

Lectura de Cifras Socio-Económicas de Milagro

Retroalimentando la información actual

Resumen

Son muchos los desafíos que tienen que superar las empresas para satisfacer a consumidores actuales o conseguir nuevos clientes, por lo cual es necesario desarrollar perfiles para identificar factores que afectan la demanda actual y futura, este proceso siempre requiere analizar datos adecuados y confiables que durante muchos años al no contar con fuentes formales de libre acceso era necesario desarrollarlos o contratarlos por la propia empresa, ahora contamos con censos realizados por Instituto Nacional de Estadística y Censos (Censo Nacional Económico, VII Censo de Población y el VI de vivienda), Estudio Socioeconómico efectuado por la Universidad Estatal de Milagro Departamento de Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación entre otros, lo cual permite que el estudio lo pueda efectuar cualquier interesado. Información que podría optimizar el uso de recursos a nivel nacional y de Milagro ayudando a cumplir los objetivos financieros de la organización, además diseñar e implantar estrategias nuevas e innovadoras que permitan aprovechar las oportunidades del mercado. Las conclusiones del artículo presentan información que pueden ser consideradas, sobre la base de un criterio comercial, llegando a identificar características del consumidor actual que servirían para diseñar estrategias que tienen que ir evolucionando acorde al desarrollo del mercado.

Palabras clave: Establecimientos, censos, análisis, nuevas tendencias, costos, personalización, ingresos.

Abstract

There are many challenges that businesses have to overcome to satisfy their consumers or attract new customers. Therefore it is necessary to develop profiles to identify factors affecting current and future demand. This process requires an analysis of actual, reliable data from reliable, free-access sources. Lacking such information, it was necessary obtain data through studies carried out by companies themselves. We now have data reported by the National Institute of Statistics and Censuses and socio-economic studies carried out by various national universities among others. Given that any interested person can access the socio-economic figures; it can be possible to optimize the use of resources at the national level, in particular in the Canton of Milagro in order to meet the financial objectives of the organization or design and implement new and innovative strategies to exploit opportunities in the market. The article concludes by presenting recommendations, product of the reading and analysis of the socio-economic figures, which may be considered on the basis of commercial criteria, identifying characteristics of the current consumer to thus satisfy their needs.

Keywords: Statistical data, information, facilities, surveys, analysis, new tendencies, gender.



Gonzalo Serrano
Mantilla, Ing.¹

Ciencias Administrativas y
Comerciales

gserrano@bankguay.com;
gserranom@unemi.edu.ec

Recibido: Agosto, 2011

Aceptado: Diciembre, 2011



INTRODUCCIÓN

El Departamento de Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación de la Universidad Estatal de Milagro (UNEMI), efectuó un censo socio económico en el año 2009, que fue publicado en Agosto del 2010 [1]. El estudio se realizó en 19 cantones de 5 provincias con la finalidad de presentar propuestas para la creación de nuevas titulaciones y determinar la continuidad o no de las carreras vigentes.

Por otra parte, luego de treinta años, el Ecuador tiene la oportunidad de contar con datos estadísticos provenientes del Censo Nacional Económico, realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) entre los meses de Septiembre y Noviembre del 2010 [2]. Este estudio consistía en un conteo de todas las unidades económicas que conforman el sector productivo de acuerdo a su ubicación, así como el registro de sus características principales, el cual, luego del proceso de análisis y socialización, dará la información de base al Sistema de Estadísticas Económicas para que los estamentos correspondientes puedan diseñar y construir políticas públicas y escenarios macroeconómicos, tanto locales como regionales.

Sin embargo, si los datos estadísticos y la información obtenida de estos no permite a las empresas la elaboración de perfiles productivos a nivel desagregado y estudios de mercado sistémicos y sostenidos, no se podrá caracterizar y comprender, mucho menos contrastar, la realidad económica que valide la elaboración de modelos vinculantes con esta realidad detectada.

Según Sallenave J. (2002), el análisis externo debe incluir todos los factores que afectan a la demanda actual y, especialmente, a la

futura que podría satisfacer la empresa en el marco de su misión. El reto es grande pues se trata no sólo de prever la demanda cuantitativamente a partir de hipótesis verosímiles sobre demografía, reparto de riqueza, evolución de consumo, sino también de predecir la existencia de ciertos productos y servicios futuros [3].

