de consumo menor conforme vaya creciendo los integrantes, dentro de la demanda a este comportamiento se lo denomina efecto ingreso ya que el delimitador para que el valor por consumo disminuya cuando el número de integrantes aumenta son los ingresos mensuales, estos son limitados por mes.

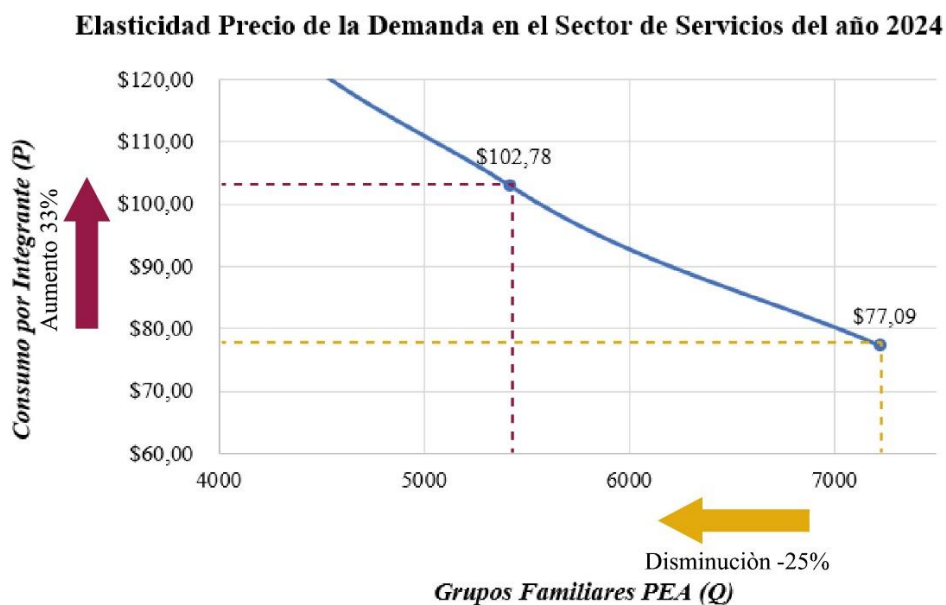
La curva de la demanda refleja hasta cuanto puede llegar a pagar una familia por integrante dentro de cada sector, así mismo permite conocer donde las personas tienen una urgencia de adquirir cierto producto o servicio pero no hay quienes solventen esas necesidades, es por lo que conocer este comportamiento es importante para las empresas integrantes del área, ya que les permite delimitar costos operativos dentro de la producción y así mismo dar a presentación estos productos o servicios que los demandantes necesitan.

Elasticidad de la Demanda

Según el INEC en el año 2022 los hogares en la Ciudad de Loja pasaron de 3.8 (7.231 grupos familiares) integrantes a 3.3 personas (5.423 grupos familiares), en la actualidad los grupos demandantes dentro del sector de servicios conformados por 3 individuos el precio consumo es de \$ 102,78 por integrante.

Figura 15

Elasticidad Precio de la Demanda en el Sector de Servicios del año 2024.



Nota. La Figura muestra la Elasticidad de la Demanda en el Sector de Servicios, año 2024. Elaboración propia.

Tabla 18*Aplicación de Fórmula de Elasticidad de la Demanda.*

Formula	
Datos	$e_p = \frac{\frac{Q_2 - Q_1}{Q_1} \times 100}{\frac{P_2 - P_1}{P_1} \times 100}$
$Q_2 = 5.423$	Aplicación
$Q_1 = 7.231$	
$P_2 = \$102,78$	
$P_1 = \$77,09$	
	$e_p = \frac{\frac{5.423 - 7.231}{7.231} \times 100}{\frac{102,78 - 77,09}{77,09} \times 100}$
	$e_p = \frac{-25\%}{33\%}$
	$e_p = -0,75$

Nota. La tabla muestra la aplicación de la Elasticidad de la Demanda.

La Elasticidad del Sector de servicios es que cuando la cantidad disminuye en un 25% el precio aumenta en un 33%, donde de la división de las dos variables da un resultado de -0,75 esto refiere que al ser negativo estamos hablando de un comportamiento normal esto dice que si el precio aumenta la demanda del sector disminuye, en términos absolutos el -0,75 pasa a 0,75 donde el resultado es < 1 la elasticidad es inelástica.

Demanda del Sector Comercial

Es así como para conocer el comportamiento la demanda en el sector comercial de la Ciudad de Loja se ha establecido grupos familiares unipersonales (1 integrante), hasta grupos familiares conformados por 4 personas, siendo el récord máximo mencionado por el INEC. Teniendo en cuenta que estos grupos tienen un ingreso familiar mensual promedio de \$858,67.

Los grupos familiares correspondientes al PEA al año 2024 son de 38.875 grupos, es así como de acuerdo con los dos sectores más representativos se dividió para el porcentaje de participación de estos (sector comercial 38,70%) sobre los grupos familiares, obteniendo así una demanda para el sector comercial de 15.045 familias.

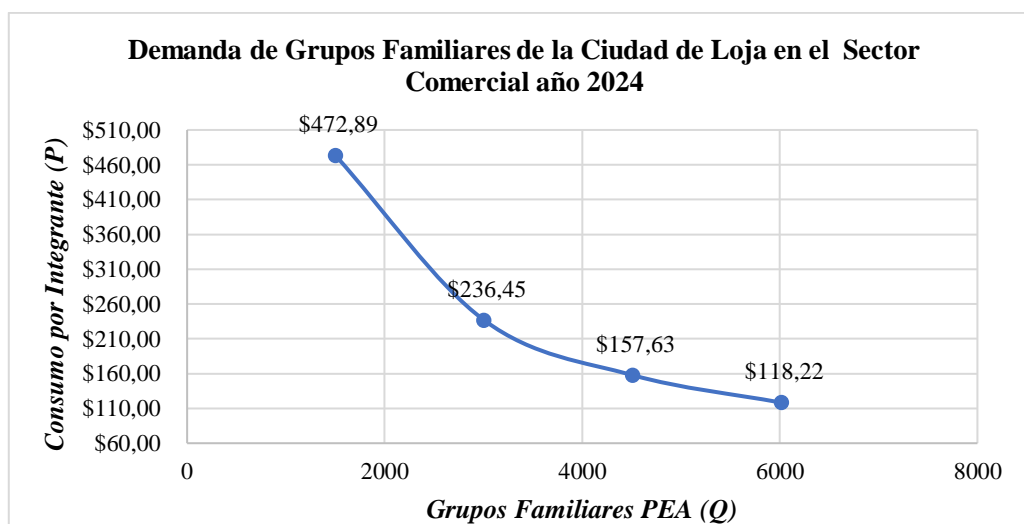
Por otro lado el número de integrantes por familia propuesto se dividió para el total (10) se obtiene el porcentaje de participación de estos grupos, este porcentaje es utilizado para determinar los grupos familiares PEA (Q). En cuanto al consumo por integrante (P) es el resultado de la división del valor total del sector comercial dentro de la canasta básica (\$339,40) para el número de integrantes por familia.

Tabla 19*Demanda de grupos familiares de la Ciudad de Loja en el Sector Comercial, año 2024.*

Demanda de grupos familiares de la Ciudad de Loja en el Sector Comercial, año 2024			
N° Integrantes por Familia	Participación %	Grupos Familiares PEA (Q)	Consumo por Integrante (P)
1	10%	1.504	\$ 472.89
2	20%	3.009	\$ 236.45
3	30%	4.513	\$ 157.63
4	40%	6.018	\$ 118.22
Total	100%	15.045	\$ 985.19

Nota. La tabla muestra las variables que intervienen en la curva de la demanda, cantidad y precio.

La tabla representa el consumo sobre el sector comercial que tiene cada familia según el número de integrantes, la ley de la demanda establece que ha mayor cantidad menor es el precio, por otro lado cuando menor es la cantidad demandada es porque el precio es mayor; es así como el “grupo familiar” al estar conformado por 1 persona y contar con ingresos mensuales promedio de \$858,67 demanda el valor de consumo es su totalidad (\$472,89) que es el valor establecido de productos para este sector dentro de la canasta básica, cabe mencionar que es un escenario que no es muy común pero es considerado hasta llegar al número máximo por integrantes establecido por el INEC, el grupo familiar que está integrado por 4 personas será dividido entre cuatro, y así el valor monetario por consumo es de \$118,22 por cada integrante del grupo, tomando en cuenta los valores oficiales de la canasta básica vital familiar.

Figura 16*Demanda de grupos familiares de la Ciudad de Loja en el Sector Comercial, año 2024.*

Nota. La figura muestra las variables que intervienen en la curva de la demanda, cantidad y precio.

La curva de la demanda ilustra la relación entre los grupos familiares (Q) y el consumo de los integrantes (P) de los productos de la canasta básica vital que corresponden al sector comercial. Cuando los productos de este sector son adquiridos al precio de \$84,85; son grupos familiares integrados por 4 personas, los que están demandado a ese valor ya que los integrantes por familia son más y la cantidad de dinero destinado a este sector en la canasta básica es menos, por otro lado cuando disminuyen los grupos de familias conformadas por 3 integrantes, el valor por consumo aumenta de acuerdo con los ingresos familiares promedio (\$858,67) ya que pueden responder a este tipo de necesidades por integrante y el poder adquisitivo es mayor, a esto se conoce como una medida del beneficio marginal.

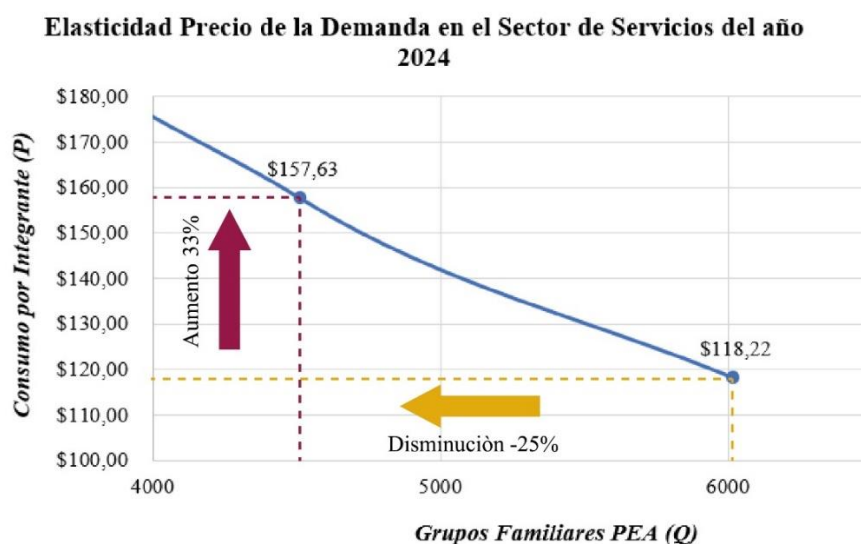
De esto modo la gráfica nos establece el precio máximo que los grupos familiares están en las posibilidades de pagar, cabe mencionar que estas familias que llegan a pagar el precio de \$339,40 son aquellas conformadas por una persona, además puede existir un cambio en la demanda debido a factores como el cambio de consumo a bienes a mayores precios, también de acuerdo con sus preferencias y al ingreso esperado en el futuro.

