

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tesis previa la obtención del Título de Ingeniero Comercial

**ESTUDIO DEL ACCESO A FINANCIAMIENTO PARA LAS PEQUEÑAS Y
MEDIANAS EMPRESAS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
DEL AÑO 2000 AL 2008**

AUTOR

Raúl Esteban Reinoso Ramos

DIRECTOR

Ec. Ramiro Haro

QUITO, junio de 2010

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Yo Raúl Esteban Reinoso Ramos declaro que los conceptos desarrollados, análisis realizados y conclusiones del presente trabajo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Quito, 10 de junio del 2010

DEDICATORIA

**Este trabajo esta dedicado a mis
padres que con amor, esfuerzo y
paciencia supieron guiarme desde
la niñez y a mi hermano que con
su cariño y alegría me motivó
para la realización de esta tesis.**

AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios por el preciado regalo de la vida y por brindarme la oportunidad de culminar una de las más hermosas etapas de mi existencia.

Gracias a mi madre por ser un apoyo incondicional, que con dulzura y sabiduría supo guiarme desde mis primeros pasos de la infancia, siendo una inspiración de esfuerzo y amor absoluto.

Gracias a mi padre, que pese a la distancia día tras día estuvo en mi corazón como un ejemplo a seguir.

Gracias a mi hermano que supo enseñarme el valor de la educación y los esfuerzos que se deben hacer para cumplir los sueños.

Gracias a mi novia que con ternura y cariño me supo alentar para culminar la realización de este trabajo.

Gracias infinitas a la comunidad Salesiana, y en especial a la Universidad Politécnica Salesiana, Facultad de Ciencias Administrativas por entregarme una educación de calidad basada en valores éticos y humanos que supieron formarme como un buen cristiano y honrado ciudadano.

Finalmente quiero darle las gracias al Ec. Ramiro Haro por su ayuda y guía oportuna en la elaboración de la presente.

Índice

<i>CAPITULO I: Introducción.</i>	1
1.1. Antecedentes.....	1
1.2. Definición del problema:	2
1.3. Hipótesis.....	5
1.4. Objetivos.....	6
1.4.1. <i>Objetivo General:</i>	6
1.4.2. <i>Específicos:</i>	6
1.5. Resumen de la propuesta de intervención:	6
1.6. Diseño metodológico:.....	8
<i>CAPITULO II: Marco Histórico Teórico.</i>	10
2.1. Marco histórico.....	10
2.1.1. <i>¿Qué es pyme? Características generales en América Latina.</i>	10
2.1.2. <i>Las pymes en el Ecuador.</i>	13
2.1.3. <i>Principales características e indicadores de las pymes ecuatorianas.</i>	14
2.1.4 <i>Limitaciones y amenazas de las pymes ecuatorianas.</i>	18
2.1.5. <i>Cursos de acción para el desarrollo de las pymes en Ecuador.</i>	19
2.1.6. <i>Políticas de fomento a las pymes.</i>	21
2.1.7. <i>La cooperación internacional.</i>	24
2.2. Marco Teórico – Conceptual.....	25
2.2.1. <i>Apalancamiento financiero.</i>	25
2.2.2. <i>Análisis financiero.</i>	29
2.2.3. <i>El crédito.</i>	40
2.2.4. <i>Fuentes de financiamiento.</i>	45
2.2.5. <i>Calificación de crédito.</i>	60
<i>CAPITULO III: Marco empírico.</i>	65

3.1. Situación económica y crediticia del Ecuador:	65
3.1.1. El mercado crediticio ecuatoriano:	68
3.2. Análisis Financiero del sector pymes.	77
3.3. Sistema de desarrollo empresarial para pymes:.....	85
<i>CAPITULO IV: Evaluación del Mercado pymes en el Ecuador.....</i>	<i>94</i>
4.1. Definición del tamaño de la muestra.	94
4.2. Presentación y análisis de resultados.....	95
4.3. Caso práctico aplicado al Banco del Pichincha.	120
<i>CAPITULO V: Conclusiones y Recomendaciones.....</i>	<i>129</i>
5.1. Conclusiones.....	129
5.2. Recomendaciones.....	131
<i>CAPITULO VI: Resumen Ejecutivo.</i>	<i>134</i>
<i>CAPITULO VII: Bibliografía.....</i>	<i>137</i>
Anexo 1. Formato de calificación de crédito.....	141
Anexo 2: Cuadros de índices y análisis financiero.....	154
Anexo 4: Formato de la encuesta.	164

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Cantidad de créditos entregados por tipo.....	3
Gráfico 2: Cantidad de créditos comerciales entregados por año.	4
Gráfico 3: Porcentaje de desempleo a nivel nacional.	65
Gráfico 4: Porcentajes de subempleo a nivel nacional.....	66
Gráfico 5: Número de operaciones por tipo de crédito.....	67
Gráfico 6: Volumen de crédito comercial en millones de dólares.	68
Gráfico 7: Evolución del volumen de crédito y del PIB en millones de dólares.	69
Gráfico 8: Evolución de las importaciones en millones de dólares.	70
Gráfico 9: Evolución de las exportaciones en millones de dólares.....	70
Gráfico 10: Evolución del volumen de crédito y de la balanza comercial en millones de dólares.	71
Gráfico 11: Evolución anual de la densidad poblacional.....	71
Gráfico 12: Evolución de las tasas de interés por institución financiera.	72
Gráfico 13: Evolución de la inflación.	73
Gráfico 14: Número de operaciones crediticias por tipo.	74
Gráfico 15: Número de operaciones crediticias por año.....	74
Gráfico 16: Volumen de crédito entregado por institución financiera en millones de dólares.	76
Gráfico 17: Evolución en ventas vs. Evolución en activos.....	77
Gráfico 18: Evolución en activos vs. Evolución en utilidades.....	78
Gráfico 19: Evolución en ventas vs. Evolución en utilidades.....	79
Gráfico 20: Evolución en ventas vs. Evolución en cuentas por cobrar.....	79
Gráfico 21: Evolución en ventas vs. Evolución en inventarios.	80
Gráfico 22: Evolución en ventas vs. Evolución en activos fijos.....	81
Gráfico 23: Evolución en pasivos vs. Evolución en activos fijos.	82
Gráfico 24: Pasivos/Activos (%).....	83
Gráfico 25: Pasivos/Patrimonio (%)	83
Gráfico 26: Activos/Patrimonio (%).....	83
Gráfico 27: ROE	84
Gráfico 28: Clasificación de empresas encuestadas.....	96
Gráfico 29: Aspectos que actúan como limitantes para el desarrollo de las pymes. .	98
Gráfico 30: Problemas que enfrentan las empresas con la competencia.	99

Gráfico 31: Ranking de problemas que enfrentan las pymes por la situación macroeconómica del país.	101
Gráfico 32: Porcentajes de empresas que han solicitado créditos.....	103
Gráfico 33: Porcentaje de empresas con el crédito aprobado y negado.....	104
Gráfico 34: Porcentaje de empresas con el crédito aprobado y negado por sector..	104
Gráfico 35: Instituciones a las cuales se les solicitan crédito por sector.	105
Gráfico 36: Instituciones a las cuales se les solicitaron crédito.	106
Gráfico 37: Principales fuentes de financiamiento de las pymes.....	107
Gráfico 38: Razones por las que no se solicitan créditos.....	108
Gráfico 39: Cómo limitan los siguientes aspectos a las Ifis para prestar a las pymes (han obtenido crédito)	109
Gráfico 40: Cómo limitan los siguientes aspectos a las Ifis para prestar a las pymes (No han obtenido crédito).	110
Gráfico 41: Cómo limitan los siguientes aspectos a las Ifis para prestar a las pymes (Nicho de mercado).....	111
Gráfico 42: Cómo limitan los siguientes aspectos a la empresa para obtener un crédito.....	114
Gráfico 43: Garantías utilizadas por las pymes para financiamiento.....	114
Gráfico 44: Mecanismos de fomento industrial más conocidos.	115
Gráfico 45: Factores que limitan a las pymes para el acceso al proceso de integración comercial.....	116
Gráfico 46: Porcentaje de utilización de consultoría.	117
Gráfico 47: Razones por las que no se ha utilizado consultoría.	118
Gráfico 48: Porcentaje de aceptación que una Institución Financiera brinde servicios de consultoría.	119
Gráfico 49: Tipo de institución financiera que prefiere que brinde el servicio de consultoría.....	120
Gráfico 50: Número de créditos entregados por tipo.	123
Gráfico 51: Volumen de crédito entregado por tipo.	124
Gráfico 52: Promedio de la cantidad de crédito y montos entregados por tipo.	125
Gráfico 53: Número de créditos entregados al sector comercial y manufacturero..	126
Gráfico 54: Volumen de crédito entregado por sector en millones de dólares.	127
Gráfico 55: Promedio del crédito entregado a cada sector en dólares.	127

Índice de Cuadros

Cuadro 1: Definición de micro, pequeña y mediana empresa por número de empleados en Argentina, Brasil y Paraguay.	11
Cuadro 2: Número de pymes y su participación en la generación de empleo.	15
Cuadro 3: Diferencias entre las pequeñas y medianas empresas con la gran industria.	15
Cuadro 4: Promedio de volumen de crédito entregado por tipo.	76
Cuadro 5: Evolución de los indicadores financieros.	84
Cuadro 6: Estrategias utilizadas.	85
Cuadro 7: Tasa de interés utilizadas por el Banco del Pichincha en el 2005.	128

**ESTUDIO DEL ACCESO A FINANCIAMIENTO PARA PEQUEÑAS Y
MEDIANAS EMPRESAS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO DEL
AÑO 2000 AL 2008**

CAPITULO I: Introducción.

1.1. Antecedentes.

La necesidad de hacer un estudio del acceso a financiamiento para la pymes del Distrito Metropolitano de Quito del año 2000 al 2008 se da debido a la transcendencia que los pequeños y medianos negocios tienen en la economía del país, la misma que se manifiesta a través de los beneficios que ofrecen este tipo de empresas al desarrollo social, productivo, comercial y financiero del estado.

El crecimiento y la aparición de nuevas pymes es primordial ya que ofrece la posibilidad de incrementar la generación de plazas de empleo ya sea para aumentar su capacidad productiva o para empezar un nuevo negocio por lo que es imperativo brindar todas la facilidades necesarias que permitan la incursión de nuevos proyectos en el mercado. Dentro de este factor es imperativo recalcar que “las pymes crean el 75% a 90% de empleos en una economía clásica”¹, por lo que se convierten en las principales generadoras de empleo en el país siendo así una herramienta fundamental para el desarrollo social.

Aparte de la generación de empleo, el aumento de estos negocios permite un desarrollo productivo del país, el cual se manifiesta a través de la aparición de nuevas empresas con lo que se estimula la libre competencia y se favorece al consumidor final debido al incremento de alternativas de consumo que se crearían, ya que “las pequeñas y medianas empresas representan el 76% del total de los establecimientos manufactureros en el país”² y dentro de la estructura

¹ Acosta Campos, Ivonne; Pérez Prieto María Elena. Revista Cambiemos Ecuador 18-01-2005.