En este contexto, el presente artículo pretende desarrollar una lectura de datos e información proporcionada por las bases estadísticas referidas, con la finalidad de presentar análisis y tendencias que pueden ser consideradas por el sector público, privado, instituciones de capacitación así como entidades comerciales. Como consecuencia de esta lectura, se presentará un análisis sobre la base de un criterio comercial, lo que permitirá una interpretación direccionada a prácticas que permitan utilizar mejor los recursos.

Desarrollo

En el año 2010, entre Septiembre y Noviembre, el INEC registró a 1.900 personas, entre personal operativo y administrativo, para la ejecución del Censo Nacional Económico. Se lo desarrolló por medio de visitas y entrevistas a 572.335 establecimientos, aunque, según reporte del Instituto, se pudo analizar los datos proporcionados por 511.130 de ellos. El universo estuvo integrado por 22.684 sectores censados, compuestos por manufactura, construcción, comercio, restaurantes y hoteles, transporte y comunicaciones, intermediación financiera, servicios inmobiliarios; y las empresas de administración pública, educación, salud, servicios sociales y personales [4].

Como resultado del proceso se generó una base de datos que, según el mismo

INEC, se actualiza en tiempo real vía fuentes administrativas (como Servicios de Rentas Internas, SRI; o Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, IESS), permitiendo una evolución más dinámica de la información a la que tienen acceso las instituciones y empresas vinculadas [5], quienes podrán ofertar sus productos, bienes o servicios, sean grandes o pequeños, de forma más segura, ya que tendrán mejores premisas al trazar sus estrategias.

Según datos del VII Censo de Población y VI de Vivienda que realizó el INEC, en el 2001 los ecuatorianos eran 12'156.608 y en el 2010 la población aumentó a 14'483.499 (marcando un crecimiento del 19,14%); la constituyen un 49,56% de hombres y 50,44% de mujeres; las familias tienen en promedio 1,6 hijos; el 46,9% de la población tiene su vivienda propia. Con relación a las edades, el 11% está compuesto por jóvenes entre 10 y 14 años, pero que este dato no cause la impresión equivocada dado que la población ecuatoriana está envejeciendo, en el 2001 el 2,4% de la población tenía entre 60 a 64 años, es decir 293.667 habitantes, y según el censo del 2010 el 2,8% se encuentra en este rango, que equivale a 400.759 personas [6].

Se ratifica que las ciudades más pobladas son Guayaquil con 2'291.158 habitantes y Quito con 1'619.146 habitantes; las de menor población son Galápagos con 25.034 habitantes y Pastaza con 83.933 habitantes. La provincia del Guayas registra 3'645.483 habitantes equivalente al 25,17% de la población nacional y contiene el 25,03% de mujeres además del 25,30% de los hombres ecuatorianos [7].

Tomando cifras de Mila-



Gráfico 1. Nivel gerencial por género.
Fuente: INEC 2010

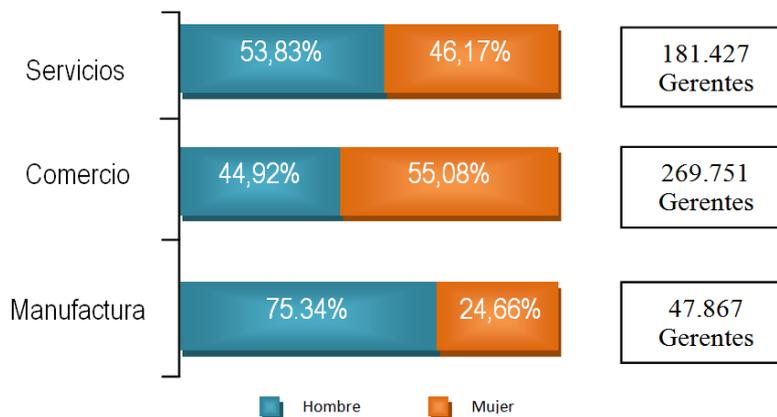


Gráfico 2. Distribución porcentual por áreas.
Fuente: INEC 2010

gro, registra 166.634 habitantes de los cuales 83.393 son mujeres y 83.241 son hombres, la población local equivale al 1,15% de la población nacional y el 4,57% de la población de la provincia [8].