Elasticidad de la Demanda

Así mismo en el año 2022 los hogares en la Ciudad de Loja que contaba con grupos familiares de 4 integrantes (6.018 grupos familiares) pasaron a familias conformadas de 3 integrantes (4.513 grupos familiares), es así como en el año de estudio los grupos demandantes del sector comercial conformados por 3 individuos el precio de consumo es de \$ 118,22 por integrante.

Figura 17

Elasticidad Precio de la Demanda en el Sector de Servicios del año 2024.



Nota. La Figura muestra la Elasticidad de la Demanda en el Sector de Servicios, año 2024. Elaboración propia.

Tabla 20
Aplicación de Fórmula de Elasticidad de la Demanda.

Formula	
Datos	$e_p = \frac{\frac{Q_2 - Q_1}{Q_1} \times 100}{\frac{P_2 - P_1}{P_1} \times 100}$
$Q_2 = 4.513$	Aplicación $e_p = \frac{\frac{5.423 - 7.231}{7.231} \times 100}{\frac{102,78 - 77,09}{77,09} \times 100}$ $e_p = \frac{-25\%}{33\%}$ $e_p = -0,75$
$Q_1 = 6.018$	
$P_2 = \$157,63$	
$P_1 = \$118,22$	

Nota. La tabla muestra la aplicación de la Elasticidad de la Demanda.

La Elasticidad del sector comercial muestra el mismo comportamiento del sector de servicios donde la cantidad disminuye en un 25% y el precio aumenta en un 33%, dando como resultado de la división de las dos variables el valor de -0,75 cabe mencionar que el valor debe ser absoluto 0,75 es así como si la elasticidad de la demanda con respecto a su precio es inferior a la unidad ($e_p < 1$) la variación de la cantidad demandada es porcentualmente inferior a la del precio, esto se refiere a que ante un cambio en el precio se tendrá un cambio menos proporcional en la demanda. El comportamiento del cambio no es significativo ya que en el sector comercial dentro de la canasta básica vital es indispensable en las necesidades básicas de la demanda, de este modo la variación en el precio provoca efectos menores en la cantidad demandada.

Análisis de la Oferta de las Unidades Económicas por Sectores Económicos Representativos de la Ciudad de Loja

Oferta Histórica

La oferta de la Ciudad de Loja se encuentra determinada por las empresas dentro de los sectores económicos más representativos de las Ciudad de Loja, de los cuales destacan el sector de servicios y el sector comercial.

Se ha tomado información oficial del visualizador del registro estadístico de empresas REEM, el número de unidades económicas dentro de la Ciudad de Loja al año 2023 fueron de 25.193, es así como se hizo utilización de la formula del interés para calcular la tasa de

crecimiento de las unidades económicas y la fórmula de proyección para conocer el número total al año 2024 objeto de estudio, para ello se recopiló información estadística del número de empresas desde el año 2012 (17.350 empresas) hasta el año 2023 (25.193 empresas).

Es así como se obtuvo la tasa de crecimiento de las unidades económicas del año 2012 al año 2023 de 3,16%, haciendo uso de la fórmula de la proyección al año 2024 el número de empresas total es de 25.988, el cálculo se lo realizó de la siguiente manera:

Tabla 21
Aplicación de la Fórmula para Proyección de la Oferta.

Donde	Formula
<i>Pf</i> = Población Final 2024	$Pf = P_0 (1 + r)^n$
<i>P</i>₀ = Población Inicial 2012 (17.350)	Aplicación
<i>r</i> = Tasa de Crecimiento anual (3,16%)	$Pf = 17.350 (1 + 3,16)^{12}$
<i>n</i> = número de años proyectados (12)	$Pf = 25.988$

Nota. La tabla muestra la aplicación la Fórmula para Proyección de la Oferta. Elaboración Propia.

Oferta Sector de Servicios

Las unidades económicas de este sector se determinan del número total de empresas para el porcentaje de participación en el mercado (46,50%), aplicado en el total de empresas al año 2024, dentro del sector de servicios se determinó un total de 12.084 unidades económicas participes.

Para determinar la curva de la oferta en el sector de servicios de la Ciudad de Loja se ilustra la relación que tienen las unidades económicas que inciden en el consumo de las familias con el precio de consumo promedio de este sector en la canasta básica (\$308,35).

Tabla 22

Oferta de las Unidades Económicas del Sector de Servicios a los grupos familiares de la Ciudad de Loja, año 2024.

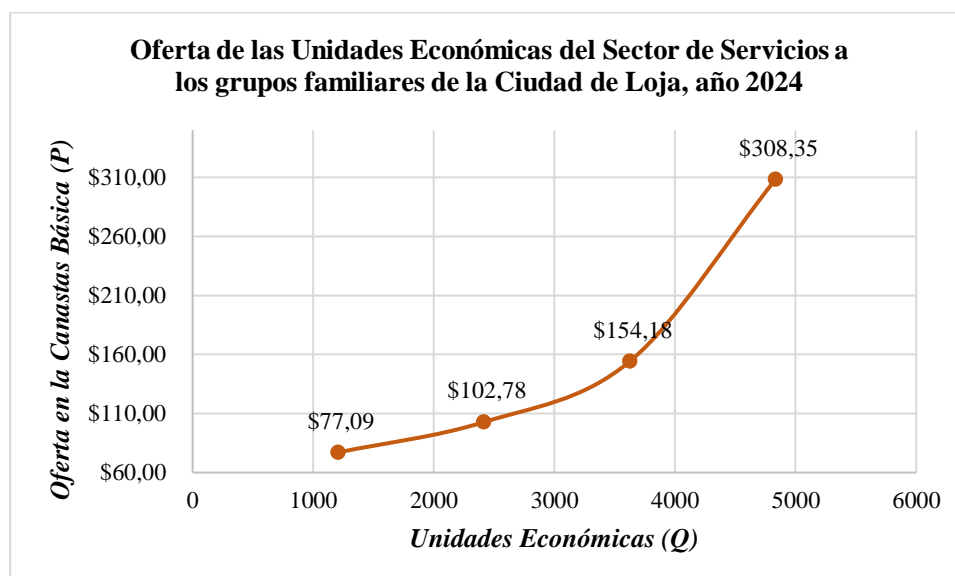
Oferta de las Unidades Económicas del Sector de Servicios a los grupos familiares de la Ciudad de Loja, año 2024			
Cantidad Ofertada por Familia	Consumo por Integrante %	Unidades Económicas (Q)	Oferta en la Canasta Básica por cada Integrante (P)
1	10%	1.208	\$ 77,09
2	20%	2.417	\$ 102,78
3	30%	3.625	\$ 154,18
4	40%	4.834	\$ 308,35
Total	100 %	12.084	\$ 642,40

Nota. La tabla muestra las variables que intervienen en la curva de la demanda del sector comercial, cantidad y precio.

La distribución de la oferta se la realizó de acuerdo con los integrantes de los grupos familiares, además la cantidad ofertada para cada familia se dividió para el total (10) donde se obtiene el porcentaje de consumo por integrante, este porcentaje es utilizado para determinar las unidades económicas (Q) que influyen en la oferta del sector. En cuanto a la oferta en la canasta básica por cada integrante (P) es el resultado de la división del valor total del sector comercial dentro de la canasta básica (\$308,35) para el número de cantidad oferta por familia por familia.

Figura 18

Oferta de Unidades Económicas del Sector de Servicios a los grupos familiares de la Ciudad de Loja, año 2024.



Nota. La figura muestra el comportamiento de la curva de la oferta de las unidades económicas del sector de servicios sobre los grupos familiares de la Ciudad de Loja.

La curva de oferta de las unidades económicas del sector de servicios muestra la relación de las unidades económicas (Q) y la oferta en la canasta vital básica (P), cuando el valor monetario de consumo es mayor, la cantidad de unidades económicas aumentan lo que muestra una tendencia creciente de la curva, obediendo a la ley de la oferta, ¿A qué se debe el aumento de cantidad ofrecida cuando el precio es más alto? Esto ocurre debido a que el costo marginal aumenta, a esto se refiere con el costo que interviene en el servicio, dependiendo de la naturaleza de la unidad económica incluyen costos en las mejoras de sus servicios como la capacitación de personal, adecuación de instalaciones e implementación de nuevos equipos.

Cuando el precio de adquisición de los servicios dentro de la canasta básica llega al precio mínimo de \$110,46 disminuyen las unidades económicas esto debido a los cambios que existen en la curva de la oferta esto viene dado por la adquisición de servicios y la tecnología, cada vez los servicios por internet son más asequibles para las personas a un precio más bajo o incluso son servicios gratuitos teniendo en desventaja a las unidades económicas ofertantes. Si el precio de estos servicios disminuye en el mercado, las unidades económicas también lo hacen, teniendo como resultado en las empresas la disminución del costo marginal, el costo de estas empresas dentro del sector será menos, conforme el precio en el mercado disminuya.

Por otro lado cuando el precio en el mercado es de \$441,84 de adquisición que es el total en valor monetario en los servicios de la canasta básica vital, la oferta que son las unidades económicas llega al punto máximo, es cuando las empresas tienden a tomar beneficio de los factores que intervienen en el aumento de la oferta como el uso de la tecnología, proyección de oferta en el futuro y a la disminución de costos.

Oferta Sector Comercial

Para conocer el número de empresas dentro de este sector se hizo utilización del porcentaje de participación sobre el mercado (38,70%), aplicado en el total de empresas al año 2024, dando como resultado 10.057 unidades económicas participes del sector comercial, cabe mencionar que son unidades que pertenecen a microempresa, pequeña, mediana y grande empresa.

La curva de la oferta en el sector comercial de la Ciudad de Loja se ha establecido de las unidades económicas que inciden en el consumo de las familias, teniendo en cuenta que existe un consumo promedio de este sector en la canasta básica de \$339,40, se ha realizado la distribución de la oferta para los integrantes de los grupos familiares, el número de integrantes en cada grupo familiar se dividió para el total (10) donde se obtiene el porcentaje de participación de las familias, este porcentaje es utilizado para determinar las unidades económicas (Q) que influyen en la oferta. En cuanto a la oferta en la canasta básica por cada integrante (P) es el resultado de la división del valor total del sector comercial dentro de la canasta básica (\$339,40) para el número de integrantes por familia.

Tabla 23

Oferta de las Unidades Económicas del Sector Comercial a los grupos familiares de la Ciudad de Loja, año 2024.