² s/a Diario El Mercurio 2009-03-19.

empresarial “más del 90% son pymes, las cuales aportan aproximadamente un 25% de la economía nacional”.³

Para incursionar de manera adecuada y efectiva en el mercado, todo negocio debe tener ciertas bases financieras que le permitan tomar decisiones acertadas sobre el manejo de la empresa, debido a lo cual, es deber del profesional en administración crear herramientas que ayuden a la sociedad a obtener un conocimiento adecuado, para generar una cultura económica que procure el desarrollo de nuevos proyectos y a la vez impulsar la formalización en el criterio crediticio, lo cual impulsa el crecimiento de las instituciones financieras del país, permitiendo la creación de un modelo que favorezca a las tres partes comprendidas.

1.2. Definición del problema:

Existe un problema claramente definido que exige la realización de este estudio y es **la dificultad que tienen las pequeñas y medianas empresas para acceder a créditos comerciales emitidos por instituciones financieras.**

Este problema agrava la situación de las pymes e impide su desarrollo a través de la utilización de herramientas financieras que procuran darles una ventaja en el mercado para que puedan ampliar sus capacidades.

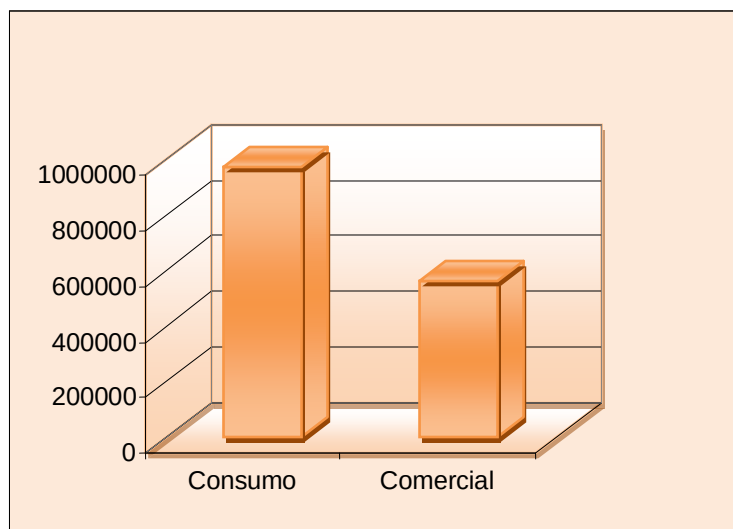
Entre los síntomas que evidencian la existencia del problema están:

- a) *Baja cuantía de créditos comerciales entregada por las instituciones financieras:* “en el año 2008 los bancos privados entregaron 976406 créditos para consumo, en relación de los 565593 créditos comerciales entregados”⁴, es decir que si se toman en cuenta únicamente estos dos tipos de créditos, se deduce que se entregó el 63% de crédito para el consumo frente al 37% de crédito comercial.

³ Rodrigo Gallegos Riofrío, Ecuador, país innovador y emprendedor.

⁴ s/a. www.superban.gov.ec

Gráfico 1: Cantidad de créditos entregados por tipo.



Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros.

Realización: el autor.

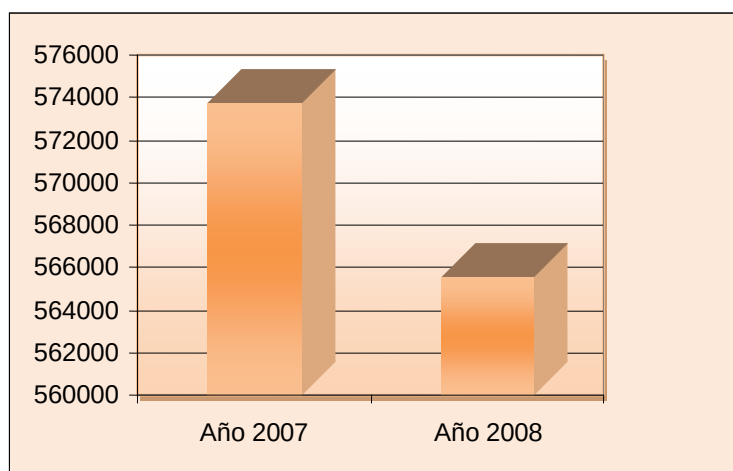
- b) *Baja cantidad de pymes que acceden a crédito comercial:* “una de cada cinco pymes, el 21.3% del total, no consiguió la financiación ajena solicitada durante el mes de febrero casi cinco puntos más que en enero del 2009 (17%)”⁵. Esto indica que existe un bajo porcentaje de pymes que pueden aprovechar el crédito que brindan las instituciones financieras, con lo cual se va perdiendo la confianza en el sector bancario.
- c) *Aumento de pymes que paralizan proyectos de inversión:* “en el 2007 las instituciones financieras entregaron 573728 créditos comerciales frente a los 565593 que se entregaron en el 2008, es decir, hubieron menos pymes que accedieron a crédito”⁶, con lo que “el 35% de las pequeñas y medianas empresas han paralizado proyectos de inversión por problemas de financiación”⁷.

⁵ Zorrilla Salgador, Juan Pablo. www.diariojuridico.com 06-04-2009

⁶ s/a. www.superban.gov.ec.

⁷ Zorrilla Salgador, Juan Pablo. www.diariojuridico.com 06-04-2009

Gráfico 2: Cantidad de créditos comerciales entregados por año.



Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros.

Realización: el autor.

- d) *Aumento en el crédito de proveedores y capital propio:* no sólo en el Ecuador, sino en América Latina se observa que las principales fuentes de financiamiento de las pymes son los fondos propios, es decir, el autofinanciamiento seguido por el crédito de los proveedores y luego el crédito bancario. “Las pymes de la región tienden a financiarse principalmente con fondos propios mediante la reinversión de utilidades y los aportes de socios”⁸.

Todos estos síntomas evidencian la gravedad del problema y adicionalmente permiten visualizar la falta de soluciones adecuadas que se han propuesto no sólo dentro del país, sino también dentro de la región sur del continente.

Entre las causas que han dado origen al problema están:

- a) *Inadecuada estructura financiera en las pequeñas y medianas empresas:* una de las principales características de las empresas de este sector es la falta de

⁸ Bloch, Roberto; Granato Leonardo. Revista OIDLES - Vol 1, N° 2 (diciembre 2007)

una estructura financiera que permita un control adecuado, lo que a la vez origina la desconfianza en las instituciones bancarias el momento de realizar el estudio de acceso a crédito. Por otro lado este aspecto dificulta el desarrollo óptimo de la empresa al convertirse en una barrera para el establecimiento de estrategias competitivas que le permitan ser más eficiente dentro del mercado.

- b) *Características del crédito emitido por instituciones financieras:* las condiciones de acceso a crédito para las pymes son poco competitivas internacionalmente. La oferta de crédito a pymes se caracteriza por altas tasas de interés (el doble que para las grandes empresas), plazos cortos y exigencias elevadas de garantías. La severidad de estas condiciones suele justificarse por la morosidad del sector pymes, sin embargo esta morosidad a la vez nace del desconocimiento de las tecnologías de crédito pymes en los bancos y a la vez de la pobre gestión que tienen las pequeñas y medianas empresas.
- c) *Desinformación sobre el acceso a crédito comercial emitido por instituciones financieras:* si bien es cierto existen gran número de instituciones financieras en el país, no existe una cultura económica que procure el desarrollo de las mismas en la parte productiva, principalmente con las pequeñas y medianas empresas debido a la poca información que tienen los propietarios y gerentes de las pymes acerca de las condiciones, requisitos y ventajas que se dan al acceder a un crédito. Si bien las características de los créditos aparentemente no son positivas, acarrear grandes ventajas para el pequeño y mediano empresario que conoce la forma de utilización de esta herramienta, por lo que la desinformación se convierte en uno de los factores determinante que causan la dificultad para las pymes en el acceso a crédito.

1.3. Hipótesis.

El sistema financiero nacional en la última década no ha canalizado recursos suficientes al sector pymes, dificultando su crecimiento y desarrollo por la falta de información financiera suficiente de este sector para acceder a fuentes de financiamiento menos costosas recurriendo por tal a otras formas de crédito en muchos casos informales.

Un mejor y mayor acceso a crédito puede impulsar el crecimiento de este segmento del mercado mejorando su rentabilidad e impulsando una mayor eficiencia a través de un apalancamiento financiero adecuado.

1.4. Objetivos.

1.4.1. Objetivo General:

Elaborar un estudio sobre el acceso a financiamiento para pequeñas y medianas empresas del Distrito Metropolitano de Quito desde el año 2000 al 2008, con la finalidad de dar un diagnóstico claro sobre la situación de las mismas y estimular el desarrollo de este sector.

1.4.2. Específicos:

- a) Crear una cultura financiera en el sector de las pequeñas y medianas empresas a través de consultorías técnicas que les permita manejar de manera efectiva herramientas para el correcto desarrollo de la empresa.
- b) Estimular la creación de nuevas empresas a través del acceso a crédito mediante un modelo que permita agilizar y facilitar este proceso, incentivando así la creación de nuevos proyectos que permitan el surgimiento de emprendimientos en la nación.
- c) Aumentar la cartera de clientes para las instituciones financieras, a través del acceso a crédito para un sector económico de gran desarrollo en el país como son las pequeñas y medianas empresas, con el fin de formalizar una cultura crediticia que beneficie a ambas partes.
- d) Incentivar el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas, a través del acceso a crédito para que puedan realizar proyectos de inversión a través de los cuales aumenten su capacidad productiva.
- e) Disminuir el sector de comercio informal de la ciudad a través de una correcta información que les permita conocer las ventajas de la formalidad como una herramienta prioritaria para el desarrollo del negocio utilizando como recurso el crédito comercial.

1.5. Resumen de la propuesta de intervención:

Para la realización del estudio es indispensable conocer a profundidad el problema antes enunciado, conocer sus causas y consecuencias y poder emitir una solución adecuada.

Este estudio que se plantea, tiene como principal actor a las pequeñas y medianas empresas, por lo que se necesita evaluar los mercados adyacentes a este sector como son el industrial y el crediticio. La correcta valoración de estos sectores permite dar un diagnóstico adecuado de las pymes con relación a otros indicadores que pueden afectar su desenvolvimiento en el mercado. Adicionalmente el buscar parear la información obtenida a través de las fuentes secundarias de información como son estadísticas y otros valores con la información real obtenida de entrevistas a gerentes y propietarios de pymes con la finalidad de que el estudio tenga una base sólida para la aportación de conclusiones y recomendaciones que ayuden a solucionar el problema.

Como parte del estudio se plantea la creación de un modelo que se caracteriza por la eliminación de las restricciones que pueden haber por parte de los ofertantes del crédito es decir, las instituciones financieras en el sentido de la calificación crediticia que se hace a las pymes, o sea que lo que se busca es establecer un modelo de calificación basado en las 5 Cs de crédito que permita una ágil y efectiva valoración de los requisitos que se necesitan para poder acceder al crédito.