Análisis Situacional

Analizando los primeros datos de los 511.130 establecimientos visitados a nivel nacional, generan un total de

2'059.504 personas con trabajo, el 56,2% son hombres y 43,8% mujeres [9]. Es importante examinar los sectores de mayor participación de acuerdo al género. A nivel gerencial, la información proporcionada por el INEC, establece que de 500.217 gerentes o propietarios de establecimientos económicos, el 51,1% son hombres y el 48,9% son mujeres (diferencia entre género

de 2,2%). Ver Gráfico 1.

El género masculino presenta mayoría, en las ocupaciones gerenciales, en el sector de manufactura con 75,34% siendo una considerable diferencia, en el sector servicio su participación es del 53,83%. En el sector comercio, el dominio de la gerencia está entregada en su mayoría al género femenino con un 55,08% lo que, siendo

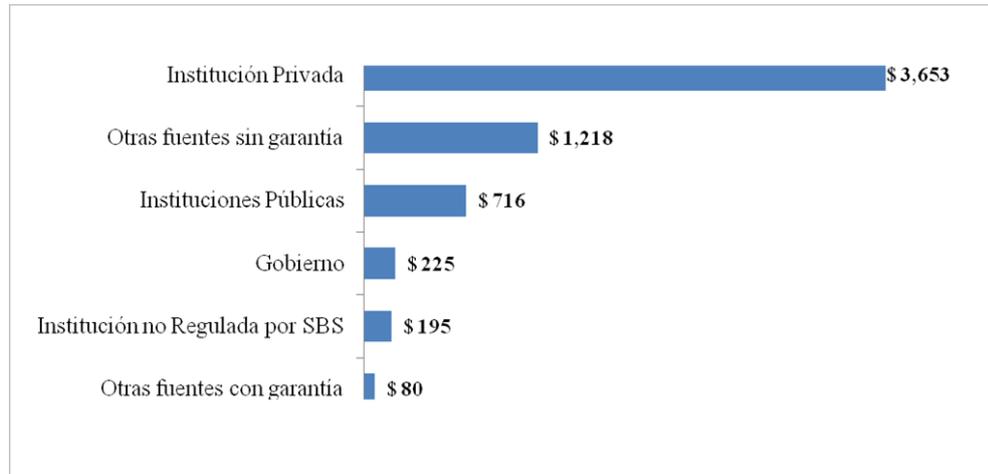


Gráfico 3. Monto de financiamiento por tipo de fuente.
Fuente: INEC 2010

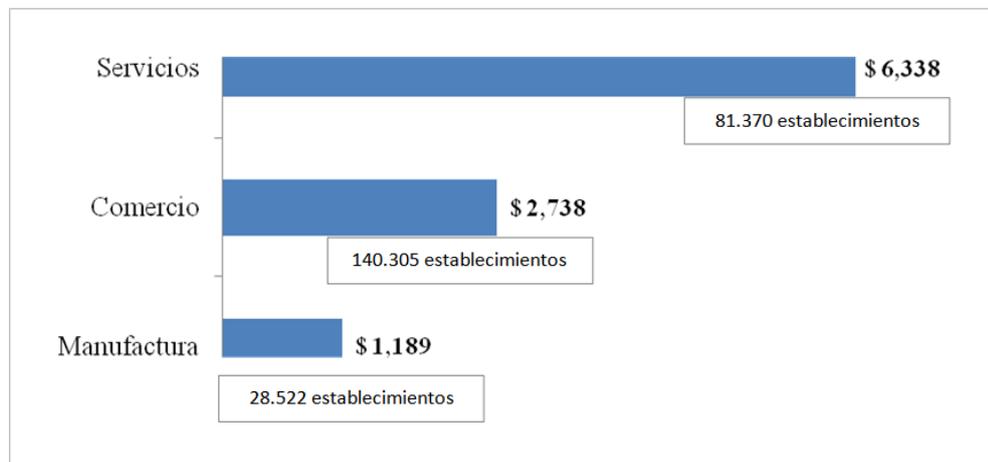


Gráfico 4. Necesidad de financiamiento por sector económico.
Fuente: INEC 2010

importante, demuestra diferencias menores (es oportuno tomarlo en cuenta, dada la influencia del sector comercial en la economía nacional) [10].