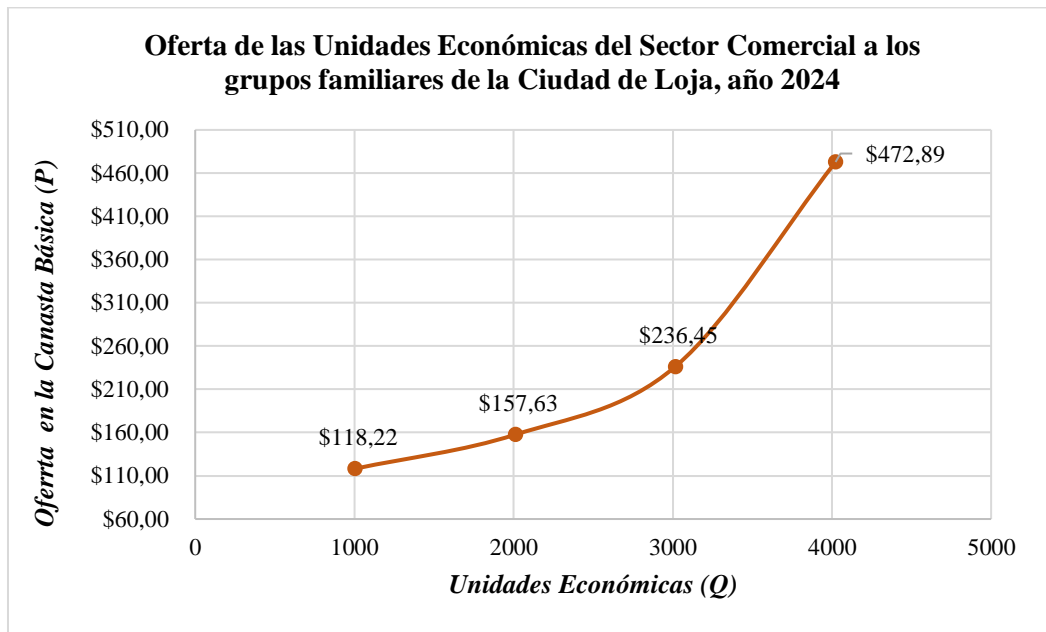
Oferta de las Unidades Económicas del Sector Comercial a los grupos familiares de la Ciudad de Loja, año 2024			
Cantidad Ofertada por Familia	Consumo por Integrante %	Unidades Económicas (Q)	Oferta en la Canasta Básica por cada Integrante (P)
1	10%	1.006	\$ 84,85
2	20%	2.011	\$ 113,13
3	30%	3.017	\$ 169,70
4	40%	4.023	\$ 339,40
Total	100%	10.057	\$ 707,08

Nota. La tabla muestra las variables que intervienen en la curva de la demanda del sector comercial, cantidad y precio.

Las variables de tabla sirven para la construcción de la gráfica de la curva de la oferta, cabe recordar que la curva muestra la relación de la cantidad y el precio, esta curva tiende a tener una curva creciente, de acuerdo con lo establecido con la ley de la oferta cuando el precio de un bien o servicio aumenta la cantidad también lo hace y cuando el precio baja, la cantidad ofertada tiende a disminuir.

Figura 19

Oferta de Unidades Económicas del Sector Comercial a los grupos familiares de la Ciudad de Loja, año 2024.



Nota. La figura muestra el comportamiento de la curva de la oferta de las unidades económicas del sector comercial sobre los grupos familiares de la Ciudad de Loja.

La curva de la oferta en el sector comercial hace relación de las unidades económicas en este mercado y el precio de los productos en la canasta básica, en este caso la curva de este sector está obedeciendo a la ley de la oferta, mientras el precio por consumo aumenta, la cantidad de unidades económicas crecen. Conforme la cantidad producida de cualquier bien se incrementa, el costo marginal de producirlo también lo hace.

Es así que cuando el precio es de \$84,85 de los productos de la canasta básica, la cantidad de unidades económicas en el sector comercial ofertantes llega al punto más bajo (1.006) ya que el costo marginal es menor, dentro de este sector los productos ofertados son productos predecibles o productos que cuentan con una fecha de caducidad siendo así poca la producción o adquisición de inventario por parte de las empresas. Por otro lado en un escenario perfecto cuando el precio de consumo es de \$339,40 que es el precio total en los

servicios dentro de la canasta básica, las unidades económicas ofertantes llegan a su punto máximo de 4.023 (valor referencial).

Punto de Equilibrio

Para establecer el punto de equilibrio entre la oferta y demanda del Sector de Servicios y el Sector Comercial es necesario utilizar las variables que intervienen en sus curvas, esto sirve para conocer la forma en que los precios coordinan los planes de compradores y vendedores para alcanzar un equilibrio dentro del mercado.

Sector de Servicios

En el Sector de Servicios el punto de equilibrio en el mercado se encuentra establecido en relación con la demanda y oferta del sector como se ha revisado anteriormente en el análisis de las dos curvas, se ha observado que cuando el precio de cierto producto o servicio aumenta de valor, la cantidad que es demanda por el usuario disminuye y la cantidad de unidades económicas (ofrecen) aumentan. El equilibrio refleja cuando las dos curvas opuestas se compensan entre sí, dentro del sector este equilibrio ocurre cuando la cantidad y el precio concuerdan y hace que los planes de los compradores y los vendedores coincidan entre sí.

Tabla 24

Cantidad demandada y la cantidad ofrecida dentro del Sector de Servicios de la Ciudad de Loja, año 2024.

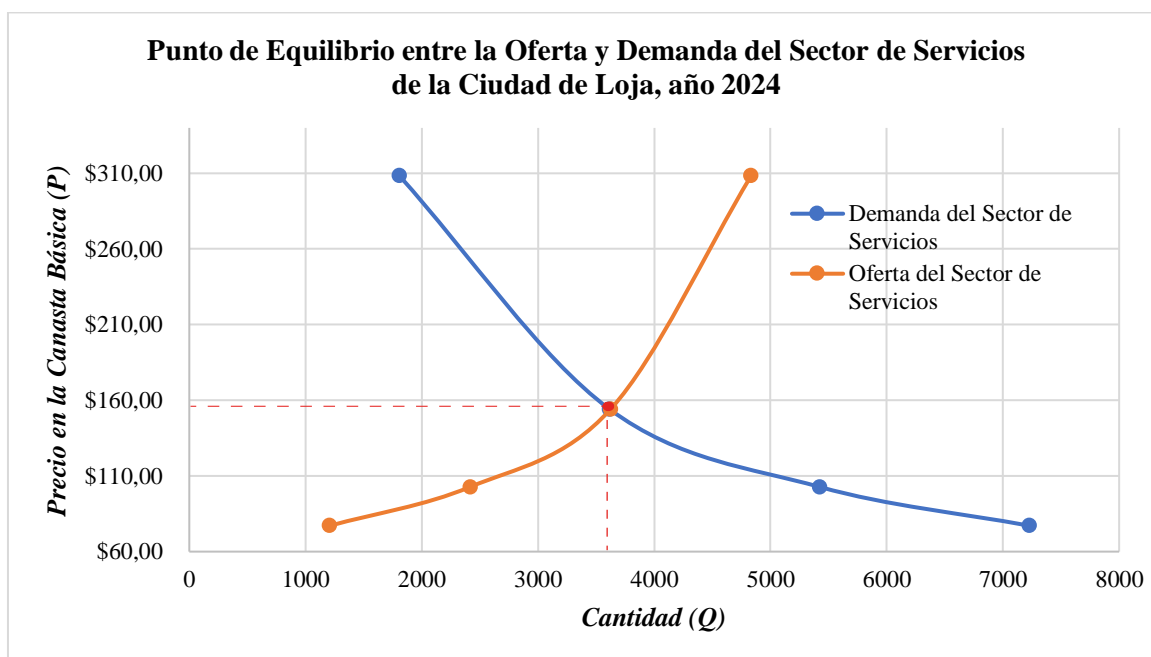
Cantidad demandada y la cantidad ofrecida dentro del Sector de Servicios de la Ciudad de Loja, año 2024				
N°	Grupos Familiares (Q)	Consumo por Integrante (P)	Unidades Económicas (Q)	Oferta en la Canasta Básica por Integrante (P)
1	1.808	\$ 308,35	1.208	\$ 77,09
2	3.615	\$ 154,18	2.417	\$ 102,78
3	5.423	\$ 102,78	3.625	\$ 154,18
4	7.231	\$ 77,09	4.834	\$ 308,35
Total	18.077	\$ 642,40	12084	\$ 642,40

Nota. La figura muestra la cantidad demandada y la cantidad ofrecida dentro del Sector de Servicios de la Ciudad de Loja año 2024.

En la tabla se presenta el plan de oferta y el plan de demanda ya establecidos, el detalle de las variables es de utilidad para establecer el punto de equilibrio dentro del sector de servicios, donde el precio de los servicios dentro de la canasta básica vital concuerda con la cantidad ofertada y cantidad demandada.

Figura 20

Punto de Equilibrio entre la Oferta y Demanda del Sector de Servicios de la Ciudad de Loja, año 2024.



Nota. La figura muestra el punto de equilibrio dentro del Sector de Servicios.

La figura muestra la relación de la curva de la oferta y la demanda del sector de servicios de la ciudad de Loja, si el precio de los servicios en la canasta básica es de \$77,09 la cantidad de familias demandantes del servicio son de 7.231, pero no se ofrece ya que la cantidad de unidades económicas ofertantes hay un faltante de 6.022, por lo tanto no existe un equilibrio entre la cantidad de grupos familiares cuando son 4 integrantes y la cantidad ofertada, este faltante ocurre cuando el precio es de \$77,09. Por otro lado cuando el precio es de 102,78 la cantidad demandada por los grupos familiares son de 5.423 aun hay un faltante de 3.006 unidades económicas. Si el precio en el sector de servicios es de \$308,35, la cantidad de unidades económicas que ofertan son de 4.834 lo que infiere a un excedente de 3.026 unidades.

El precio que no genera un excedente ni un faltante es el de \$154,18, cuando el precio de los servicios en la canasta básica vital es de ese valor la cantidad demandada es igual a la cantidad ofrecida que corresponde a 3.625, el punto de equilibrio tiene relación con el contexto actual de los hogares en la ciudad de Loja, ya que el INEC menciona que los grupos familiares en la ciudad están conformados por 3 personas y el punto de equilibrio muestra como las unidades económicas ofertan sus servicios para esta clase de grupos.

Sector Comercial

Tabla 25

Cantidad demandada y la cantidad ofrecida dentro del Sector Comercial de la Ciudad de Loja, año 2024.