Con esto se plantea acercar a un sector muy atractivo como es el de las pymes a las instituciones financieras para poder ampliar su cartera de clientes y estimular a la vez el crecimiento de las relaciones entre las pequeñas y medianas empresas de la ciudad y las instituciones bancarias del país.

Como estrategia se plantea una concientización de las pymes sobre el acceso y la importancia del crédito comercial emitido por instituciones bancarias, lo cual se logrará a través de una asesoría técnica que les permita evidenciar avances para su empresa por medio de un correcto y adecuado manejo de la información financiera.

Este modelo plantea ser un enlace entre los proveedores de créditos y los usuarios de los mismos, ya que no existen canales adecuados que sirvan como nexo entre estos dos grupos, por lo que la desconfianza mutua que existe entre los sectores se agranda, por ello este modelo plantea a través de una correcta información y asesoría adecuada eliminar la imagen subestimada que se tiene de

las pequeñas y medianas empresas y a la vez promulgar los beneficios que se pueden obtener con el acceso a crédito.

Para realizar esto en primer lugar es indispensable realizar un estudio de mercado enfocado en el nicho que se ha escogido, para poder encontrar las variables que permitan visualizar lo rentable y viable del modelo, así como las variables que permitan desarrollar el modelo de manera óptima.

1.6. Diseño metodológico:

Para la realización de este estudio se necesitan hacer diferentes tipos de análisis:

- *Exploratorio:* a través del cual se plantea investigar el mercado de forma directa obteniendo datos de primera mano que permitan satisfacer las necesidades de información que se tengan.
- *Descriptivo:* a través de la investigación se requiere identificar y analizar elementos imprescindibles, como son la demanda y la oferta del servicio, que permite deducir si se tiene o no la oportunidad en el mercado, es decir, que se va a realizar un diagnóstico al determinar el estudio de mercado.
- *Explicativo:* la investigación se sustentará en un estudio explicativo ya que los resultados obtenidos demostrarán o explicarán la efectividad del modelo.
- *Correlacional:* este estudio permitirá determinar la relación que existe entre las variables a ser estudiadas en la investigación, de hecho en el estudio de mercado se debe establecer la relación entre la oferta y la demanda, con la finalidad de concluir si existe una demanda insatisfecha, que permita tener una oportunidad en el mercado.

Dentro de las técnicas que se van a utilizar para la elaboración del proyecto se tienen:

- *La observación:* el punto de partida de un proyecto es el estudio de mercado, en donde necesariamente se requiere el método de observación, con el propósito de determinar ciertas características del sector al que va dirigido el modelo.
- *Análisis/síntesis:* para la investigación se requiere del análisis para determinar las partes fundamentales del proyecto como la asesoría técnica para las pymes y la capacitación en crédito para las IFIs

- *Deductivo/inductivo*: para el desarrollo de la investigación se va a partir de la teoría financiera sobretodo en la parte de financiamiento para ir indicando las partes fundamentales y adecuadas que se relacionan de mejor manera con el sector de las pequeñas y medianas empresas.

Por último la información se va a obtener de dos tipos de fuentes:

- *Fuentes primarias*: es la información que se va a generar a través de ciertas técnicas de recopilación, como son: la observación, la encuesta dirigida a la demanda y oferta del servicio.
- *Fuentes secundarias*: en la investigación se recopilará la información generada por las instituciones que mantienen datos relacionados con el tema del proyecto.

CAPITULO II: Marco Histórico Teórico.

2.1. Marco histórico.

2.1.1. ¿Qué es pyme? Características generales en América Latina.

El término de pequeña y mediana empresa (pymes) ha adquirido un significado diferente de país a país, sin embargo, aún no existe una definición general al respecto. La mayoría de las veces, estas empresas son clasificadas de acuerdo a sus ingresos y monto de facturación anual o también se toman en cuenta otros factores como el tamaño, volumen de negocios, número de empleados y balance general.

Para tratar de establecer una visión general con respecto a las pymes, la Unión Europea las ha definido como empresas que empleen, al menos 250 trabajadores; y que posean un balance general inferior a los 43 millones de euros, entre otros aspectos. De aquí a que muchos analistas e investigadores se hayan topado con algunas dificultades a la hora de definir este término.

Adicionalmente las pymes muy comúnmente están muy enlazadas con entes informales como empresas familiares por los que “hasta hoy no hay una categorización rígida para determinar que es una pyme ni existe uniformidad entre países; cada cual elige el parámetro que se adapta a su realidad”.⁹

En América Latina las características que definen a las pymes varían de acuerdo a las economías de cada país, pero existen diferentes parámetros que permiten distinguir a una micro, pequeña y mediana, como en el caso argentino donde una microempresa tiene hasta 170 empleados, una pequeña empresa tiene menos de 1000 colaboradores y una mediana empresa tiene hasta 8299 empleados, así otros casos se pueden verificar en el cuadro 1.

⁹ Calle Fernández, Ana María. “Conceptos. ¿Qué es una pyme? Revista Líderes. 18 de diciembre 2006. Pp4

Cuadro 1: Definición de micro, pequeña y mediana empresa por número de empleados en Argentina, Brasil y Paraguay.

País	Número de trabajadores		
	Microempresa	Pequeña empresa	Mediana empresa
Argentina	1 a 170	menos de 1000	menos de 8300
Brasil	0 a 9	10 a 49	50 a 249
Paraguay	1 a 5	6 a 20	21 a 100

Fuente: Revista Ekos "PYMES el pilar oculto de la economía"

Elaboración: Revista Ekos

La problemática de las pymes en la región tienen varios factores, pero para dar una visión general de cómo es la situación de este sector en el Cono Sur se pueden numerar los siguientes:

- a) *Alto nivel de centralización en la toma de decisiones:* las cuales son tomadas en la mayoría de casos por el propietario – empresario – gestor, en contraposición de ello las relaciones humanas en las pymes suelen ser muy próximas lo cual favorece la formación de un ambiente laboral agradable.
- b) *Estructura patrimonial cerrada:* este rasgo se refiere al uso de bienes familiares y propiedades de la compañía como fuente de financiamiento, impidiendo así el uso adecuado de otras herramientas que promuevan el desarrollo de la empresa.
- c) *Gestión fuertemente apegada al corto plazo:* lo que se manifiesta a través de la poca planificación que se tiene en estos negocios, así como en la mal organización que la mayoría de pymes posee, lo cual agudiza la dependencia entre el negocio y el propietario. Adicionalmente este factor se traduce a través de poca aplicación de estrategias que pretendan un crecimiento a largo plazo.
- d) *Baja utilización de servicios y consultoría externa:* las pymes generalmente suelen afrontar los problemas desde adentro, individualizando las alternativas de solución para distintos problemas, esto impide el acceso a nueva

información que puede colaborar en el desarrollo de soluciones para los problemas que puedan atravesar.

- e) *Establecimiento de redes informales:* comúnmente se dan redes entre pymes y proveedores, donde la relación se basa en la confianza mutua. Las cámaras de comercio de este sector no han cumplido con la misión integradora e impulsadora que tenían lo cual agrava la situación de las pymes en la región.
- f) *Procesos de aprendizaje no sistemáticos, sino informales:* el cúmulo de conocimiento que se va formando en las pymes tienen como fuente la experiencia limitando el acceso a información teórica y especializada que puede promover su desarrollo en el mercado.
- g) *Difícil acceso a financiamiento a largo plazo:* a pesar de instituciones privadas y públicas de la región han destinado mayor cantidad de fondos para el apoyo a este sector, la condiciones para el acceso a financiamiento aún impide un progreso relevante de las pymes, sobretudo por la dificultad que tienen para obtener crédito que incentiven su crecimiento y únicamente acceden a créditos que ayudan a mantener su funcionamiento.

Pese a todos estos factores que dificultan el desarrollo de las pymes, estas han logrado usar ciertas estrategias que les han permitido avanzar sustancialmente dentro del mercado y convertirse en un sector de gran ayuda en la economía de la región, como son las siguientes:

- a) *Alta especialización:* gran cantidad de pymes se ha especializado en un sector determinado, lo cual les ha permitido obtener ventajas ya sean por costos o innovación.
- b) *Operan en contextos de cooperación:* un rasgo que permite identificar plenamente a las pymes es la cooperación que tienen entre ellas, al poder ofrecer un mix de alternativas complementarias entre ellas promocionando a otras empresas del mismo sector.
- c) *La sinergia favorece a la cohesión del grupo:* lo cual permite la entrada de nuevas firmas en el mercado, disminuyendo la tendencia de individualidad que se da en el medio e impulsando el crecimiento a través de la unión.

Con todas estas estrategias que les han permitido crecer y pese a las dificultades que existen para emprender nuevas pymes dentro de la región, estas empresas se han convertido en un gran apoyo para el desarrollo de las economías de los países de América Latina. “En el caso de la OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development Organización para la Cooperación Económica y Desarrollo) Su rol es preponderante, pues las pequeñas y medianas empresas (SME, small and medium – sized enterprises) representan más del 95% del total de empresas constituidas en dichos países, y generan entre el 60% y 70% del empleo del sector privado...”¹⁰.

2.1.2. Las pymes en el Ecuador.

En Ecuador de acuerdo a su tamaño, las empresas tienen las siguientes categorías¹¹:

- **Microempresas:** emplean hasta 10 trabajadores, y su capital fijo (descontado edificios y terrenos) puede ir hasta 20 mil dólares.
- **Talleres artesanales:** se caracterizan por tener una labor manual, con no más de 20 operarios y un capital fijo de 27 mil dólares.
- **Pequeña Industria:** puede tener hasta 50 obreros
- **Mediana Industria:** alberga de 50 a 99 obreros, y el capital fijo no debe sobrepasar de 120 mil dólares.
- **Grandes Empresas:** son aquellas que tienen más de 100 trabajadores y 120 mil dólares en activos fijos

Según la Cámara de la Pequeña Industria, “las pymes son aquellas unidades de transformación de materia prima o prestación de servicios, cuyos activos fijos (excluyendo el valor de terrenos y edificios), totalizan, cuando más USD\$350.000”¹².

¹⁰ Maya Gonzalo. “PYMES el pilar oculto de la economía”. Revista Ekos. N° 126, octubre 2004. Pp 17

¹¹ s/a Seminario taller: Mecanismos de promoción de exportaciones para las pequeñas y medianas empresas en los países de la ALADI, Montevideo – Uruguay, 13 y 14 de septiembre del 2001.