Ver Gráfico 2.

Un total de 98.309 establecimientos obtuvieron financiamiento en el año 2009 por un monto de USD 6.086 millo-

nes (según datos reportados en el Gráfico 3).

Para el año 2010 un total de 250.712 gerentes de establecimientos afirmaron

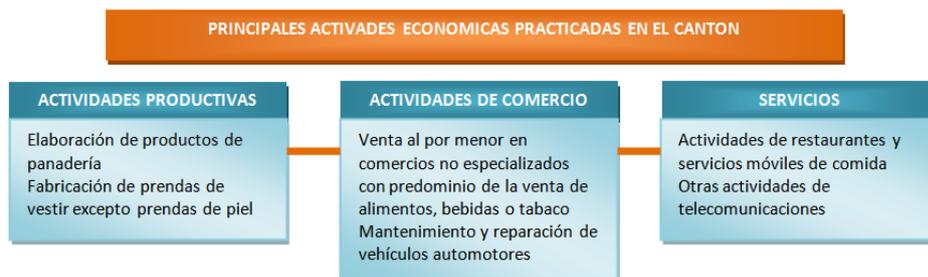


Gráfico 5. Principales actividades económicas del cantón Milagro.
Fuente: INEC 2010

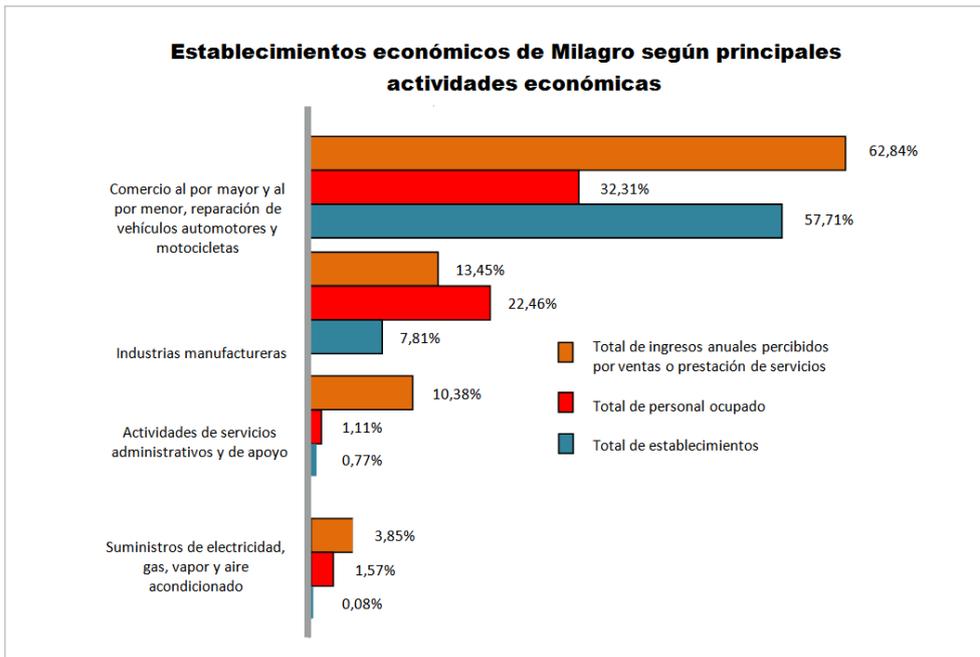


Gráfico 6. Establecimientos económicos de Milagro, según principales actividades.
Fuente: INEC 2010