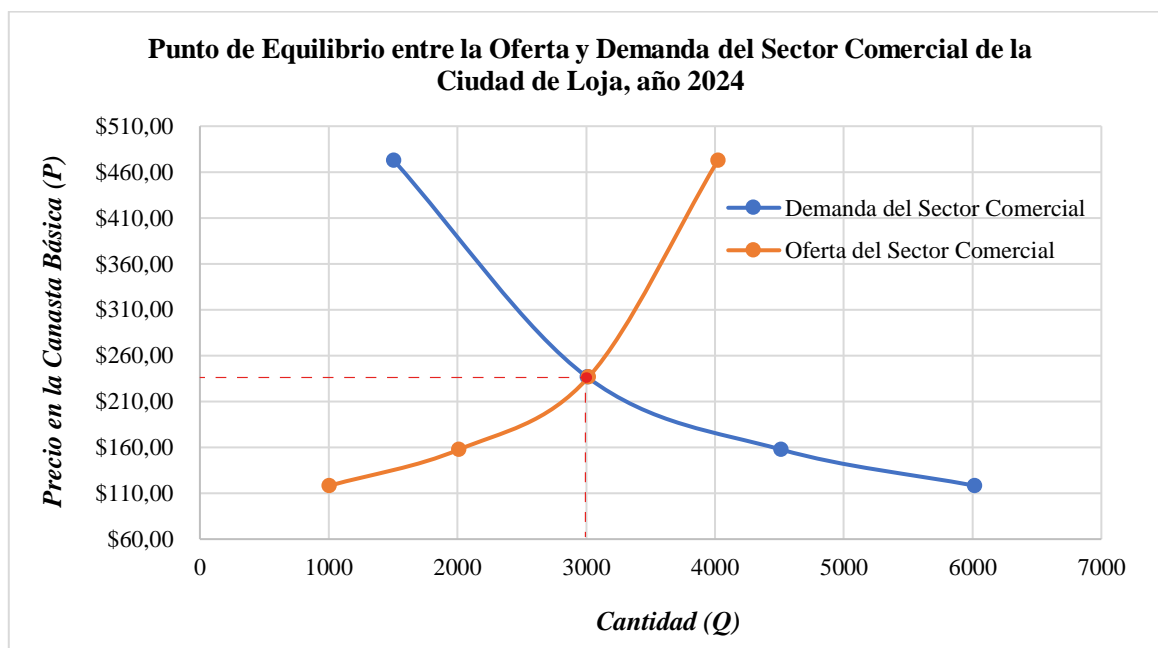
Cantidad demandada y la cantidad ofrecida dentro del Sector de Comercial de la Ciudad de Loja, año 2024				
N°	Grupos Familiares (Q)	Consumo por Integrante (P)	Unidades Económicas (Q)	Oferta en la Canasta Básica por Integrante (P)
1	1504	\$ 472,89	1006	\$ 118,22
2	3009	\$ 236,45	2011	\$ 157,63
3	4513	\$ 157,63	3017	\$ 236,45
4	6018	\$ 118,22	4023	\$ 472,89
Total	15045	\$ 985,19	10057	\$ 985,19

Nota. La figura muestra la cantidad demandada y la cantidad ofrecida dentro del Sector de Comercial de la Ciudad de Loja año 2024.

En la tabla se detalla el plan de oferta y el plan de demanda para establecer el punto de equilibrio dentro del sector comercial, donde el precio de los productos dentro de la canasta básica vital concuerda con la cantidad ofertada y cantidad demandada.

Figura 21

Punto de Equilibrio entre la Oferta y Demanda del Sector Comercial de la Ciudad de Loja, año 2024.



Nota. La figura demuestra el punto de equilibrio dentro del Sector Comercial.

Dentro del sector comercial el punto de equilibrio se ilustra mediante la relación de la curva de la oferta y la curva de la demanda del sector, el equilibrio ocurre cuando la cantidad y el precio concuerdan entre sí y hace que los planes de los compradores y los vendedores coincidan. Si el precio de los productos en la canasta básica es de \$118,22 la cantidad de familias demandantes de los productos son de 6.018, bajo este contexto no se ofrece ya que la cantidad de unidades económicas ofertantes serían menos, existiendo una diferencia de 5.012 unidades, por lo tanto no existe un equilibrio entre la cantidad de grupos familiares cuando son 4 integrantes y la cantidad ofertada. Por otro lado cuando el precio es de \$157,63 la cantidad demandada por los grupos familiares son de 4.513, a esta cantidad sigue existiendo un faltante en la oferta de 2.502 unidades económicas. Si el precio en el sector comercial dentro de la canasta básica vital es de \$472,89, la cantidad de unidades económicas que ofertan son de 4.023 lo que infiere a un excedente de 2.518 unidades.

El precio que no genera un excedente ni un faltante es el de \$236,45, cuando el precio de los servicios en la canasta básica vital es de ese valor la cantidad demandada es igual a la cantidad ofrecida que corresponde a 3.017, es así que la cantidad ofertada es igual a la cantidad demanda en un precio de \$236,45 este precio solventa las necesidades de productos de los grupos familiares conformados por 3 personas, esto mantiene una estrecha relación con el contexto actual de los hogares en la ciudad de Loja, ya que el INEC menciona que los grupos familiares para el año 2022 pasaron de 3,8 integrantes a 3,3 lo que quiere decir que los grupos de familias de la ciudad de Loja en la actualidad están conformados por 3 personas y el punto de equilibrio muestra como las unidades económicas ofertan sus servicios para esta clase de grupos.

Aplicación de Indicadores de concentración de Mercado en las Empresas de Servicios, Comerciales e Industriales de la Ciudad de Loja del año 2024

La aplicación de los índices de concentración de mercado se realizó sobre las empresas de los sectores económicos más representativos de la Ciudad de Loja, el sector de servicios, el sector comercial y el sector industrial, a través de la utilización del ranking de empresas de la Super Intendencia de Compañías y el visualizador del registro estadístico de empresas REEM del INEC.

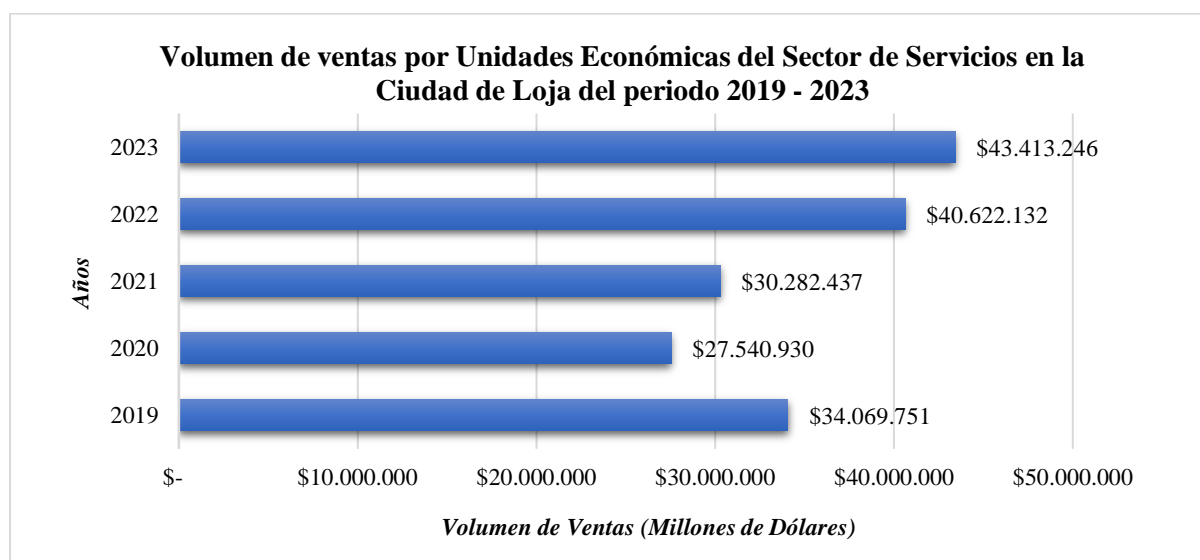
Los índices de concentración de mercado pueden servir de base para la regulación no solo de abusos de poder de mercado, sino que también para fomentar la estabilidad económica, incentivar el desarrollo de ciertas industrias y asegurar la provisión de determinados bienes y servicios de interés social.

Sector de Servicios

Para la evaluación de concentración de mercado es preciso dar revisión a las ventas que han mantenido las unidades económicas del sector de servicios en la Ciudad de Loja, a continuación se presenta el detalle de ventas por empresas del sector en el periodo 2019 – 2023.

Figura 22

Volumen de ventas por Unidades Económicas del Sector de Servicios en la Ciudad de Loja del periodo 2019 - 2023.



Nota. La figura representa el volumen de ventas por año de las Unidades Económicas del sector de servicios de la Ciudad de Loja.

Las unidades económicas que son parte del sector de servicios han mantenido actividades relacionadas con la educación, actividades de alojamiento, de servicio de comidas, a los servicios administrativos y de apoyo y otras actividades relacionadas, este

sector cuenta con 527 empresas activas con corte al año 2023. La grafica ilustra el volumen de ventas durante el periodo 2012 – 2023, donde a partir del año 2020 ha mantenido un crecimiento progresivo.

Las unidades económicas que conforman al área tienen una mayor participación de unidades económicas dentro del mercado respecto al resto de sectores económicos debido a que la Ciudad de Loja ha sido pionero del servicio como la educación en el País, contando con colegios, institutos y universidades en ser las primeras en ofertar este servicio y ser las más demandas en la actualidad. Por otro lado, en los últimos años debido a la inseguridad y amenazas en el País, la demanda en el mercado ha optado por adquirir servicios de seguridad, es así como las unidades económicas han obedecido al cambio de la demanda y por esta razón existe una tendencia positiva de crecimiento en este sector.

Tabla 26

Volumen de Ventas de las 3 Unidades Económicas más representativas del Sector de Servicios en la Ciudad de Loja, año 2023.

Año	Volumen de Ventas de las 3 Unidades Económicas más representativas del Sector			Porcentaje de ventas respecto al 100%	Volumen de Ventas de Unidades Económicas representativas	Volumen de Ventas del resto de Unidades Económicas
	SEGURPI CIA. LTDA.	EXPONOVA S.A.	GEMESEG CIA LTDA.			
2023	\$ 6.700.179,88	\$ 3.348.340,95	\$ 2.550.164,06	29,02%	\$ 12.598.685	\$ 30.814.561
2022	\$ 7.090.519,33	\$ 3.411.632,26	\$ 2.532.081,65	32,09%	\$ 13.034.233	\$ 27.587.899
2021	\$ 5.428.059,38	\$ 2.486.578,12	\$ 1.444.962,97	30,91%	\$ 9.359.600	\$ 20.922.837
2020	\$ 4.533.670,09	\$ 1.936.306,60	\$ 1.089.506,34	27,45%	\$ 7.559.483	\$ 19.981.447
2019	\$ 5.617.896,17	\$ 2.748.738,79	\$ 2.089.916,57	30,69%	\$ 10.456.552	\$ 23.613.200

Nota. La Tabla representa las tres unidades económicas con más ingresos por ventas al año 2023.

Las tres unidades económicas fueron seleccionadas conforme al mayor volumen de ventas al año 2023 del ranking de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. La columna volumen de ventas del resto de unidades económicas hace referencia al volumen de ventas de las empresas que complementan el volumen total del sector de servicios.

Aplicación del Índice de Herfindhal-Hirschman en el Sector de Servicios

Tabla 27

Estándar de evaluación del índice de Herfindhal-Hirschman.

Índice	Estándar
IHH1 < 1000	El mercado no está concentrado
1000 < IHH1 < 1800	El mercado está poco concentrado
IHH1 > 1800	El mercado está concentrado

Nota. Elaboración propia con base en Vizcaíno (2020).

Tabla 28

Aplicación del Índice de Herfindhal-Hirschman en el Sector de Servicios.