¹² Carrillo Ureña, Fernando. Pymes su importancia en el desarrollo de América Latina Universidad Central del Ecuador. Pp 16

Para la CAPEIPI (Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha) define a las grandes empresas para el caso ecuatoriano como “aquellas que tienen más de 100 trabajadores y 120 mil dólares en activos fijos”¹³

2.1.3. Principales características e indicadores de las pymes ecuatorianas.

Las características básicas de las pymes se definen de acuerdo a las condiciones económicas y sociales que éstas presentan en cada país. Dentro de las principales características e indicadores de las pequeñas y medianas empresas ecuatorianas se pueden identificar las siguientes:

- a) En las pymes ecuatorianas “prevalecen las compañías limitadas (37.3%) y tienen un peso muy significativo aquellas que operan como personas naturales (35.2%)”¹⁴.
- b) El 77% de los establecimientos se asientan en Quito y Guayaquil, el 15% en Azuay, Manabí y Tungurahua; y el 8% corresponde a otras provincias¹⁵.
- c) Son excelentes cumplidoras de sus obligaciones fiscales, prueba de ellos es que el 97% de las pymes han obtenido el Registro único de Contribuyente¹⁶.
- d) Existen 1'200.000 microempresarios; 670.000 en el sector informal¹⁷.
- e) El número de empresas y su la participación en la generación de empleo, se resume así¹⁸:

¹³ Barrera, Marco. Ponencia “Situación y Desempeño de las PYMES de Ecuador en el Mercado Internacional”. Ponencia, CAPEIPI. Seminario – Taller; Montevideo, Uruguay.

¹⁴ Dávalos María Verónica; Baus Christian. Diagnóstico de la pequeña y mediana industria. Instituto de investigaciones Socio – Económicas y Tecnológicas INSOTEC. Quito marzo del 2002.

¹⁵ s/a. Seminario taller: Mecanismos de promoción de exportaciones para pequeñas y medianas empresas en los países de la ALADI. Seminario – Taller. Montevideo, Uruguay.

¹⁶ Dávalos María Verónica; Baus Christian. Diagnóstico de la pequeña y mediana industria. Instituto de investigaciones Socio – Económicas y Tecnológicas INSOTEC. Quito marzo del 2002.

¹⁷ Calle Fernández, Ana María. “Conceptos. ¿Qué es una pyme? Revista Líderes. 18 de diciembre 2006. Pp4

¹⁸ s/a Seminario taller: Mecanismos de promoción de exportaciones para las pequeñas y medianas empresas en los países de la ALADI, Montevideo – Uruguay, 13 y 14 de septiembre del 2001.

Cuadro 2: Número de pymes y su participación en la generación de empleo.

Sector	# de empresas	Promedio empleados	Total trabajadores
PYMIS	15.000	22	330.000
Artesanías	200.000	3	600.000
Microempresas	252.000	3	756.000
TOTAL	467.000		1'686.000

Fuente: Diagnóstico de la pequeña y mediana industria.

Elaboración: Instituto de investigaciones socio-económicas y tecnológicas.

f) Las principales diferencias de las pymes con la gran industria son:

Cuadro 3: Diferencias entre las pequeñas y medianas empresas con la gran industria.

	% DE ESTABLE- CIMIENTOS	% PERSONAL OCUPADO	PIB MILLONES DOLARES
PYMES	84.3	37.7	458.8 (24% PIB Manufactura)
GRAN INDUSTRIA	15.7	62.3	1.371

g) Para el 44% de las empresas el mercado es básicamente local (su ciudad) mientras que para el 26% sería de alcance regional (ciudad, provincia de origen y provincias circunvecinas). Por su parte, el 8% habría extendido su radio de acción a las provincias limítrofes y solamente el 6% estaría sosteniendo un flujo exportable¹⁹.

¹⁹ Dávalos María Verónica; Baus Christian. Diagnóstico de la pequeña y mediana industria. Instituto de investigaciones Socio – Económicas y Tecnológicas INSOTEC. Quito marzo del 2002.

- h) El mercado interno de las pymes se divide en dos grandes sectores institucionales: el privado, que representa el 79% y el público, que equivale al 21%.

Al interior del sector privado el consumidor directo representa el 39%, lo que querría decir que los compradores más recurren a las plantas industriales o a los centros de venta directa de los fabricantes, mientras que los distribuidores o intermediarios representan el 30%, lo que contrasta con la creencia de que la principal vía de llegar al consumidor es a través de la cadena de intermediación. Los compradores catalogados como “otras industrias” significan el 11%, dato que refleja una escasa integración de las pymes como proveedores en sus cadenas de producción²⁰.

- i) Operan en tres sectores principales: Comercio, 52%; Producción, 27%; Servicios 21%²¹
- j) Aportan con el 5% del PIB global y el 24% del PIB Industrial (Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha)).
- k) Ocupan aproximadamente al 27% de la población económicamente activa²².
- l) Son factores claves para generar riqueza y empleo.
- m) Al dinamizar la economía, diluye los problemas y tensiones sociales, y mejorar la gobernabilidad.
- n) Requiere menores costos de inversión.
- o) Es el factor clave para dinamizar la economía de regiones y provincias deprimidas.
- p) Es el sector que mayormente utiliza insumos y materias primas nacionales.
- q) Tiene posibilidades de obtener nichos de exportación para bienes no tradicionales generados en el sector.

²⁰ Dávalos María Verónica; Baus Christian. Diagnóstico de la pequeña y mediana industria. Instituto de investigaciones Socio – Económicas y Tecnológicas INSOTEC. Quito marzo del 2002.

²¹ Calle Fernández, Ana María. “Conceptos. ¿Qué es una pyme? Revista Líderes. 18 de diciembre 2006. Pp4

²² Carrillo Ureña, Fernando. Pymes su importancia en el desarrollo de América Latina Universidad Central del Ecuador. Pp 17

- r) El alto valor agregado de su producción contribuye al reparto más equitativo del ingreso.
- s) Mantiene alta capacidad para proveer bienes y servicios a la gran industria (subcontratación).
- t) Es flexible para asociarse y enfrentar exigencias del mercado.
- u) De todo el personal que trabaja en las pymes afiliadas a las Cámaras de Pequeña Industria, el 67% está ocupado en actividades de producción, el 14% en administración y el 10% en ventas. El 9% complementario está asignado a control de calidad y mantenimiento. El 14.8% de este personal tiene nivel profesional, magnitud que ratificaría un importante proceso de innovación cualitativa y cuantitativa en la conducción ejecutiva y técnica de las pymes, adicionalmente se encuentra ya un 1.3% de personas con formación de postgrado
- v) El 60.8% de las empresas no ha recibido ningún proceso de capacitación o de asistencia técnica, incluso sectores como madera y muebles, textil y confecciones, papel e imprenta y minerales no metálicos, rebasan el 60% de respuestas en este sentido. Solamente el 27.1% de las empresas capacitan su personal en forma periódica. El 73% no tiene entre sus prioridades la capacitación pues, o no capacita o lo hace esporádicamente.
- w) El 29.1% del equipamiento es considerado por los empresarios como de accionamiento manual; el 43.6%, semiautomático; el 23.6%, automático y el 3.7% computarizado. Al interior de los sectores prevalece la maquinaria y equipo con accionamiento manual en madera y muebles (44.6%) y minerales no metálicos (42.9%). Los sectores con mayor equipamiento semiautomático son: cuero y calzado (56%), alimentos (47.5%), metalmecánico (47.3%) y confecciones (46.7%). Imprenta es el sector que tiene el más alto grado de utilización de maquinaria automática (55.9%), seguido de productos químicos (32.1%).
- x) El 66% de la producción se realiza a pedido, aún en aquellos sectores cuyas características de fabricación favorecen la producción continua como alimentos, confección textil, químicos, etc.

- y) En promedio, las pymes ocupan el 62% de su potencial de producción. Papel e imprenta es el sector con niveles más altos de utilización (72%), y minerales no metálicos el que tiene porcentaje más bajo (53.5%) de capacidad utilizada.
- z) El 24% de las empresas manifiesta haber recibido capacitación en gestión ambiental y de éstas, el 40% considera que su incidencia fue alta. El financiamiento en un 83% provino de recursos propios de las empresas.
- 1) El 90% de las pymes sostiene que conoce los gustos del consumidor, los hábitos de sus clientes, la calidad y los precios de la competencia. Sin embargo, sólo el 57% afirma que realiza investigaciones de mercado, por lo que no habría un sustento técnico en ese conocimiento del mercado. Adicionalmente, el 85% sostiene que ofrece garantía de calidad, afirmación que contrasta con los métodos de control de calidad utilizados, según se indicó anteriormente.

2.1.4 Limitaciones y amenazas de las pymes ecuatorianas.

Entre los principales problemas que afectan a las pymes del país se tienen:

- a) Escaso nivel tecnológico
- b) Baja calidad de la producción, ausencia de normas y altos costos
- c) Falta de crédito, con altos costos y difícil acceso
- d) Mano de obra sin calificación
- e) Producción se orienta más al mercado interno
- f) Incipiente penetración de pymes al mercado internacional
- g) Ausencia total de políticas y estrategias para el desarrollo del sector
- h) Son insuficientes los mecanismos de apoyo para el financiamiento, capacitación, y uso de tecnología
- i) El marco legal para el sector de la pequeña industria es obsoleto
- j) Bajos niveles de competitividad y productividad
- k) Altos niveles de informalidad y de disponibilidad de personería jurídica
- l) Falta de interés y apoyo del estado a su acción
- m) Las pequeñas y medianas empresas ecuatorianas enfrentan una competencia desleal representada por los altos niveles de contrabando.
- n) Pérdidas de mercado por ingreso de productos foráneos.

- o) Excesiva regulación, tanto en su volumen como en su complejidad.
- p) Excesiva tramitología y corrupción en su accionar.
- q) Desinformación y desconocimiento sobre aspectos de asistencia técnica, crédito, etc.
- r) Inseguridad, altos niveles de crimen y corrupción.

2.1.5. *Cursos de acción para el desarrollo de las pymes en Ecuador.*

Con el panorama sobre las pymes definido, es indispensable indicar los diferentes cursos de acción que el estado y las pymes deben emprender para mejorar su accionar dentro de la sociedad. Entre estos principales aspectos se tienen:

- a) *Impulsar la competitividad de las pymes:* este asunto es un tanto complicado ya que implica el cambio macroeconómico en varios factores que tienen una relación directa con este sector, así como la aplicación de nuevas políticas internas que les permitan a las pequeñas y medianas empresas mejorar en problemas de calidad, tecnología, innovación, producción, etc.
- b) *Definición de las pymes:* es pertinente establecer una clara definición de las características, fortalezas y debilidades que tienen las pequeñas y medianas empresas para utilizar éstas como punto base de la elaboración de políticas y estrategias que contribuyan a un óptimo desarrollo del sector.
- c) *Internacionalización:* hay que aprovechar las actuales tendencias de aperturas de mercados y globalización para incentivar el crecimiento internacional de las pymes ya sea a través de la exportación de sus productos o por medio de el establecimiento de relaciones comerciales entre distintas empresas de este mismo sector.,
- d) *Inserción efectiva en el mercado:* se necesita crear políticas que estimulen el mejoramiento de las pymes en todos sus procesos, para así poder promocionar de manera más amplia sus productos dentro del mercado nacional e internacional.
- e) *Crédito:* es imperativo crear líneas de crédito que fomenten el desarrollo de las pymes, así como concientizar a las instituciones privadas acerca de la importancia de este sector y el potencial que tienen dentro del mercado.