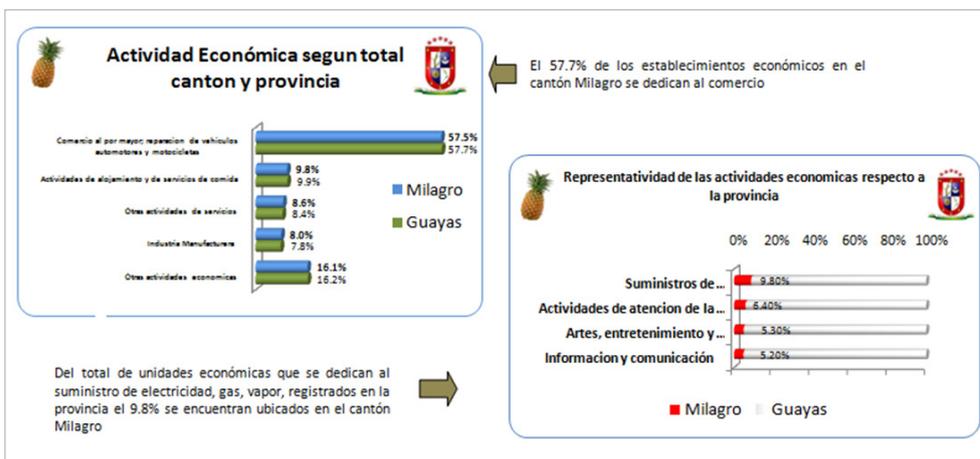


Gráfico 7. Actividad Económica según total cantón y provincia.
Fuente: INEC 2010

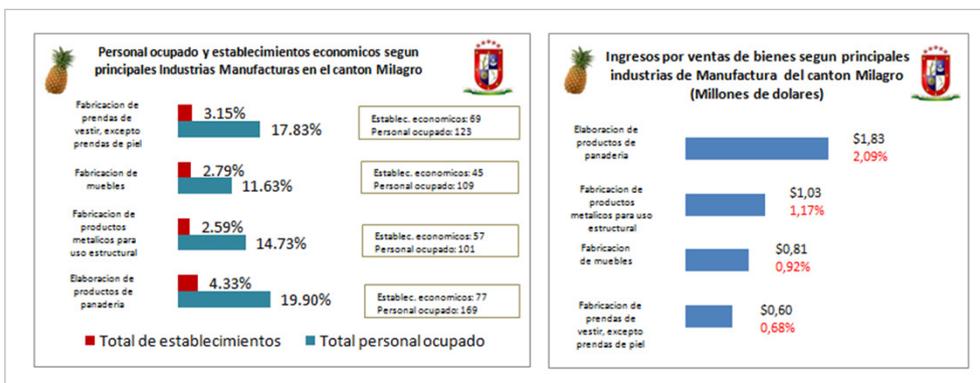


Gráfico 8. Personal e ingresos de las principales industrias de Milagro.
Fuente: INEC 2010

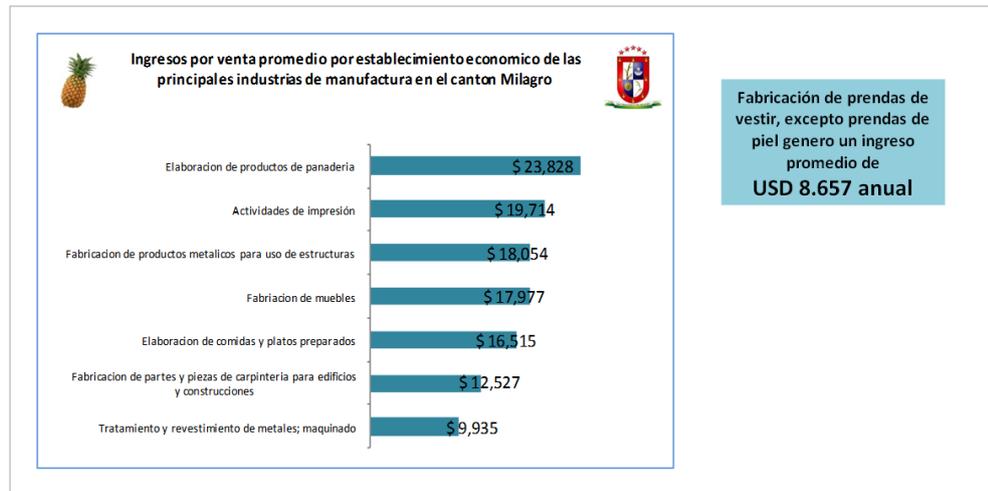


Gráfico 9. Ingresos por ventas promedio por establecimiento económico en el cantón Milagro. Fuente: INEC 2010