Formula	$IHH = \sum_{i=1}^N s^2$
Aplicación en el año 2023	$IHH_{2023} = 15,4^2 + 7,71^2 + 8,87^2$ $IHH_{2023} = 332,18$

Nota. La tabla representa la Aplicación del Índice de Herfindhal-Hirschman en el Sector de Servicios. Elaboración Propia.

El IHH para el sector de servicios que se encuentra integrado por unidades económicas que mantienen actividades relacionadas con la educación, actividades de alojamiento, de servicio de comidas, a los servicios administrativos y de apoyo y otras actividades relacionadas, muestra un mercado desconcentrado ya que en el año 2023 el resultado se encuentran por debajo de 1000 (IHH1 < 1000), además, las tres empresas más representativas cuentan con una participación del 29,02% sobre los ingresos por ventas dentro del sector. El índice de Herfindhal-Hirschman muestra una clara señal de que el sector no corresponde a un oligopolio, más bien se puede observar que se trata de un mercado competitivo, ya que existe una gran cantidad demanda sobre estas actividades y la oferta es representativa.

Tabla 29

Aplicación del Índice de Herfindhal-Hirschman a las 3 Unidades Económicas Representativas del Sector de Servicios de la Ciudad de Loja.

Año	Cuota de Mercado de las 3 Unidades Económicas más representativas del Sector			Índice de Herfindhal-Hirschman
	SEGURPI CIA. LTDA.	EXPONOVA S.A.	GEMESEG CIA LTDA.	
2023	0,15433	0,07713	0,05874	332,18
2022	0,17455	0,08398	0,06233	414,06
2021	0,17925	0,08211	0,04772	411,49
2020	0,16462	0,07031	0,03956	336,06
2019	0,16489	0,08068	0,06134	374,62

Nota. La tabla muestra los resultados de la aplicación del Índice de Herfindhal-Hirschman a las tres unidades representativas del Sector de Servicios.

Se puede observar cómo históricamente el índice se ha encontrado entre los 332,18 y los 414,06 puntos, donde el punto más alto se encuentra en el año 2022, reflejando que no hay una tendencia a que el sector dentro del mercado tenga un índice de concentración.

Con el resultado de este índice se busca conocer el espacio que pueden llegar a tener nuevas empresas para entrar a competir dentro de este sector, el valor de este índice disminuye con el incremento del número de empresas y aumenta con la creciente desigualdad entre un número determinado de empresas al igual que sus participaciones. Por lo tanto se puede evidenciar que durante los años del 2019 al 2023 las condiciones del mercado han sido de unidades que compiten entre sí y no existe concentración de mercado donde una sola empresa influya en las condiciones del mercado como la fijación de precios o el estándar de un servicio en general.

Sector Comercial

Del mismo modo para la evaluación de concentración de mercado del sector comercial se recopiló información sobre las ventas que han mantenido las unidades económicas en la Ciudad de Loja, dicha información se la obtuvo del ranking de compañías de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, a continuación se presenta el detalle de ventas por empresas del sector comercial en el periodo 2018 – 2023.

Figura 23

Volumen de ventas por Empresas del Sector Comercial en la Ciudad de Loja del periodo 2012 - 2023.



Nota. La figura representa el volumen de ventas por año de las Unidades Económicas del sector comercial de la Ciudad de Loja.

Las unidades económicas que son parte del sector comercial han mantenido actividades relacionadas con el comercio al mayor y menor y consumo masivo, este sector cuenta con 334 empresas activas con corte al año 2023. La grafica ilustra el volumen de ventas durante el periodo 2018 – 2023, donde a partir del año 2020 ha mantenido un crecimiento progresivo. Cabe mencionar que, si bien el sector comercial cuenta con menos unidades económicas que el sector de servicios, el sector comercial cuenta con mayores ingresos por ventas comparado con el de servicios siendo valores altamente representativos por año, mostrando que el sector comercial tiene a ser un mercado rentable por su incremento de volumen en ventas por cada año, siendo un valor progresivo.

Para el correspondiente estudio se seleccionaron las tres unidades económicas con los ingresos por ventas más representativos del sector de las cuales se representa su porcentaje de participación en ventas dentro del sector y la cantidad de volumen de ventas totales.

Tabla 30

Volumen de Ventas de las 3 Unidades Económicas más representativas del Sector Comercial en la Ciudad de Loja, año 2023.

Año	Volumen de Venta de las 3 Unidades Económicas más representativas del Sector			Porcentaje de ventas respecto al 100%	Volumen de Ventas de Unidades Económicas representativas	Volumen de Ventas del resto de Unidades Económicas
	FARMACIAS CUXIBAMBA FARMACUX CIA. LTDA.	COMERCIALIZADORA RAMIREZ GALVAN CIA. LTDA.	DISTRIBUIDORA APROMED			
2023	\$ 58.168.067,68	\$ 29.139.600,96	\$ 26.631.229,55	33,47%	\$ 113.938.898	\$ 226.506.527
2022	\$ 40.785.954,22	\$ 24.797.642,82	\$ 24.773.835,95	31,67%	\$ 90.357.433	\$ 194.989.617
2021	\$ 38.652.323,81	\$ 20.663.936,83	\$ 20.293.890,52	40,87%	\$ 79.610.151	\$ 115.156.857

Nota. La Tabla representa las tres unidades económicas con más ingresos por ventas al año 2023.

Las tres unidades económicas fueron seleccionadas conforme al mayor volumen de ventas al año 2023 del ranking de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. La columna volumen de ventas del resto de unidades económicas hace referencia al volumen de ventas de las empresas que complementan el total del sector comercial. Históricamente dentro de este sector se puede observar que en promedio las tres unidades económicas cuentan con un 35% de participación sobre el sector comercial. Las tres empresas que destacan con respecto a los ingresos por ventas en el sector son Farmacias Cuxibamba Farmacux CIA. LTDA., Comercializadora Ramírez Galván CIA. LTDA. y Distribuidora PROMED.

Aplicación del Índice de Herfindhal-Hirschman en el Sector Comercial

Tabla 31

Estándar de evaluación del índice de Herfindhal-Hirschman.

Índice	Estándar
IHH1 < 1000	El mercado no está concentrado
1000 < IHH1 < 1800	El mercado está poco concentrado
IHH1 > 1800	El mercado está concentrado

Nota. Elaboración propia con base en Vizcaíno (2020).

Tabla 32

Aplicación del Índice de Herfindhal-Hirschman en el Sector de Servicios.

Formula	$IHH = \sum_{i=1}^N s^2$
Aplicación en el año 2023	$IHH_{2023} = 17,08^2 + 8,55^2 + 7,82^2$ $IHH_{2023} = 426,38$

Nota. La tabla representa la Aplicación del Índice de Herfindhal-Hirschman en el Sector Comercial. Elaboración Propia.

El IHH para el sector comercial que comprende actividades relacionadas con el comercio al mayor y menor y consumo masivo refleja un mercado desconcentrado ya que el resultado de la aplicación del índice de Herfindhal-Hirschman en el año 2023 se encuentra por debajo del estándar de 1000 siendo 426,38 ($IHH1 < 1000$), lo que representa que dentro de este sector existe un alto grado de competencia ya que participan empresas con una participación igual, dentro de este mercado existe una gran cantidad de demanda, siendo un crecimiento progresivo de la población demandante con el pasar de los años, por lo que a su vez se apertura más unidades económicas ofertantes para captar esta demanda creciente dentro del mercado solventando las necesidades de adquisición de los consumidores.

Tabla 33

Aplicación del Índice de Herfindhal-Hirschman a las 3 Unidades Económicas Representativas del Sector Comercial de la Ciudad de Loja.

Año	Cuota de Mercado de las 3 Unidades económicas más Representativas del Sector			Índice de Herfindhal-Hirschman
	FARMACIAS CUXIBAMBA FARMACUX CIA. LTDA.	COMERCIALIZADORA RAMIREZ GALVAN CIA. LTDA.	DISTRIBUIDORA APROMED	
2023	0,17086	0,08559	0,07822	426,38
2022	0,14293	0,08690	0,08682	355,20
2021	0,19845	0,10610	0,10420	614,97

Nota. La tabla muestra los resultados de la aplicación del Índice de Herfindhal-Hirschman a las tres unidades representativas del Sector Comercial.

Como se puede observar, históricamente las tres unidades económicas representativas han mantenido en promedio una participación sobre ingresos por ventas del 35%, lo que es poco probable que una gran empresa con las mismas características llegue a influir los precios y condiciones sobre el mercado. Siendo el año 2016 el punto más alto del índice, estando por debajo del estándar de concentración, es así que dentro del sector comercial

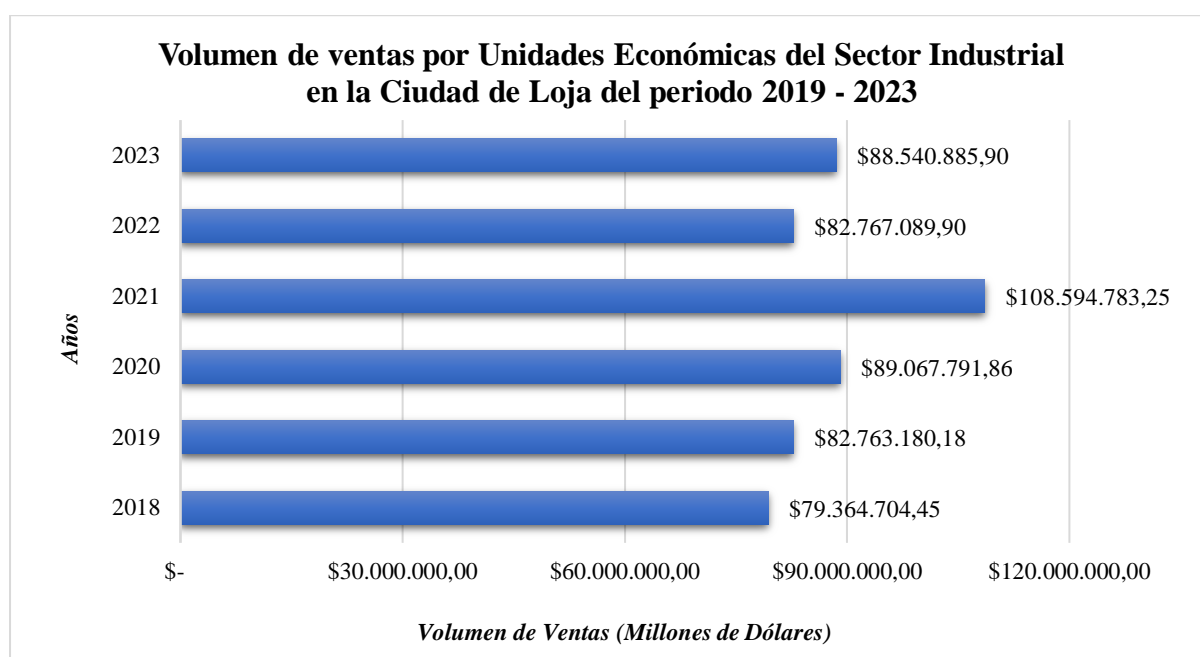
existe una gran cantidad de competidores debido a que la mayoría de las unidades económicas que corresponden a este sector se encuentran en la parte céntrica de la ciudad siendo esta una zona compacta concentrando gran cantidad de consumidores y por su parte las empresas ofertantes que pueden atender a esta base de clientes amplia y variada.