- f) *Capacitación*: proveer a las pymes de información técnica acerca de diversos temas que pueden colaborar para su desarrollo como economías de escala, reducción de costos , mejoras de calidad, innovación tecnológica, mayor poder de negociación, etc.
- g) *Uso de remesas*: es necesario aprovechar todo el dinero que proviene de las remesas, tomando en cuenta que “el Ecuador recibió por remesas, en el año 2006, 2.916 millones de dólares, una cifra récord, constituyendo el segundo rubro de importancia en el ingreso de divisas²³”. Las personas que perciben este ingreso deben tener acceso a información para tener mayores emprendimientos empresariales que faciliten el desarrollo de pymes en el país.
- h) *Impulso y apoyo a las instituciones microfinancieras*: se consideran como instituciones microfinancieras a aquellas que instrumentan créditos inferiores a los \$1000 para microempresas. Este tipo de instituciones se dividen en tres grupos: uno está bajo el control de la Superintendencia de Bancos y Seguros como son los bancos, cooperativas, mutualista y financieras. En el siguiente grupo están ONG's y Cooperativas que son reguladas por el Ministerio de Bienestar Social, y el tercer grupo esta integrado por Cajas Comunales, de Ahorro, sociedades populares de inversión fundaciones entre otras.
- i) *Formación de emprendedores*: es importante que el estado fomente el surgimiento de nuevas ideas de negocio que se puedan traducir en negocios, a través del estímulo a emprendedores que buscan una oportunidad para introducir novedosos productos en el mercado y satisfacer nuevas necesidades.
- j) *Formación de incubadoras de negocios*: se debe tener en cuenta que una incubadora de negocios está encaminada hacia el aprovechamiento intelectual y el talento en negocios que toda persona tiene, en este aspecto es imperativo la creación de proyectos que promulguen la creación de empresas desde su

²³ Dávalos, María Verónica; Baus Christian. Diagnóstico de la pequeña y mediana industria. Instituto de investigaciones Socio – Económicas y Tecnológicas INSOTEC. Quito marzo del 2002.

fase inicial y a la vez capacitar de manera eficiente a emprendedores para que tengan una organización que permita el desarrollo de esta nueva empresa.

- k) *Aprovechar acuerdos internacionales*: al tener nuevas relaciones con otros países no sólo de la región sino de otros continentes, se debe plantear una agenda que tramite el apoyo hacia el sector de las pymes, y ellas deben realizar una planificación adecuada de sus acciones en el mercado para poder acceder a esta ayuda, con lo que se mejoraría el funcionamiento del sector.
- l) *Utilización del comercio electrónico*: brindar alternativas de incursión el mercado es una estrategia que puede ayudar a las pymes a reducir costos y a la vez captar la atención de nuevos consumidores.
- m) *Pasantías*: una forma de capacitar a un grado de excelencia no sólo a los empresarios, sino también, a los facilitadores de créditos para pymes es a través de un aprendizaje por medio de una pasantía en instituciones con mayor experiencia en el tema ya sean nacionales o internacionales.

2.1.6. Políticas de fomento a las pymes.

El desarrollo de las pymes como gestoras de empleo y por su crecimiento en la aportación al PIB ha permitido que instituciones estatales y privadas comiencen a tomar en cuenta a este sector como un mercado con gran potencial, pese a la falta de apoyo que ha tenido en todos estos años.

Las entidades encargadas del desarrollo de pequeñas y medianas empresas no sólo en Ecuador, sino a nivel de América Latina, no han tenido éxito en la aplicación de estrategias y políticas que faciliten el acceso al mercado de estas empresas, más bien la organización y la emisión de este tipo de políticas se han convertido en una herramienta novedosa para la planificación económica estatal. En este sentido existen otros agentes económicos que tampoco han dado su apoyo a la evolución de este sector, como es el caso de la banca, que ha concentrado su crédito en el consumo.

En el país las políticas de apoyo a las pymes aún son difusas y no permiten una acción concreta que ayude a su desarrollo, ya que gran cantidad de éstas están relacionadas de manera directa con la ayuda social, y no se tiene a las pymes como un sector empresarial competitivo.

El anterior gobierno, por ejemplo, tenía como Agenda Social Básica cuatro ejes²⁴:

- a) Red de apoyo social; subsidios monetarios a familias pobres.
- b) Programas para sectores vulnerables
- c) Provisión de servicios universales de educación y salud.
- d) Modelos de generación de empleo y microfinanciamiento

Esta agenda si bien tomaba en cuenta al sector no se le daba un rango de importancia alto dentro del esquema, y la política era muy general para obtener un apoyo eficiente.

Con el actual gobierno, se comienzan a tener políticas que van más hacia el desarrollo del sector y que ya atacan a problemas claramente identificados sobre este sector. Entre las políticas más importantes se destacan:

*Observatorio para las pymes

* Incentivar la importación de materias primas mediante la asociatividad de empresarios con perfiles similares

* Líneas de crédito para la pequeñas y mediana empresa por medio de instituciones estatales como la Corporación Financiera Nacional o el Banco Nacional de Fomento.

* 70 Millones de dólares para el sistema nacional de Microfinanzas.

Adicionalmente se tiene como política estatal, el apoyo a las pymes en cuatro ejes fundamentales:

1) Educación y capacitación:

- a) Desarrollar un programa nacional de educación en conjunto con Universidades y Escuelas Politécnicas, que permitan el desarrollo de nuevos emprendimientos por medio del acceso a información y capacitación adecuada.

²⁴ Dávalos, María Verónica; Baus Christian. Diagnóstico de la pequeña y mediana industria. Instituto de investigaciones Socio – Económicas y Tecnológicas INSOTEC. Quito marzo del 2002.

- b) Desarrollar espíritus emprendedores en estudiantes mediante el uso de recursos económicos y tecnológicos que estimulen sus visiones de negocios.
 - c) Utilizar nuevos modelos pedagógicos que procuren una educación vivencial y permitan desarrollar las ideas de negocios en el mercado de manera más real y efectiva.
 - d) Mantener al personal docente totalmente capacitado y evaluarlo con la finalidad de que sean capaces de transmitir a los estudiantes un espíritu emprendedor y motivador así como los conocimientos necesarios para que tengan un desempeño adecuado dentro del desarrollo de su empresa.
- 2) Apoyo administrativo
- a) En alianza con las Cámaras de la Producción, las Universidades y Escuelas Politécnicas, Gobiernos seccionales, ONGs, se establecerán programas concretos para la creación y fomento de nuevas empresas, ideadas y gestionadas por emprendedores, empresas que comercializaran productos y servicios innovadores con alto porcentaje de valor agregado.
 - b) Se simplificarán los trámites para la creación de pymes tanto en el acceso a financiamiento como en la obtención de capacitación adecuada.
 - c) Se establecerá un programa de promoción de las exportaciones de productos y servicios innovadores desarrollados por estas pymes innovadoras.
 - d) En alianza con los sectores productivos y los gobiernos seccionales, se desarrollará un Programa que ofrezca asesoría y asistencia técnica a las iniciativas de creación de nuevos negocios, durante los tres primeros años de funcionamiento mediante el desarrollo y fomento a Incubadoras de Empresas, Parques Tecnológicos, capital semilla.
- 3) Apoyo económico-financiero
- a) Establecimiento de mecanismos justos para que los emprendedores y las pymes que lo requieran puedan acceder a créditos preferenciales y puedan renegociar sus deudas.
 - b) Creación de un fondo de “Capital de Riesgo” , mediante el cual se podrá optar para obtener recursos utilizables para investigar la viabilidad técnica, económica y financiera de los diferentes prototipos de productos,

servicios o procesos que se produzcan dentro de los procesos de preincubación e incubación empresarial.

- c) Creación de un fondo para fortalecer los “capitales semilla” que se creen en las Universidades y Escuelas Politécnicas, Gobiernos seccionales, Cámaras de la Producción, ONGs, etc. Por cada dólar de contraparte, este Fondo proveerá un dólar adicional.
 - d) Uso de sistemas de garantías para los emprendedores y las pymes, aportando recursos para la creación de fondos de garantía regionales y/o sociedades de garantías recíprocas.
 - e) Creación de un fondo, el “Ecuador Emprendedor” que entregara recursos para propuestas innovadoras de “base tecnológica” gestionadas por egresados de las Universidades y Escuelas Politécnicas. Este fondo estará orientado a facilitar el Capital de Trabajo necesario para el inicio operacional de las diferentes empresas incubadas.
- 4) Apoyo tecnológico
- a) Masificación del acceso de las pymes al uso de nuevas tecnologías, las TICs y redes digitales.
 - b) Apoyo a las iniciativas de las Universidades y Escuelas Politécnicas, asociadas con los gobiernos seccionales y las Cámaras de la producción para la creación de Incubadoras de Empresas y Parques Tecnológicos.

2.1.7. La cooperación internacional.

Existen diversos planes de apoyo hacia las pymes patrocinados por diversas organizaciones internacionales, sin embargo el acceso a ellos es limitado debido a la poca promoción e información que se tienen sobre los mismos. Entre las iniciativas más importantes se encuentran:

- a) Oportunidades para la mayoría: Micros, pequeñas y medianas empresas (BID).
- b) PNUD, apoyo a pymes ubicadas en las fronteras (NNUU).
- c) UNIDO, apoyo a pymes (NNUU).

- d) Diseño e implantación de tiendas virtuales para pymes con potencial exportador de la región de Quito – Pichincha (ALADI).
- e) Al Invest III, fomento de contactos entre pymes europeas y latinoamericanas (Unión Europea).
- f) Programa de servicios de desarrollo empresarial (Swisscontact).
- g) Fondo de concesión de microcréditos (AECI – Agencia Española de Cooperación Internacional).

2.2. Marco Teórico – Conceptual.

2.2.1. Apalancamiento financiero.

2.2.1.1. Definición.

El apalancamiento financiero es el efecto que introduce el endeudamiento sobre la rentabilidad de los capitales propios. La variación resulta más que proporcional que la que se produce en la rentabilidad de las inversiones. La condición necesaria para que se produzca el apalancamiento amplificador es que la rentabilidad de las inversiones sea mayor que el tipo de interés de las deudas.

Se denomina apalancamiento a la posibilidad de financiar determinadas compras de activos sin la necesidad de contar con el dinero de la operación en el momento presente²⁵.

Es un indicador del nivel de endeudamiento de una organización en relación con su activo o patrimonio. Consiste en utilización de la deuda para aumentar la rentabilidad esperada del capital propio. Se mide como la relación entre deuda a largo plazo más capital propio.

Se considera como una herramienta, técnica o habilidad del administrador, para utilizar el costo por el interés financieros para maximizar utilidades netas por efecto de los cambios en las utilidades de operación de una empresa, es decir, los intereses por préstamos actúan como una palanca, contra la cual las

²⁵ Mesa, Jesús de la Caridad. “Apalancamiento Financiero”. www.monografias.com

utilidades de operación trabajan para generar cambios significativos en las utilidades netas de una empresa.