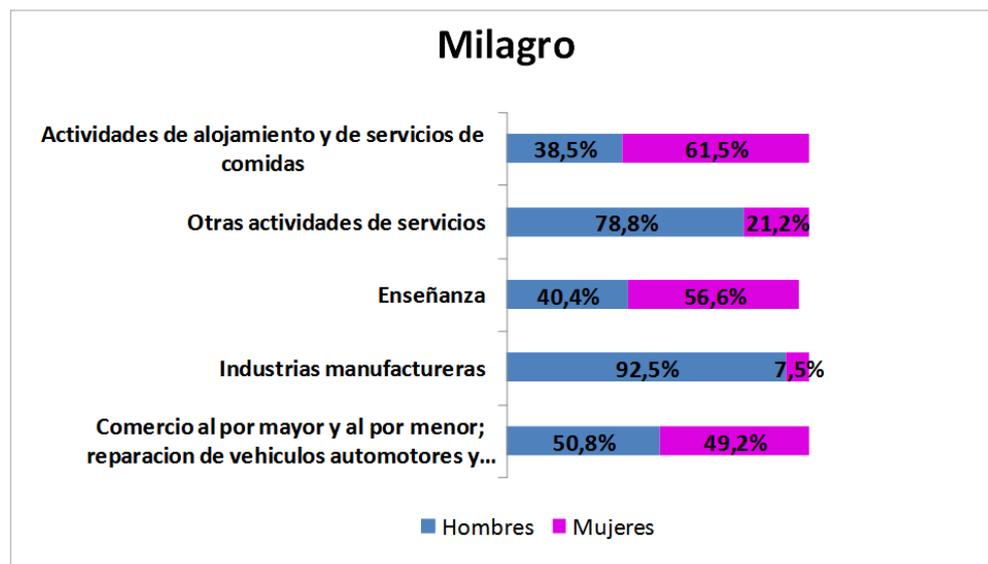


Gráfico 10. Participación por género en las actividades económicas del cantón Milagro. Fuente: INEC 2010

requerir financiamiento que totalizaría USD 10.826 millones [11] (desglose por sector en el Gráfico 4)

Es importante considerar también cual es la predisposición de los negocios para la inversión en activos fijos. Según este mismo estudio, un establecimiento económico en el Ecuador invierte USD 324 por cada USD 10.000 de ingresos por ventas [12].

En cuanto a la provincia del Guayas, existen 119.792 establecimientos económicos de los cuales apenas el 4,2%

están ubicados en Milagro (5099 establecimientos) con el 4,57% de la población de la provincia. Durán ha alcanzado un mayor progreso, pues registra 5,9% de los establecimientos reportados y el 6,5% de la población [13].

La concentración económica se establece en actividades de Comercio con el 57,7% seguida por el 34,4% en Servicios y el 7,8% en Manufactura. Los 5099 establecimientos en Milagro generaron ingresos por ventas de USD 651 millones, empleos a 17.377 perso-

nas e inversión en activos fijos por USD 58,9 millones [14].

Las principales actividades económicas practicadas en el cantón están detalladas en el Gráfico 5 [15].

Los ingresos generados por sector económico en el cantón son: Manufactura USD 87 millones, Comercio USD 409 millones, Servicios USD 154 millones, cuya relación porcentual se detalla en el Gráfico 6 [16].

Se destaca que la masa de liquidez en el cantón Milagro es rotada en un 62,84% por el

sector comercial, que incluye reparación de vehículos automotores y motocicletas, denotando claramente que Milagro se mantiene como una zona dedicada eminentemente al comercio. Lo que evidencia una fluidez de liquidez durante todo el año y no depender mayormente de los ciclos del agro y agroindustria de la localidad.

Los tipos de actividades que desarrollan los sectores son un reflejo de los generados por la provincia, los establecimientos de comercio representan el 57,5% en la provincia y el 57,7% en el cantón, actividades de alojamiento el 9,8% en la provincia y el 9,9% en Milagro [17]. Mayor detalle en el Gráfico 7.