Sector Industrial

La información sobre las ventas son datos obtenidos del ranking de empresas de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, son unidades económicas del sector de industrial en la Ciudad de Loja, a continuación se presenta el detalle de ventas por empresas del sector en el periodo 2012 – 2023.

Figura 24

Volumen de ventas por Empresas del Sector Industrial en la Ciudad de Loja del periodo 2012 - 2024.



Nota. La figura representa el volumen de ventas por año de las Unidades Económicas del sector industrial de la Ciudad de Loja.

Las unidades económicas que son parte del sector de la Industria Manufacturera, este sector cuenta con 83 empresas activas con corte al año 2023. La grafica ilustra el volumen de ventas durante el periodo 2012 – 2023, en la gráfica se puede observar un punto máximo en el año 2021 de ventas, en comparación con las ventas de años anteriores y posteriores.

Por su parte el sector industrial presenta una menor cantidad de unidades económicas con respecto a los dos sectores más representativos, pero a su vez los ingresos por ventas comparados a cantidad de empresas son valores monetarios considerablemente representativos para el sector, superando al sector de servicios. Su mayor volumen de ventas

se presenta en el año 2021 con un valor monetario de \$108.594.783,25 y un promedio anual superior a \$88 millones de dólares.

Tabla 34

Volumen de Ventas de las 3 Unidades Económicas más representativas del Sector Industrial en la Ciudad de Loja, año 2023.

Año	Volumen de Venta de las 3 Unidades económicas más Representativas del Sector			Porcentaje de ventas respecto al 100%	Volumen de Ventas de Unidades Económicas representativas	Volumen de Ventas del resto de Unidades Económicas
	INDUSTRIA LOJANA DE ESPECERIAS ILE C.A.	MONTERREY AZUCARERA LOJANA CA. MALCA	INDUSTRIA DE ALIMENTOS CAFRILOSA S.A.			
2023	\$ 34.599.086,64	\$ 21.838.095,24	\$ 5.177.075,70	69,59%	\$ 61.614.258	\$ 26.926.628
2022	\$ 33.982.450,00	\$ 19.308.933,78	\$ 4.665.788,65	70,02%	\$ 57.957.172	\$ 24.809.917
2021	\$ 33.208.588,91	\$ 17.785.702,83	\$ 4.242.544,36	50,87%	\$ 55.236.836	\$ 53.357.947
2020	\$ 33.456.855,62	\$ 16.564.686,70	\$ 4.080.234,00	60,74%	\$ 54.101.776	\$ 34.966.016
2019	\$ 28.813.156,38	\$ 17.084.223,20	\$ 5.120.543,26	61,64%	\$ 51.017.923	\$ 31.745.257

Nota. La Tabla representa las tres unidades económicas con más ingresos por ventas al año 2023.

Las tres unidades económicas fueron seleccionadas conforme al mayor volumen de ventas al año 2023 del ranking de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. La columna volumen de ventas del resto de unidades económicas hace referencia al volumen de ventas de las empresas que complementan el volumen total del sector industrial. La tabla muestra la participación en valores porcentuales de las tres unidades económicas con mayores ventas del sector donde solo las tres empresas de las 83 tienen una participación mayor promedio al 60% donde nos dan un indicio de concentración de mercado.

Aplicación del Índice de Herfindhal-Hirschman en el Sector Industrial

Tabla 35

Estándar de evaluación del índice de Herfindhal-Hirschman.

Índice	Estándar
IHH1 < 1000	El mercado no está concentrado
1000 < IHH1 < 1800	El mercado está poco concentrado
IHH1 > 1800	El mercado está concentrado

Nota. Elaboración propia con base en Vizcaíno (2020).

Tabla 36

Aplicación del Índice de Herfindhal-Hirschman en el Sector de Servicios.

Formula	$IHH = \sum_{i=1}^N s^2$
Aplicación en el año 2023	$IHH_{2023} = 39,07^2 + 24,66^2 + 5,84^2$ $IHH_{2023} = 2.169$

Nota. La tabla representa la Aplicación del Índice de Herfindhal-Hirschman en el Sector Comercial. Elaboración Propia.

Para conocer la participación de cada una de las unidades económicas sobre el mercado, se obtuvo de la división de los ingresos por ventas en el año sobre el valor total de ventas del sector de servicios. El IHH para el sector industrial en la Ciudad de Loja mantiene actividades relacionadas con la industria manufacturera, el índice refleja un mercado altamente concentrado de acuerdo con el resultado de la aplicación del índice para el año 2023 el estándar es de 2169 ($IHH1 > 1800$) Esto nos quiere decir que el mercado dentro del este sector no mantiene competidores estamos hablando de un oligopolio ya que es un mercado dominado por un pequeño número de empresas, en donde cada unidad económica tiene el poder de influir en los precios y las condiciones del mercado, pero debido a la diferencia de productos que elaboran no ejercen un control total de competencia entre las unidades económicas que conforman el sector.

Tabla 37

Aplicación del Índice de Herfindhal-Hirschman a las 3 Unidades Económicas Representativas del Sector Industrial de la Ciudad de Loja.

Año	Cuota de Mercado de las 3 Unidades económicas más Representativas del Sector			Índice de Herfindhal-Hirschman
	INDUSTRIA LOJANA DE ESPECERIAS ILE C.A.	MONTERREY AZUCARERA LOJANA CA. MALCA	INDUSTRIA DE ALIMENTOS CAFRILOSA S.A.	
2023	0,39077	0,24664	0,05847	2.169
2022	0,41058	0,23329	0,05637	2.261
2021	0,30580	0,16378	0,03907	1.218
2020	0,37563	0,18598	0,04581	1.777
2019	0,34814	0,20642	0,06187	1.676

Nota. La tabla muestra los resultados de la aplicación del Índice de Herfindhal-Hirschman a las tres unidades representativas del Sector Industrial.

A continuación se contempla la razón de concentración del Índice de Herfindhal-Hirschman donde se enlista por sectores económicos más representativos de la Ciudad de Loja el resultado de la aplicación del índice, además se presenta el número de compañías que conforman cada sector económico con corte al año 2023 y la sumatoria de los ingresos por ventas de las tres unidades económicas más representativas por cada sector económico. Históricamente el estándar ha tenido una tendencia creciente siendo el punto máximo en el año 2022 de 2261 > 1800 .

Tabla 38 Razón de concentración del Índice de Herfindhal-Hirschman por Sector Económico más representativo de La Ciudad de Loja del año 2023.

Índice de concentración de Mercado por Sector Económico más representativo de La Ciudad de Loja de año 2023			
Sector Económico	Unidades Económicas	Ingresos de 3 Unidades Económicas más representativas del año 2023 (en millones de dólares)	Razón de Concentración
Servicios	527	\$ 12.598.685	332,18
Comercial	334	\$ 113.938.898	426,38
Industrial	83	\$ 61.614.258	2.169,53
Total	944	\$ 188.151.841	

Nota. La tabla muestra la Razón de concentración del Índice de Herfindhal-Hirschman donde se enlista por sectores económicos más representativos de la Ciudad de Loja del año 2023.

Del análisis sectorial la tabla representa la relación de los ingresos por ventas del sector de servicios, sector comercial y el sector industrial y la razón de concentración de la aplicación del Índice de Herfindhal-Hirschman. Para el estudio se seleccionaron las 3 unidades económicas más representativas de cada sector bajo el criterio de ingresos por ventas, es así como se observa que el sector con mayor índice de concentración es el sector industrial y el menos concentrado es el sector de servicios. Además, de los tres sectores mas representativos el comercial cuenta con una mayor captación de dinero por ventas realizadas, presentando un alto nivel de concentración económica siguiendo con el sector industrial que en relación al número total de compañías que conforman el sector, los ingresos por ventas realizadas son altamente representativas en comparación con los dos sectores.

7. Discusión.

En el trabajo de integración curricular “Estudio de Concentración de Mercado por Unidades Económicas y su Participación en la Oferta y Demanda en la Ciudad de Loja”. Se encontraron los siguientes problemas: determinar a qué sector de la economía pertenecen las unidades económicas de la Ciudad de Loja, se utilizó información oficial del Instituto Nacional de estadísticas y Censos (INEC) donde una vez recopilada la información del número total de unidades económicas se determinó una muestra de las unidades económicas, el sector servicios es el más predominante (46%), luego se encuentra el sector comercial con el 38%, y las industrias manufactureras con el 10%, implicando baja participación de la actividad industrial, la categoría tamaño, se identifica que el 93% del total son categorizados como Microempresa.

Al analizar la oferta y demanda por unidades económicas de la ciudad de Loja, se utilizó el precio de los productos que integran la canasta básica vital que se divide en servicios y productos comerciales se contrastó con la Población Económicamente Activa PEA y la oferta de unidades económicas según la base del Instituto Nacional de estadísticas y Censos INEC, se establece que el consumo sobre los servicios y los productos comerciales en la canasta vital básica corresponde a grupos familiares integrado por 3 personas tal como lo determina el INEC, desde el año 2022 las familias de la ciudad de Loja pasaron 3.8 integrantes a 3.3 miembros.

De los sectores económicos más representativos se determinó la concentración de mercado que existe en la ciudad de Loja, los ingresos por ventas en el sector comercial y el sector industrial, son mayores al sector de servicios, de acuerdo a estos antecedentes se aplicó el indicador de concentración (Índice de Herfindhal-Hirschman) donde el sector industrial presenta una concentración de mercado por encima del estándar establecido ($IHH > 1800$), presentando condiciones de ser un oligopolio donde el sector es dominado por un pequeño número de empresas, ya que al no existir incremento en el mercado, el sector industrial en la ciudad de Loja predominan solo las tres empresas con mayores ingresos debido a su tiempo en el mercado y a sus redes distribución dentro y fuera del país.