En resumen, se debe entender por apalancamiento financiero, la utilización de fondos obtenidos por préstamos a un costo fijo máximo, para maximizar utilidades netas de una empresa.

2.2.1.2. Clasificación.

El apalancamiento financiero puede ser:

Apalancamiento Financiero positivo: Cuando la obtención de fondos proveniente de préstamos es productiva, es decir, cuando la tasa de rendimiento que se alcanza sobre los activos de la empresa, es mayor a la tasa de interés que se paga por los fondos obtenidos en los préstamos.

Apalancamiento Financiero Negativo: Cuando la obtención de fondos provenientes de préstamos es improductiva, es decir, cuando la tasa de rendimiento que se alcanza sobre los activos de la empresa, es menor a la tasa de interés que se paga por los fondos obtenidos en los préstamos.

Apalancamiento Financiero Neutro: Cuando la obtención de fondos provenientes de préstamos llega al punto de indiferencia, es decir, cuando la tasa de rendimiento que se alcanza sobre los activos de la empresa, es igual a la tasa de interés que se paga por los fondos obtenidos en los préstamos.

2.2.1.3. Riesgo financiero.

Frente al apalancamiento financiero la empresa se enfrenta al riesgo de no poder cubrir los costos financieros, ya que a medida que aumentas los cargos fijos, también aumenta el nivel de utilidad antes de impuestos e intereses para cubrir los costos financieros.

El aumento del apalancamiento financiero ocasiona un riesgo creciente, ya que los pagos financieros mayores obligan a la empresa a mantener un nivel alto de utilidades para continuar con la actividad productiva y si la empresa no puede cubrir estos pagos, puede verse obligada a cerrar por aquellos acreedores cuyas reclamaciones estén pendientes de pago

Se tiene que decir cuál es el nivel aceptable de riesgo financiero, tomando en cuenta que el incremento de los intereses financieros, está justificado cuando aumenten las utilidades de operación y utilidades por acción, como resultado de un aumento en las ventas netas.

2.2.1.4. Grado de apalancamiento financiero.

Es una medida cuantitativa de la sensibilidad de las utilidades por acción de una empresa, el cambio de las utilidades operativas de la empresa es conocida como el GAF. El GAF a un nivel de utilidades operativas en particular es siempre el cambio porcentual en la utilidad operativa que causa el cambio en las utilidades por acción

Con frecuencia se sostiene que el financiamiento por acciones preferentes es de menor riesgo que el financiamiento por deuda de la empresa emisora. Quizás esto es verdadero respecto al riesgo de insolvencia del efectivo pero el GAF dice que la variedad relativa del cambio porcentual en las utilidades por acción (UPA) será mayor bajo el convenio de acciones preferentes, si todos los demás permanecen igual. Naturalmente esta discusión conduce al tema del riesgo financiero y su relación con el grado de apalancamiento financiero.

En forma similar al apalancamiento de operación, el grado de apalancamiento financiero mide el efecto de un cambio en una variable sobre otra variable. El Grado de Apalancamiento Financiero (GAF) se puede definir como el porcentaje de cambio en las utilidades por acción (UPA) como consecuencia de un cambio porcentual en las utilidades antes de impuestos e intereses (UAI)²⁶.

2.2.1.5. Apalancamiento total.

Es el reflejo en el resultado de los cambios en las ventas sobre las utilidades por acción de la empresa, por el producto del apalancamiento de operación y financiero²⁷.

²⁶ Mesa, Jesús de la Caridad. “Apalancamiento Financiero”. www.monografias.com

²⁷ Ortiz Gómez Alberto, Gerencia Financiera, Mc Graw - Hill

Si una empresa tiene un alto grado de apalancamiento operativo, su punto de equilibrio es relativamente alto, y los cambio en el nivel de las ventas tienen un impacto amplificado o apalancado sobre las utilidades. En tanto que el apalancamiento financiero tiene exactamente el mismo tipo de efecto sobre las utilidades; cuanto más sea el factor de apalancamiento, más altos será el volumen de las ventas del punto de equilibrio y más grande será el impacto sobre las utilidades provenientes de un cambio dado en el volumen de las ventas.

2.2.1.6.Riesgo total.

Es el peligro o inseguridad de no estar en condiciones o capacidad de cubrir el producto del riesgo de operación y riesgo financiero.

El efecto combinado de los apalancamientos de operación y financiero, se denomina apalancamiento total, el cual esta relacionado con el riesgo total de la empresa.

En conclusión, entre mayor sea el apalancamiento operativo y financiero de la empresa mayor será el nivel de riesgo que esta maneje.

2.2.1.7.Razones de apalancamiento.

Las razones de apalancamiento, que miden las contribuciones de los propietarios comparadas con la financiación proporcionada por los acreedores de la empresa, tienen algunas consecuencias.

Primero, examinan el capital contable, o fondos aportados por los propietarios, para buscar un margen de seguridad. Si los propietarios han aportado sólo una pequeña proporción de la financiación total. Los riesgos de la empresa son asumidos principalmente por los acreedores.

Segundo, reuniendo fondos por medio de la deuda, los propietarios obtienen los beneficios de mantener el control de la empresa con una inversión limitada.

Tercero, si la empresa gana más con los fondos tomados a préstamo que lo que paga de interés por ellos, la utilidad de los empresarios es mayor.

En el primer caso, cuando el activo gana más que el costo de las deudas, el apalancamiento es favorable; en el segundo es desfavorable.

Las empresas con razones de apalancamiento bajas tienen menos riesgos de perder cuando la economía se encuentra en una recesión, pero también son menores las utilidades esperadas cuando la economía está en auge. En otras palabras, las empresas con altas razones de apalancamiento corren el riesgo de grandes pérdidas, pero tienen también, oportunidad de obtener altas utilidades.

Las perspectivas de grandes ganancias son convenientes, pero los inversionistas son reacios en correr riesgos. Las decisiones acerca del uso del equilibrio deben comparar las utilidades esperadas más altas con el riesgo acrecentado.

En la práctica, el apalancamiento se alcanza de dos modos. Un enfoque consiste en examinar las razones del balance general y determinar el grado con que los fondos pedidos a préstamo han sido usados para financiar la empresa. El otro enfoque mide los riesgos de la deuda por las razones del estado de perdidas y ganancias que determinan el número de veces que los cargos fijos están cubiertos por las utilidades de operación. Estas series de razones son complementarias y muchos analistas examinan ambos tipos de razones de apalancamiento.

2.2.2. Análisis financiero.

2.2.2.1. Concepto.

Para tener claridad acerca del tema es indispensable conocer que un análisis “es la descomposición de un todo en partes para conocer cada uno de los elementos que lo integran para luego estudiar los efectos que cada uno realiza”²⁸, por consiguiente el análisis de los estados financieros es el proceso de evaluación del área financiera de la empresas, tanto de información pasada como presente, con la finalidad de poder establecer estimaciones y posibles predicciones futuras.

²⁸ León, Evelyn. Análisis de los estados financieros. www.gestiopolis.com

Para la realización de un análisis financiero adecuado es indispensable conocer el modelo contable y además las herramientas de análisis financiero que permitan evaluar e identificar las relaciones y factores financieros y operativos.

La interpretación de los estados financieros “es la transformación de la información de los presentada en los mismos a una forma que permita utilizarla para conocer la situación financiera y económica de una empresa para facilitar la toma de decisiones”²⁹.

Ambos términos permiten comprender la importancia de este proceso dentro de las finanzas de una empresa y a la vez y el énfasis que se le debe dar el momento de la toma de decisiones.

2.2.2.2.Finalidad e importancia del análisis financiero.

Es un componente indispensable de la mayor parte de las decisiones sobre préstamo, inversión y otras cuestiones próximas.

La importancia del análisis de estados financieros radica en que facilita la toma de decisiones a los inversionistas o terceros que estén interesados en la situación económica y financiera de la empresa.

Es el elemento principal de todo el conjunto de decisión que interesa al responsable de préstamo o el inversor en bonos. Su importancia relativa en el conjunto de decisiones sobre inversión depende de las circunstancias y del momento del mercado.

2.2.2.3.Objetivos de los estados financieros.

- a) Proporcionar información útil a inversores y otorgantes de crédito para predecir, comparar y evaluar los flujos de tesorería.
- b) Proporcionar a los usuarios información para predecir, comparar y evaluar la capacidad de generación de beneficios de una empresa.

“La estructura conceptual del FASB (Financial Accounting Standards Board) cree que las medidas proporcionadas por la contabilidad y los informes financieros son esencialmente cuestión de criterio y opinión personal”³⁰.

²⁹ León, Evelyn. Análisis de los estados financieros. www.gestiopolis.com

³⁰ León, Evelyn. Análisis de los estados financieros. www.gestiopolis.com

2.2.2.4. Los estados financieros.

Los estados financieros deben claros y comprensibles para que permitan juzgar los resultados de operación, la situación financiera de la entidad, los cambios en su situación financiera y las modificaciones en su capital contable, así como brindar a gerencia toda la información y herramientas suficientes a gerencia para que a través de ello se puedan tomar decisiones adecuadas y efectivas que solucionen los diferentes problemas que se tengan.

El producto final del proceso contable es presentar información financiera para que los diversos usuarios de los estados financieros puedan tomar decisiones, ahora la información financiera que dichos usuarios requieren se centra primordialmente en la:

- Evaluación de la situación financiera
- Evaluación de la rentabilidad y
- Evaluación de la liquidez

La contabilidad considera 3 informes básicos que debe presentar todo negocio. El estado de situación financiera o Balance General cuyo fin es presentar la situación financiera de un negocio; el Estado de Resultados que pretende informar con relación a la contabilidad del mismo negocio y el estado de flujo de efectivo cuyo objetivo es dar información acerca de la liquidez del negocio.

2.2.2.4.1. Balance general.

El estado de situación financiera también conocido como Balance General presenta en un mismo reporte la información para tomar decisiones en las áreas de inversión y de financiamiento. Es el informe financiero que muestra el importe de los activos, pasivos y capital, en una fecha específica. El estado muestra lo que posee el negocio, lo que debe y el capital que se ha invertido.

El balance de una empresa presenta la siguiente estructura:

<u>Activo</u>	<u>Pasivo</u>
Activo circulante	Pasivo circulante
Activo Fijo	Pasivo fijo
Otros activos	Otros pasivos
	<u>Capital contable</u>
Total activo	Total pasivo y capital

La cuenta Activo es el conjunto o segmento cuantificable, de los beneficios económicos futuros fundamentalmente esperados y controlados por una entidad, representados por efectivo, derechos, bienes o servicios, como consecuencia de transacciones pasadas o de otros eventos ocurridos identificables y cuantificables en unidades monetarias.