Entre las principales industrias de manufactura en el cantón, la panadería registra 69 locales, 123 personas ocupadas e ingresos por ventas por \$ 1,83 millones de dólares [18]. Ver Gráfico 8.

Los ingresos por venta promedio por establecimiento económico en las principales industrias de manufactura en Milagro demuestran mayor participación del sector panificador. Ver Gráfico 9.

Conclusiones

Datos por género. A nivel nacional el 51,1% de los niveles gerenciales por establecimiento son ocupados por personal masculino y el nada despreciable 48,2 % por el género femenino; en la ciudad de Milagro el mayor ingreso por sector se presentó en el comercio con \$ 409 millones (sector manufactura USD 87

millones, sector servicio USD 154 millones), si consideramos al personal ocupado por actividad dentro del comercio, el 61,5% es del género femenino [19].

Consolidando los datos anteriores con el reporte del censo nacional de población, el género femenino a nivel nacional registra el 50,44 %, en la provincia del Guayas el 50,16% y el 50,05% en Milagro [20].

Se ratifica la importancia de tener presente gustos y preferencias de este segmento en la realidad comercial actual.

Existen también otras actividades en las cuales el género femenino mantiene presencia mayoritaria como el 61,59% en actividades de alojamiento y de servicios, 59,6% en enseñanza, el 49,2% en comercio al por mayor y menor [21]. Ver Gráfico 10.

La participación cada vez mayor de las mujeres en actividades comerciales y de dirección no puede ser ignorada, ya que su criterio prima de forma considerable en el proceso de compra de los hogares. Por tal razón, se tiene que analizar y considerar sus opiniones al determinar las estrategias comerciales.

Por ejemplo, las mujeres constituyen algo más de la mitad de la población norteamericana e influyen en la decisión de compra de más del 80% de todos los productos y servicios que hay en el mercado (desde cosméticos hasta automóviles). No obstante pareciera que este segmento no ha sido bien estudiado,

hasta el punto que ciertas campañas de mercadeo a veces pueden alejarlas más que atraerlas.

El problema, según algunas autoridades del área, es que lo que se considera un normal comportamiento de compra, resulta “normal” pero para el sector masculino, mientras que las mujeres tienen un conjunto diferente de prioridades, preferencias y actitudes.

Las mujeres se distinguen por hacer evaluaciones completas antes de comprar, preguntando a conocidos y luego recomendando el producto, si logran satisfacción con el mismo. Las trabajadoras, por ejemplo, agradecen los artículos que le simplifican la vida y disminuyen su estrés. El sector femenino juzga la calidad de la relación establecida en la venta tanto como la calidad del producto, por esto, se cree que algunos mercadólogos de áreas como servicios financieros y automóviles, deberían ser un poco más pacientes con este público [22].

Desarrollo alcanzado por el cantón Milagro. El cantón Milagro, con el 4,57% de la población de la provincia y 4,21% de establecimientos ubicados en su jurisdicción, ocupa el tercer lugar en la provincia del Guayas, luego de Guayaquil y Durán (que mantiene el 6,55% de la población del Guayas y 5,2% de los establecimientos comerciales); los demás cantones tienen menos del 2,0%. Ver Tabla 1.

En el sector comercial son 64 establecimientos que

POBLACION		
LOCALIDAD	TOTAL	%
Provincia del Guayas	3.645.483	100%
Cantón Durán	238.769	6,55%
Cantón Milagro	166.634	4,57%

Tabla 1. Población en la provincia [25]
Fuente: INEC, 2010



mantienen su matriz en Milagro y han desarrollado presencia en otras localidades (40 de sector comercial, 6 en actividades de alojamiento, 3 en otras actividades de servicios, 7 en manufacturas) [23]. Poniendo de manifiesto la capacidad de emprendimiento local con proyección nacional.

Posee vías de acceso de primer orden, es paso y puerta de entrada para llegar al Austro, Sierra Centro, provincia del Oro, en 30 minutos se llega a Guayaquil; estas características se cuentan entre las facilidades valoradas por los establecimientos al determinar su ubicación fuera de Guayaquil y dentro de la provincia.