8. Conclusiones.

- Al analizar la composición de los Sectores Económicos de la Ciudad de Loja a través de las unidades económicas dentro de las parroquias urbanas, se observa que el mercado empresarial está conformado por diez sectores económicos, de los cuales en la Ciudad de Loja predominan el sector de servicios (46,50%), seguido del sector comercial (38,70%) y el sector industrial (6,02%), las unidades económicas según el tamaño, la mayor concentración de unidades económicas como es la microempresa tienen mayor presencia y concentración en las parroquias urbanas El Sagrario (62,66%) y San Sebastián (72,57%) seguido la pequeña empresa donde representa el 22,60% en toda la ciudad, siendo la gran empresa la que cuenta con menos unidades económicas y menos participación sobre las parroquias urbanas ya que se encuentra en las afueras de las mismas, pero tiene mayor incidencia económica sobre los demás sectores.
- Se concluyó que la oferta son aquellas unidades económicas ofertantes de bienes y servicios en la canasta básica vital, el 85,20% de unidades económicas totales tienen incidencia sobre los planes de demanda de los habitantes de la ciudad en la canasta básica vital, en la demanda existe una tendencia de adquisición de grupos familiares integrados por 3 personas donde sus ingresos mensuales promedios son de \$858,67 los cuales pueden satisfacer sus necesidades en el consumo de la canasta básica vital, de productos comerciales de \$236,45 y el consumo de servicios de \$154,48, la cantidad de unidades económicas en la ciudad se encuentra influenciada por el precio de adquisición que tienen las familias sobre la canasta básica vital.
- El sector industrial presenta un alto nivel de concentración de mercado, el índice de concentración presenta una razón de $IHH > 1800$, es así como el sector industrial tiene condiciones de ser un oligopolio ya que las tres empresas más representativas de este sector (Industria Lojana de Especierías ILE C.A., Monterrey Azucarera Lojana CA. MALCA. e Industria de alimentos CAFRILOSA) durante el periodo 2018 – 2023 mantienen una participación promedio de ingresos por ventas mayor al 60% en comparación al total de este.
- Se cumplió con los objetivos establecidos en el presente trabajo de integración curricular, logrando una investigación rigurosa y completa sobre el área de estudio, recabando la importancia de seguir realizando estudios sobre el mercado de la Ciudad de Loja para mantener una visión clara empresarial.

9. Recomendaciones.

- Realizar estudios de caso de empresas representativas en sectores más representativos, y de esta manera seccionar los sectores económicos de la Ciudad y tener conocimiento de la influencia de los sectores sobre el mercado y su representatividad considerando el número de empresas que interviene en cada uno del mercado. Por otro lado la gran empresa tiene menos unidades económicas dentro de las parroquias urbanas, pero mayor impacto económico esa así que se recomienda proponer estrategias para atraer grandes empresas al centro urbano que puede equilibrar la distribución económica y a la generación de empleo.
- Implementar y realizar estudios de oferta y demanda de los bienes y servicios tomando en cuenta la actualización de los ingresos familiares promedio, y de esta forma conocer la respuesta a cambios en los precios y el consumo sobre los servicios y bienes comerciales de la canasta básica vital, de este análisis se puede ofrecer nuevas perspectivas sobre la sensibilidad del mercado como el punto máximo al que puede llegar el precio sobre los servicios y bienes comerciales y así ayudar a formular políticas económicas en favor de las unidades económicas.
- Fomentar la entrada de nuevas empresas y la innovación puede reducir la concentración de mercado y aumentar la competencia es así que se debe identificar áreas de mejora y proponer cambios basados en el análisis de datos y tendencias del mercado para mejorar la eficiencia operativa, promoviendo la industrialización del sector primario reduciendo costos e implementar procesos innovadores sobre la producción, automatizando procesos donde son manuales y constantes de este modo la salida de producción será mayor, es necesario aliarse con unidades potenciales sobre diferentes sectores económicos donde distribuyan la cantidad producida siendo ellos quienes mantengan el acercamiento con el cliente unitario, de este modo creando redes de distribución más amplias teniendo más presencia sobre el mercado al que pertenecen.
- Se debe seguir realizando trabajos de integración curricular sobre el estudio de concentración de mercado y de esa manera mantener una visión clara empresarial sobre los sectores económicos de la ciudad de Loja y la influencia que tienen sobre el mercado.

10. Bibliografía.

- Aguilar, G., & Portilla, J. (Junio de 2022). *Poder de mercado, bienestar social y eficiencia en la industria microfinanciera regulada en el Perú*. Obtenido de Repositorio Institucional de la PUCP: <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/185392/DDD512.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arzadun, P. (2020). *Competencia monopolística y diferenciación de producto*. Obtenido de Repositorio Tec: https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/11345/competencia_monopolistica_micro_cap16.pdf
- Arzadun, P. (2020). *El Oligopolio*. Obtenido de Repositorio TEC: https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/11350/oligopolio_micro.pdf?sequence=1
- Astudillo, M. (Septiembre de 2019). *Fundamentos de la Economía*. Obtenido de UNAM Instituto de Investigaciones Económicas: <https://ru.iiec.unam.mx/2462/1/FundamentosDeEconomiaSecuenciaCorrecta.pdf>
- Bahamonde, R. (15 de Junio de 2013). *EL PODER DE MERCADO Y SU RELEVANCIA EN EL DERECHO DE LA COMPETENCIA EUROPEO*. Obtenido de Universidad pública en A Coruña, España: https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/12527/AD_17_2013_art_24.pdf
- Banco Pichincha. (7 de Mayo de 2021). *¿Cómo se clasifican las empresas según su tamaño en Ecuador?* Obtenido de Banco Pichincha: <https://www.pichincha.com/blog/clasificacion-empresas-por-tamano>
- Baustista, V. (1 de Julio de 2020). *Concentración de mercado y rentabilidad dentro del sector ferretero de importaciones en el Ecuador*. Obtenido de Repositorio Digital Universidad Técnica de Ambato: <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/31389/1/T4808e.pdf>
- Benítez, M., Martínez, J., Margalina, V., & Valencia, E. (1 de Junio de 2020). *Análisis de la estructura de mercado de las sociedades de la cadena productiva de calzado en Ecuador*. Obtenido de Economía Teoría y Práctica: <https://doi.org/10.24275/etypuam/ne/522020/benitez>
- Comunidad Andina de las Naciones. (21 de Agosto de 2009). *Resolución 1260*. Obtenido de Comunidad Andina: <https://www.comunidadandina.org/StaticFiles/DocOf/RESO1260.pdf>

- Estupiñán Gaitán, R. (10 de Abril de 2020). *Análisis financiero y de gestión*. Obtenido de ECOE EDICIONES:
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=PIYkEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP4&dq=objtivos+del+análisis+financiero&ots=u7hVCD5mJN&sig=_3_rFSqL0UzplTACRTMY3rIb8kM#v=onepage&q&f=false
- Ferrero, R. (Mayo de 1943). *La concentración de capitales*. Obtenido de Revista de la Universidad Católica.: <http://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/53464>
- Fischer, L., & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia*. México : Mc Graw Hill.
- García Prado, E. (2020). *Empresa y administración*. Obtenido de Paraninfo:
<https://www.paraninfo.es/catalogo/9788428342704/empresa-y-administracion--edicion-2020->
- Ley de Compañías. (23 de Noviembre de 2023). Obtenido de Lexis Finder.
- Machado, M. (24 de Noviembre de 2013). *Medidas de Concentración*. Obtenido de Universidad Carlos III de Madrid:
<https://www.eco.uc3m.es/~mmachado/Teaching/Industrial/1.2%20Medidas%20de%20Concentracion%20%5BCompatibility%20Mode%5D.pdf>
- Mendoza Roca, C., & Ortiz Tovar, O. (2016). *Contabilidad Financiera para Contaduría y Administración (1.ª ed.)*. Obtenido de Editorial Universidad del Norte:
https://books.google.com.ec/books?id=CHY2DAAAQBAJ&printsec=copyright&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Miño, O., Valencia, C., & Sotomayor, E. (Enero de 2019). LA REDISTRIBUCIÓN PARA EL DESARROLLO DE HABILIDADES EN LA DEL PROCESO DE ACUMULACIÓN DE CAPITAL EN EL ECUADOR ENTRE LOS AÑOS 2006 AL 2016. *I, 2*, 10-17. Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas.
- Mishra, P., Mohit, D., & Parimal. (3 de Diciembre de 2011). Market Concentration in Indian Manu-facturing Sector: Measurement Issues. *Economic and Political Weekly*, 46(49), 76-80. Obtenido de JSTOR: <https://www.jstor.org/stable/41319461>
- Nacif , A. (2020). *Participacion de Mercado*. Obtenido de Academia:
https://www.academia.edu/6727190/Participacion_de_Mercado
- Navarro, J., Ocampo, C., & Saumeth, L. (1 de Diciembre de 2013). *Concentración y Precios en el Mercado Mundial de Aceite de Palma 1985-2005*. Obtenido de Dialnet:
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4722764.pdf>
- Parkin, M. (2009). *Economía* (Vol. 8). Perason Educación.

- Pereira Morales, C., Maycotte Morales, C., Restrepo, B., & Mauro, F. (2011). *Economía 1*. Caldas: Espacio Gráfico Comunicaciones S.A.
- Quinatoa, C., & Alvaro, L. (1 de Marzo de 2023). *Los sectores de la economía naranja en el Ecuador – Un análisis de la concentración de mercado*. Obtenido de Repositorio Digital Universidad Técnica de Ambato: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/38232/1/T5830e.pdf>
- Ramírez, K., & A., F. (2018). *Gobernanza, Sociedad Civil y Frontera*. Obtenido de Universidad Autónoma de Baja California: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/58182136/Gobernanza_2c_sociedad_civil_y_frontera_INTERIORES_FINAL-libre.pdf?1547503563=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DGobernanza_Sociedad_Civil_y_Frontera_Ken.pdf&Expires=1706053029&Signature=XUf0P
- Sanchis, A., & Mañez, J. (3 de Julio de 2002). *Estructura de Mercado y Concentración*. Obtenido de Universidad de Valencia: <https://www.uv.es/~jamc/eia/econind1>
- Sumba Bustamante, R., Pinargotty Loor, J., & Pillasagua Choez, D. (12 de Noviembre de 2022). *MIPYMES en el mercado de Ecuador y su rol en la actividad económica*. Obtenido de ReciMundo: [https://doi.org/10.26820/recimundo/6.\(4\).octubre.2022.439-455](https://doi.org/10.26820/recimundo/6.(4).octubre.2022.439-455)
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2023). *Ranking empresarial*. Obtenido de <https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/ranking/reporte.html>
- Tarjizán, J., & Paredes, R. (2006). *Organización Industrial para la Estrategia Empresarial*. Obtenido de Pearson Educación: <https://elvisjgblog.files.wordpress.com/2018/02/organizacion-industrial-para-la-estrategia-empresarial-jorge-tarzijan-pearson-2da-edicion-140109191519-phpapp02.pdf>
- Vizcaíno Bautista, J. (16 de Julio de 2020). *Concentración de mercado y rentabilidad dentro del sector ferretero de importaciones en el Ecuador*. Obtenido de Repositorio Digital Universidad Técnica de Ambato: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31389/1/T4808e.pdf>
- Z., F., & Rossi, L. (12 de 11 de 2020). *Estructuras de Mercado* . Obtenido de Universidad de la República : <https://cienciassociales.edu.uy/wp-content/uploads/2020/11/Nota15.pdf>
- Zurita, J. (Septiembre de 2014). *Análisis de la concentración y competencia en el sector bancario*. Obtenido de BBVA Research: <https://www.bbva.com/wp->

content/uploads/2014/09/WP-concentraci%C3%B3n-y-competencia-sector-bancario.pdf

11. Anexos.

Anexo. 1: Formato de encuesta aplicada a los propietarios / representantes legales de las Unidades Económicas en las diferentes parroquias urbanas de la Ciudad de Loja.