El Pasivo representa los recursos de que dispone una entidad para la realización de sus fines, que han sido aportados por las fuentes externas de la entidad (acreedores), derivada de transacciones o eventos económicos realizados, que hacen nacer una obligación presente de transferir efectivo, bienes o servicios; virtualmente ineludibles en el futuro, que reúnan los requisitos de ser identificables y cuantificables, razonablemente en unidades monetarias.

Capital contable es el derecho de los propietarios sobre los activos netos que surge por aportaciones de los dueños, por transacciones y otros eventos o circunstancias que afectar una entidad y el cual se ejerce mediante reembolso o distribución.

El orden en el que se presentan las cuentas es:

Activo: las cuantas se recogen de mayor a menor liquidez

Pasivo: el orden es de mayor a menor grado de exigencia.

Formato del balance general:

1. Encabezado (nombre del negocio, título del estado financiero, fecha, moneda)
2. Título para el activo
3. Subclasificaciones del activo
4. Total de activo
5. Título para pasivo
6. Subclasificación del pasivo
7. Total de pasivos
8. Título para el capital
9. Detalles de cambio en el capital
10. Total de pasivo y capital

2.2.2.4.2. Estado de resultados.

Trata de determinar el monto por el cual los ingresos contables superan a los gastos contables, al remanente se le llama resultado, el cual puede ser positivo o negativo.

Si es positivo se le llama utilidad y si es negativo se le denomina pérdida.

El formato del estado de resultados se compone de:

1. Encabezado
2. Sección de ingresos
3. Sección de gastos
4. Saldo de utilidad neta o pérdida neta.

Si los ingresos son mayores que los gastos la diferencia se llama utilidad neta, la utilidad neta aumenta el capital, pero si los gastos son mayores que los ingresos, la compañía habría incurrido en una pérdida neta, consecuentemente habrá una disminución en la cuenta de capital.

2.2.2.4.3. Estado de flujo de efectivo.

Es un informe que incluye las entradas y salidas de efectivo para así determinar el saldo final o el flujo neto de efectivo, factor decisivo para evaluar la liquidez de un negocio.

El estado de flujo de efectivo es un estado financiero básico que junto con el balance general y el estado de resultados proporcionan información acerca de la situación financiera de un negocio.

Ilustración simplificada del estado de flujo de efectivo:

Saldo inicial

(+) Entradas de efectivo

(-) Salidas de efectivo

(=) Saldo final de efectivo (excedente o faltante)

Los estados financieros deben reflejar una información financiera que ayude al usuario a evaluar, valorar, predecir o confirmar el rendimiento de una inversión y el nivel percibido de riesgo implícito.

2.2.2.5. Razones financieras.

El análisis de razones evalúa el rendimiento de la empresa mediante métodos de cálculo e interpretación de razones financieras. La información básica para el análisis de razones se obtiene del estado de resultados y del balance general de la empresa. El análisis de razones de los estados financieros de una empresa es importante para sus accionistas, sus acreedores y para la propia gerencia.

2.2.2.5.1. Tipos de comparaciones de razones financieras.

El análisis de razones no es sólo la aplicación de una fórmula a la información financiera para calcular una razón determinada; es más importante la interpretación del valor de la razón.

Existen dos tipos de comparaciones de razones:

1. Análisis de corte transversal

Implica la comparación de las razones financieras de diferentes empresas al mismo tiempo. Este tipo de análisis, denominado referencia (benchmarking), compara los valores de las razones de la empresa con los de un competidor importante o grupo de competidores, sobre todo para identificar áreas con oportunidad de ser mejoradas. Otro tipo de comparación importante es el que se realiza con los promedios industriales. Es importante que el analista investigue desviaciones significativas hacia cualquier lado de la norma industrial.

El análisis de razones dirige la atención sólo a las áreas potenciales de interés; no proporciona pruebas concluyentes de la existencia de un problema.

2. Análisis de serie de tiempo

Evalúa el rendimiento financiero de la empresa a través del tiempo, mediante el análisis de razones financieras, permite a la empresa determinar si progresa según lo planeado. Las tendencias de crecimiento se observan al comparar varios años, y el conocerlas ayuda a la empresa a prever las operaciones futuras. Al igual que en el análisis de corte transversal, es necesario evaluar cualquier cambio significativo de una año a otro para saber si constituye el síntoma de un problema serio.

3. Análisis combinado

Es la estrategia de análisis que ofrece mayor información, combina los análisis de corte transversal y los de serie de tiempo. Permite evaluar la tendencia de comportamiento de una razón en relación con la tendencia de la industria.

2.2.2.5.2. Categorías de razones financieras.

Las razones financieras se dividen por conveniencia en cuatro categorías básicas:

- Razones de liquidez
- Razones de actividad
- Razones de deuda
- Razones de rentabilidad

2.2.2.6. Análisis de la liquidez.

Refleja la capacidad de una empresa para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo conforme se vencen. La liquidez se refiere a la solvencia de la posición financiera general de la empresa, es decir, la facilidad con la que paga sus facturas.

Capital de trabajo neto.

En realidad no es una razón, es una medida común de la liquidez de una empresa. Se calcula de la manera siguiente:

$$\text{Capital de trabajo neto} = \text{Activo circulante} - \text{Pasivo circulante}$$

Razón circulante.

Determina la capacidad de la empresa para cumplir sus obligaciones a corto plazo, se expresa de la manera siguiente:

$$\text{Razón circulante} = \text{Activo Circulante} / \text{Pasivo Circulante}$$

Importante: Siempre que la razón circulante de una empresa sea 1 el capital de trabajo neto será 0.

Razón rápida (prueba del ácido)

Es similar a la razón circulante, excepto por que excluye el inventario, el cual generalmente es el menos líquido de los Activos circulantes, debido a dos factores que son:

- a) Muchos tipos de inventarios no se venden con facilidad.
- b) El inventario se vende normalmente al crédito, lo que significa que se transforma en una cta. por cobrar antes de convertirse en dinero.

Se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Razón Rápida} = (\text{Activo Circulante} - \text{Inventario}) / \text{Pasivo Circulante}$$

La razón rápida proporciona una mejor medida de la liquidez generalmente sólo cuando el inventario de una empresa no tiene la posibilidad de convertirse en efectivo con facilidad. Si el inventario es líquido, la Razón Circulante es una medida aceptable de la liquidez general.

2.2.2.7. Análisis de la actividad.

Miden la velocidad con que diversas cuentas se convierten en ventas o efectivo. Con respecto a las cuentas corrientes, las medidas de liquidez son generalmente inadecuadas, porque las diferencias en la composición de las cuentas corrientes de una empresa afectan de modo significativo su verdadera liquidez.

Rotación de inventarios

Mide la actividad, o liquidez, del inventario de una empresa.

Se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Rotación de inventarios} = \text{Costo de ventas} / \text{Inventario}$$

La rotación resultante sólo es significativa cuando se compara con la de otras empresas de la misma industria o con una rotación de inventarios anterior de la empresa.

La rotación de inventarios se puede convertir con facilidad en una duración promedio del inventario al dividir 360 (el número de días de un año) entre la rotación de inventarios. Este valor también se considera como el número promedio de días en que se vende el inventario.

Período promedio de cobro

Se define como la cantidad promedio de tiempo que se requiere para recuperar las cuentas por cobrar.

Se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Período promedio de cobro} = \text{Cuentas por cobrar} / \text{Ventas promedio por día}$$

$$\text{Período promedio de cobro} = \text{Cuentas por cobrar} * 360 / \text{Ventas anuales}$$

El período promedio de cobro es significativo sólo en relación con las condiciones de crédito de la empresa.

Período promedio de pago

Es la cantidad promedio de tiempo que se requiere para liquidar las cuentas por pagar. Se calcula de manera similar al período promedio de cobro:

$$\text{Período promedio de pago} = \text{Cuentas por pagar} / \text{Compras promedio por día}$$

$$\text{Período promedio de pago} = \text{Cuentas por pagar} * 360 / \text{Compras Anuales}$$

La dificultad para calcular esta razón tiene su origen en la necesidad de conocer las compras anuales (un valor que no aparece en los estados financieros publicados). Normalmente, las compras se calculan como un porcentaje determinado del costo de los productos vendidos.

Esta cifra es significativa sólo en relación con las condiciones de crédito promedio concedidas a la empresa. Los prestamistas y los proveedores potenciales de crédito comercial se interesan sobre todo en el período promedio de pago porque les permite conocer los patrones de pago de facturas de la empresa.

Rotación de los activos totales

Indica la eficiencia con la que la empresa utiliza sus activos para generar ventas. Por lo general, cuanto mayor sea la rotación de activos totales de una empresa, mayor será la eficiencia de utilización de sus activos. Esta medida es quizá la más importante para la gerencia porque indica si las operaciones de la empresa han sido eficientes en el aspecto financiero. Se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Rotación de activos totales} = \text{Ventas} / \text{Activos Totales}$$

Una advertencia con respecto al uso de esta razón se origina del hecho de que una gran parte de los activos totales incluye los costos históricos de los activos fijos. Puesto que algunas empresas poseen activos más antiguos o más recientes que otras, pueden ser engañosa la comparación de la rotación de los activos totales de dicha empresa. Debido a la inflación y a los valores contables de activos históricos, las empresas con activos más recientes tendrán rotaciones menores que las empresas con activos más antiguos. Las diferencias en estas medidas de rotación podrían ser el resultado de activos más costosos y no de eficiencias operativas. Por tanto el gerente de finanzas debe ser cauteloso al usar esta razón de corte transversal.

2.2.2.8. Análisis de la deuda.

El nivel de deuda de una empresa indica la cantidad de dinero prestado por otras personas que se utiliza para tratar de obtener utilidades. Cuanto mayor sea la deuda que la empresa utiliza en relación con sus activos totales, mayor será el apalancamiento financiero.

Razón de deuda

Mide la proporción de los activos totales financiados por los acreedores de la empresa, cuanto más alta sea esta razón, mayor será la cantidad de dinero prestado por terceras personas que se utiliza para tratar de generar utilidades.

$$\text{Razón de deuda} = \frac{\text{Pasivos totales}}{\text{Activos totales}}$$

Razón de la capacidad de pago de intereses

Mide la capacidad de la empresa para efectuar pagos de intereses contractuales, es decir, para pagar su deuda. Cuanto menor sea la razón, mayor será el riesgo tanto para los prestamistas como para los propietarios.

$$\text{Razón de la capacidad de pago de intereses} = \frac{\text{Utilidad antes de intereses e impuestos}}{\text{Intereses}}$$

2.2.2.9. Análisis de la rentabilidad.

Existen muchas medidas de rentabilidad, la cual relaciona los rendimientos de la empresa con sus ventas, activos o capital contable.

Estados de resultados de formato común

Son aquellos en los que cada partida se expresa como un porcentaje de las ventas, son útiles especialmente para comparar el rendimiento a través del tiempo.