Oportunidades de Negocios. El 90,8% de establecimientos del Guayas no están asociados a gremio alguno (cámaras o asociaciones) [24], es una oportunidad para que asociaciones y cámaras locales brinden el apoyo necesario para la optimización de recursos e incluso el desarrollo o fortalecimiento de los procesos de registro, que permitan una adecuada segmentación entre micro, Pymes y corporativos, logrando que cada segmento pueda disfrutar de los beneficios de la formalidad.

En Milagro el 96,59% de los establecimientos son personas naturales [25], espacio más que generoso para contadores y otros asesores que puedan presentar los beneficios de constituir empresas

(personas jurídicas) para mejor registro y administración de los negocios locales.

El 91,49% de establecimientos no posee internet [26], se constituye en una excelente oportunidad para nuevos técnicos que puedan tener acceso a la base proporcionada por el Departamento de Investigación de la UNEMI, que cuenta con nombres, direcciones e incluso teléfonos de comerciantes, a quienes se les puede asesorar sobre la herramienta e incluso generar una alianza estratégica familiar, dado que sin duda sus hijos si poseen conocimientos de manejo y pueden compartirlo, llegando a desarrollar un nuevo objetivo en común que redundara en sinergia familiar.

Referencias Bibliográficas

- [1] Fernández, M. (2010). Estudio Socioeconómico para definición de Titulaciones de Tercer Nivel a ofertar en la UNEMI. Revista Ciencia, UNEMI, Agosto 2010.
- [2] Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2010), VII Censo de Población y el VI de vivienda, Ciudad: Quito
- [3] Sallenave, J. (2002). Gerencia y Planeación Estratégica. Bogotá: Editorial Norma.
- [4] Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2010), Censo Nacional Económico, Ciudad: Quito.
- [5] Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2010), Resultados Censo Nacional Económico, Ciudad: Quito.
- [6] Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2010), VII Censo de Población y el VI de vivienda, Ciudad: Quito.
- [7] Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2010), VII Censo de Población y el VI de vivienda, Ciudad: Quito.
- [8] Universidad Estatal de Milagro UNE-MI (2009), Estudio Socioeconómico, Ciudad: Milagro.
- [9] Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2010), Censo Nacional Económico, Ciudad: Quito.
- [10] Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2010), Censo Nacional Económico, Ciudad: Quito.
- [11] Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2010), Censo Nacional Económico, Ciudad: Quito.
- [12] Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2010), Censo Nacional Económico, Ciudad: Quito.
- [13] Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2010), Censo Nacional Económico, Ciudad: Quito.
- [14] Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2010), Censo Nacional Económico, Ciudad: Quito.
- [15] Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2010), Censo Nacional Económico, Ciudad: Quito.
- [16] Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2010), Censo Nacional Económico, Ciudad: Quito.
- [17] Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2010), Censo Nacional Económico, Ciudad: Quito.
- [18] Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2010), Censo Nacional Económico, Ciudad: Quito.
- [19] Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2010), Censo Nacional Económico, Ciudad: Quito.
- [20] Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2010), Censo Nacional Económico, Ciudad: Quito.
- [21] Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2010), VII Censo de Población y el VI de vivienda, Ciudad: Quito.
- [22] Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2010), Censo Nacional Económico, Ciudad: Quito.
- [23] ¿Qué compran las mujeres y por qué? Revista Knowledge @ Wharton. (Junio 2003).
- [24] Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2010), Censo Nacional Económico, Ciudad: Quito.
- [25] Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2010), VII Censo de Población y el VI de vivienda, Ciudad: Quito.
- [26] Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2010), VII Censo de Población y el VI de vivienda, Ciudad: Quito.
- [27] Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2010), Censo Nacional Económico, Ciudad: Quito.
- [28] Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2010), Censo Nacional Económico, Ciudad: Quito.
- [29] ¿Cómo influye la variedad en las elecciones saludables del consumidor? Revista Knowledge @ Wharton. (Diciembre 2009).
- [30] Tiempo o dinero: ¿Cuál domina las elecciones del consumidor? Revista Knowledge @ Wharton. (Diciembre 2009).
- [31] La crisis cambia la mentalidad del consumidor. Revista Knowledge @ Wharton. (Marzo 2009).
- [32] Cliente insatisfecho. Revista América Economía. (Julio 2007).
- [33] La economía personalizada. Revista CIO. (Abril 2005).