ENCUESTA

Universidad
Nacional
de Loja

A través de la presente le expreso un atento y cordial saludo, a su vez le solicito muy comedidamente responder el siguiente cuestionario, que tiene el proposito de recabar información sobre las características de las unidades economicas dentro de la ciudad de Loja, la información será de carácter reservada y para uso educativo.
Agradezco de antemano su participación en esta encuesta

DATOS PERSONALES DEL PROPIETARIO

Nombre de Propietario o Representante Legal

Genero

RUC

Celular/Teléfono

Correro Electronico

DATOS DE LA UNIDAD ECONÓMICA

¿Cuál es el Nombre Comercial (Razón Social)?

¿Cuál es la dirección de la Entidad?

¿A que parroquia Urbana/Rural a la que pertenece?

¿A qué tipo de Empresa corresponde la Unidad Económica?

Microempresa Pequeña Empresa Mediana Empresa Gran Empresa Compañía

¿A qué Sector Económico pertenece?

Sector Agropecuario

Sector Financiero

Sector de Servicios

Sector de la Construcción

Sector Industrial

Sector Minero y Energético

Sector de Transporte

Sector Solidario

Sector Comercial

Sector de Comunicaciones

Anexo. 2: Población de la Ciudad de Loja 2010 – 2022.



Anexo. 3: Certificación de Título del Proyecto de Integración Curricular.



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Loja, 11 de enero del 2024

Dra. Ignacia Luzuriaga Granda , MAE
**DIRECTORA ENCARGADA DE LA CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA -
FJSA - UNL**
Ciudad. -

De mi consideración:

Yo, JORDY STEVEN CHIMBO RIVERA, portador de la cédula Nro. 1105965360, estudiante del Ciclo VII – Paralelo “A” de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, me dirijo a usted con la finalidad de solicitarle se digne disponer a quien corresponda, se me otorgue una certificación de que el Título del Proyecto de Integración Curricular, denominado: ESTUDIO DE CONCENTRACIÓN DE MERCADO POR UNIDADES ECONÓMICAS Y SU PARTICIPACIÓN EN LA OFERTA Y DEMANDA EN LA CIUDAD DE LOJA, NO se encuentra ejecutado ni en proceso de ejecución.

Con la seguridad de ser atendido favorablemente, me anticipo en expresarle mi debido agradecimiento.

Atentamente,



JORDY STEVEN CHIMBO
RIVERA

Jordy Steven Chimbo Rivera
CI: 1105965360
PETICIONARIO

Ciudad Universitaria “Guillermo Falconi Espinosa” Casilla letra “S”
Teléfono: 2545191
direccion.cca@unl.edu.ec

Anexo. 4: Certificación de Trabajo de Integración Curricular de no estar ejecutado ni en ejecución.



unl

Universidad
Nacional
de Loja

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA
Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Dra. Ignacia Luzuriaga Granda, MAE.
DIRECTORA (E) DE LA CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CERTIFICA:

Que revisados los archivos que reposan en Secretaría de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, se encuentra que el tema de Tesis: **ESTUDIO DE CONCENTRACIÓN DE MERCADO POR UNIDADES ECONÓMICAS Y SU PARTICIPACIÓN EN LA OFERTA Y DEMANDA EN LA CIUDAD DE LOJA**, Presentado por el señor: **JORDY STEVEN CHIMBO RIVERA**, estudiante del Séptimo Ciclo Paralelo "A", período Académico **Octubre 2023 - Febrero del 2024** de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, previo a obtener el Título de **Licenciado**, en Contabilidad y Auditoría, **NO SE ENCUENTRA EJECUTADO NI EN EJECUCIÓN** y además se encuentra dentro de las Líneas de Investigación. Se emite a su favor la siguiente certificación. - Loja, 16 de enero de 2024, a las 16h00 pm.



Emite digitalmente por:
**IGNACIA DE JESUS
LUZURIAGA GRANDA**

Dra. Ignacia Luzuriaga Granda, MAE.
**DIRECTORA (E) DE LA CARRERA DE CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA**



Emite digitalmente por:
**ELIANA DEL CISNE
GONZALEZ MEDINA**

Conf. Por: Ab. Eliana González M.
C.c. Archivo

Anexo. 5: Oficio para solicitar información a la Cámara de Comercio de Loja.

Loja, 17 de enero del 2024

Dra. Ignacia Luzuriaga Granda
**DIRECTORA ENCARGADA DE LA CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA DE
LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.**
Ciudad. -

De mi consideración:

Yo **Jordy Steven Chimbo Rivera**, con **C.I. 1105965360**, estudiante del Ciclo VII, paralelo "A", me dirijo a usted con la finalidad de solicitarle de la manera más comedida, se autorice a quien corresponda a fin que se realice un oficio dirigido al **Ing. Julio Cesar Luna Cruz, PRESIDENTE DE LA CAMARA DE COMERCIO LOJA**, con la finalidad de que me permita obtener información y acceder a la institución que dignamente preside, para la realización del Proyecto de Trabajo de Integración Curricular denominado: **ESTUDIO DE CONCENTRACIÓN DE MERCADO POR UNIDADES ECONÓMICAS Y SU PARTICIPACIÓN EN LA OFERTA Y DEMANDA EN LA CIUDAD DE LOJA** a fin de plantear el proyecto en mención, previo a optar el título de Licenciado en Contabilidad y Auditoría.

Por la favorable atención que se digne dar a la presente desde ya me anticipo en expresarle mis debidos agradecimientos.

Atentamente,



Jordy Steven Chimbo Rivera
CÉD: 1105965360
PETICIONARIO



unl

Universidad
Nacional
de Loja

FACULTAD, JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Of. No. 27-GA-CCA-FJSA-UNL

Loja, 18 de enero de 2024.

Ing.

**Julio Cesar Luna Cruz,
PRESIDENTE DE LA CAMARA DE COMERCIO LOJA.
Ciudad.-**

De mis consideraciones:

En mi calidad de Directora de la Carrera de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Nacional de Loja, me es grato en saludarle deseándole, el mejor de los éxitos en sus actividades personales y laborales al frente de tan importante Organización.

Como es de su conocimiento la Universidad Nacional de Loja, es una institución de Educación Superior que tiene como misión la formación académica y profesional de estudiantes, con sólidas bases científicas y técnicas con pertinencia social y valores dentro de su oferta académica se encuentra la Carrera de Contabilidad y Auditoría la cual tiene como finalidad la formación de profesionales en Contabilidad y Auditoría, para contribuir al fortalecimiento de la matriz productiva de la región 7 de Loja.

La Carrera de Contabilidad y Auditoría de la UNL, contempla como requisito indispensable para su graduación y posterior obtención de Título de Pregrado, la realización de un trabajo de Titulación o de Tesis de Grado, previo la aprobación del respectivo Proyecto de Titulación en el penúltimo ciclo, de formación profesional el cual busca determinar e implementar alternativas de solución viables, innovadoras en el campo de la Contabilidad, la Auditoría y las Finanzas.

Por lo expuesto y conocedores de su alto espíritu de colaboración y apoyo con la formación de profesionales idóneos para la sociedad, le solicito a usted muy encarecidamente se permita y facilite la información pertinente al señor: **Jordy Steven Chimbo Rivera**, estudiante del **Ciclo VII Paralelo "A"** portador del número de cédula de ciudadanía N° 1105965360, para que realice su proyecto de Integración curricular en el presente periodo académico, **Octubre 2023 - Febrero 2024**, sobre el tema del Proyecto de Titulación denominado: **ESTUDIO DE CONCENTRACIÓN DE MERCADO POR UNIDADES ECONÓMICAS Y SU PARTICIPACIÓN EN LA OFERTA Y DEMANDA EN LA CIUDAD DE LOJA.**

Por la Favorable atención que le brinde a la presente desde ya le antelo mi agradecimiento y testimonio de consideración y estima.



Escaneado electrónicamente por:
IGNACIA DE JESUS
LUZURIAGA GRANDA

Dra. Ignacia Luzuriaga Granda, MAE.

DIRECTORA (E) DE LA CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

072 - 545191

Ciudad Universitaria "Guillermo Falconi Espinosa"
Casilla Letra "S" La Argelia. Loja – Ecuador

Página 1 | 1

Educamos para Transformar

Of. Nro. 1677-DCCL-2020
Loja, 18 de enero de 2024

Dra. Ignacia Luzuriaga Granda
**DIRECTORA (E) DE LA CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**
Ciudad.

De mis consideraciones:

Estimada Directora de la Carrera de Contabilidad y Auditoría me complace saludarle y desearle éxito en sus muy delicadas funciones que usted realiza en favor de Educación Superior de la Universidad Nacional de Loja.

En base al oficio recibido N° 20-GA-CCA-FJSA-UNL de fecha 18 de enero de 2024 y siendo un requisito indispensable para la graduación y posterior obtención del título de Pregrado, la realización de un trabajo de Titulación o de Tesis de Grado, previo la aprobación del respectivo Proyecto de Titulación en el penúltimo ciclo, formación profesional el cual busca determinar e implementar alternativas de solución viables, innovadoras en el campo de la Contabilidad, la Auditoría y las Finanzas, autoriza que se le permite y facilite la información pertinente que se posea dentro de la Cámara de Comercio de Loja, a la señor Jordy Steven Chimbo Rivera estudiante del Ciclo VII Paralelo "A" portadora de la cédula de ciudadanía N° 1105965360 para que realice su proyecto de Titulación denominado: ESTUDIO DE CONCENTRACION DE MERCADO POR UNIDADES ECONOMICAS Y SU PARTICIPACION EN LA OFERTA Y DEMANDA EN LA CIUDAD DE LOJA, en el presente periodo académico Octubre 2023 – Febrero 2024.

Particular que le hago conocer con el fin de que la estudiante pueda hacer uso del presente para su trámite correspondiente.

Atentamente,



Ing. Edwin René Peñaherrera A.
DIRECTOR EJECUTIVO
CAMARA DE COMERCIO DE LOJA

Anexo. 6: Certificado de Traducción del Abstract.

Loja, 30 de julio 2024

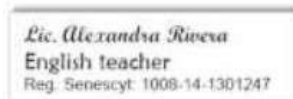
Lic. Alexandra Elizabeth Rivera Celi.

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN MENCIÓN: IDIOMA INGLÉS

CERTICA QUE:

El documento adjunto titulado: ABSTRACT, es fiel traducción del idioma español al idioma inglés, corresponde al RESUMEN del Trabajo de Integración Curricular denominado: **“Estudio de Concentración de Mercado por Unidades Económicas y su Participación en la Oferta y Demanda en la Ciudad de Loja”** de autoría del estudiante **Jordy Steven Chimbo Rivera**, con cédula de identidad 1105965360, estudiante de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, previo a la obtención del título de Licenciado en Contabilidad y Auditoría.

Se certifica en honor a la verdad y se autoriza al interesado hacer uso del presente certificado en lo que a sus intereses convengan.



.....
Lic. Alexandra Elizabeth Rivera Celi

C.I.: 1105153215

Correo: alexandrae.rivera@educación.gob.ec

Nro Reg. Senescyt: 1008-14-1301247