Margen de utilidad bruta

Mide el porcentaje de cada dólar de ventas que queda después de que la empresa pagó sus productos.

$$\text{Margen de utilidad bruta} = \frac{\text{Ventas} - \text{Costo de ventas}}{\text{Ventas}} = \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas}}$$

Margen de utilidad operativa

Calcula el porcentaje de cada dólar de ventas que queda después de deducir todos los costos y gastos, incluyendo los intereses e impuestos. Se usa comúnmente para medir el éxito de la empresa en relación con las utilidades sobre las ventas. Cuanto mayor sea, mejor.

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{\text{Utilidad neta después de impuestos}}{\text{Ventas}}$$

Rendimiento sobre los activos

Determina la eficacia de la gerencia para obtener utilidades con sus activos disponibles; también conocido como rendimiento sobre la inversión. Cuanto más alto sea mejor.

$$\text{Rendimiento sobre los activos} = \frac{\text{Utilidad neta después de impuestos}}{\text{Activos Totales}}$$

Rendimiento sobre el capital contable

Estima el rendimiento obtenido de la inversión de los propietarios en la empresa. Cuanto mayor sea el rendimiento mejor para los propietarios.

$$\text{Rendimiento sobre el capital contable} = \frac{\text{Utilidad neta después de impuestos}}{\text{Capital contable}}$$

2.2.2.10. Sistema de análisis Du Pont

El sistema DuPont fusiona el estado de resultados y el balance general en dos medidas sumarias de rentabilidad: el rendimiento sobre los activos (RSA) y el rendimiento sobre el capital contable (RSC).

Este sistema reúne el margen de utilidad neta, que mide la rentabilidad de la empresa en ventas, con su rotación de activos totales, que indica la eficiencia con que la empresa utilizó sus activos para generar ventas.

$$\text{RSA} = \frac{\text{Utilidad neta después de imp.}}{\text{Ventas}} \times \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos totales}} = \frac{\text{Utilidad neta después de imp.}}{\text{Activos totales}}$$

$$\text{RSC} = \frac{\text{Utilidad neta después de imp.}}{\text{Activos totales}} \times \frac{\text{Activos totales}}{\text{Capital contable}} = \frac{\text{Utilidad neta después de imp.}}{\text{Capital contable}}$$

2.2.3. *El crédito.*

“El crédito básicamente consiste en la entrega de un bien presente a cambio de la promesa de su restitución o pago futuro”³¹.

En este sentido se puede decir que cuando se celebra un contrato, una de las partes, el prestamista o acreedor hace una prestación a la otra parte, y el prestatario o deudor,

³¹ s/a. www.abcpymes.com

a cambio de ella, formula la promesa de efectuar una contraprestación diferida en el tiempo, en bienes o en servicios.

Cuando se inicia un negocio es bastante común que se necesite algún financiamiento. Los fondos requeridos pueden ser aplicados para la compra de inmuebles, maquinarias o equipos para la producción de un bien, para adquirir materia prima o insumos de fabricación, o como capital de trabajo para cubrir el período de tiempo entre lo que se compra y los ingresos por la venta de los productos o servicios.

Antes de asumir compromisos financieros es importante evaluar cuidadosamente cuál es el monto necesario, la oportunidad de tomar el crédito, las condiciones que ofrecen las distintas fuentes de financiamiento y principalmente se debe analizar cómo quedará la composición del pasivo de la empresa. Esto último tiene relación con el perfil de las obligaciones de corto, mediano y largo plazo, y las posibilidades de cubrir sin contratiempos las deudas contraídas.

Por eso es necesario ser muy cauteloso en la elección de los instrumentos de financiamiento que resulten más apropiados para cada necesidad planteada.

El Estado, tanto nacional o provincial, puede ofrecer alternativas de financiamiento, a partir de sus políticas de apoyo a las micro y pequeñas empresas.

Generalmente son programas que tienden a dar soporte a la inversión en bienes de capital, activos de trabajo, incorporación de procesos de calidad e innovación tecnológica. Los créditos se otorgan a tasas de interés subsidiadas, notablemente inferiores a la que ofrecen los Bancos Privados.

También el Estado dispone de planes de apoyo a las exportaciones mediante la instrumentación de créditos para la prefinanciación de exportaciones destinado a determinados sectores. Brinda información sobre la demanda externa, ferias y exposiciones, oportunidades comerciales y todo lo relativo a la inserción de las pymes en los negocios internacionales.

Las empresas pueden acceder al financiamiento por parte del Estado a través de programas de capacitación y asesoramiento gratuitos o arancelados. Estos últimos tienen la particularidad de que el monto del servicio puede ser descontado en parte o en su totalidad, de los tributos que debe pagar la empresa.

Uno de los inconvenientes que tienen los pequeños empresarios para acceder al crédito, es la dificultad para presentar garantías que respalden la operación. En algunos países, el Gobierno responde a esta preocupación creando lo que se

denominan “Sociedades de Garantía Recíproca” (SGR), para brindar asesoramiento técnico, económico y financiero.

Estas sociedades tienen dos tipos de socios: los protectores o patrocinantes que pueden ser personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, nacionales o extranjeras; que realizan los aportes de capital social al fondo de riesgo (SGR) y los partícipes o patrocinados que son los titulares de las pequeñas empresas (sean personas físicas o jurídicas) constituyen los demandantes de la garantía para presentar a las entidades financieras.

La garantía le brinda al banco el respaldo para otorgar préstamos con un riesgo prácticamente nulo y se puede acceder a tasas de interés más bajas.

Los Bancos representan una de las principales fuentes de financiación externa para las pymes, en particular cuando superaron la etapa de iniciación y las utilidades no son suficientes para autofinanciarse.

Muchas veces las empresas están limitadas en su capacidad de obtener préstamos, porque el valor de sus activos o el monto de su capital societario, no cubre los requisitos de Patrimonio Computable en relación al crédito solicitado.

Las entidades financieras consideran las solicitudes de crédito a partir de la apertura de un legajo por cada demandante. Deben llevar un registro por cada deudor que integre su cartera, y reunir los elementos de juicio necesarios para realizar las evaluaciones y clasificaciones correspondientes y dejar constancia de dichas revisiones y clasificaciones una vez asignadas.

Información general

Los requerimientos que se enumeran a continuación pueden estar incluidos en la propia solicitud del crédito, y se deberá tener en cuenta al solo efecto ilustrativo, dado que cada entidad tiene implementado su propio sistema operativo comercia³².

- * Nombre del cliente (persona física o empresa)
- * Dirección
- * Características societarias, en el caso de personas jurídicas
- * Actividad de la empresa
- * Información accionaria
- * Información sobre el manejo y toma de decisiones en la empresa

³² s/a. www.abcpymes.com

- * Composición del Directorio y la Gerencia
- * Antecedentes históricos de la empresa
- * Objetivos
- * Plan estratégico
- * Presupuestos económicos y financieros
- * Problemas actuales que enfrenta la empresa
- * Características del negocio
 - Tipo de productos que fabrica o comercializa
 - Marcas y patentes
 - Organización de la producción
 - Políticas de precios
 - Canales de distribución
 - Mercado que atiende
 - Competencia
 - Ventajas con respecto a la competencia
 - Cartera de clientes
- * Política de inversiones
- * Política de dividendos
- * Relaciones con entidades financieras

Documentación

Para la apertura del legajo, en la mayoría de los casos, solicitan los siguientes elementos³³:

- * Últimos tres balances certificados, o manifestación de bienes actualizada en caso de que se trate de una persona física.
- * Detalle de venta mensual histórica de balance presentado.
- * Detalle de venta mensual proyectada.
- * Detalle de deudas bancarias y financieras. No debe poseer deuda exigible por motivos impositivos o previsionales, al momento de la calificación.
- * Manifestación de bienes de los socios.
- * Seguros Patrimoniales o de Vida (si es una empresa unipersonal)

³³ s/a. www.abcpymes.com

* Constancias de cumplimiento de las obligaciones previsionales, de acuerdo a las leyes vigentes, en relación a los empleados y como autónomo.

* Declaración jurada del Impuesto a las Ganancias

* Declaración jurada del Impuesto al Valor Agregado

* Declaración jurada del Impuesto sobre los Ingresos Brutos

* En el caso de sociedades de hecho, que no están obligadas legalmente a presentar balances, deben informar el estado de situación patrimonial incluyendo la totalidad de los activos y pasivos afectados a la actividad, adjuntando además el cuadro de resultados, todo firmado por el cliente con carácter de declaración jurada y certificado por un Contador Público. Esta declaración jurada reemplaza al balance y se debe corresponder con la información de las liquidaciones presentadas ante el organismo encargado de recaudar los impuestos.

2.2.3.1. Tasas de interés.

La tasa de interés es el porcentaje al que está invertido un capital en una unidad de tiempo, determinando lo que se refiere como "el precio del dinero en el mercado financiero.

En términos generales, a nivel individual, la tasa de interés (expresada en porcentajes) representa un balance entre el riesgo y la posible ganancia (oportunidad) de la utilización de una suma de dinero en una situación y tiempo determinado. En este sentido, la tasa de interés es el precio del dinero, el cual se debe pagar/cobrar por tomarlo prestado/cederlo en préstamo en una situación determinada. Por ejemplo, si las tasas de interés fueran las mismas tanto para depósitos en bonos del Estado, cuentas bancarias a largo plazo e inversiones en un nuevo tipo de industria, nadie invertiría en acciones o depositaría en un banco. Tanto la industria como el banco pueden ir a la bancarrota, un país no. Por otra parte, el riesgo de la inversión en una empresa determinada es mayor que el riesgo de un banco. Sigue entonces que la tasa de interés será menor para bonos del Estado que para depósitos a largo plazo en un banco privado, la que a su vez será menor que los posibles intereses ganados en una inversión industrial.

De esta manera, desde el punto de vista del Estado, una tasa de interés alta incentiva el ahorro y una tasa de interés baja incentiva el consumo. Esto permite la intervención estatal a fin de fomentar ya sea el ahorro o la expansión, de acuerdo a objetivos macroeconómicos generales.

Dado lo anterior, las tasas de interés "reales" (al público) se fijan en relación a tres factores:

A) La tasa de interés que es fijada por el banco central de cada país para préstamos (del Estado) a los otros bancos o para los préstamos entre los bancos (la tasa entre bancos). Esta tasa corresponde a la política macroeconómica del país (generalmente es fijada a fin de promover el crecimiento económico y la estabilidad financiera). Tasas de interés por bancos al público se basan en esta más un factor que depende de:

B) La situación en los mercados de acciones de un país determinado. Si los precios de las acciones están subiendo, la demanda por dinero (a fin de comprar tales acciones) aumenta, y con ello, la tasa de interés.

C) La relación a la "inversión similar" que el banco habría realizado con el Estado de no haber prestado ese dinero a un privado. Por ejemplo, las tasas fijas de hipotecas están referenciadas con los bonos del Tesoro a 30 años, mientras que las tasas de interés de préstamos circulantes, como las de las tarjetas de crédito, están basadas en los índices Prime y dependen también de las políticas de encaje del Banco Central.

Así, el concepto de "tasa de interés" admite numerosas definiciones, las cuales varían según el contexto en el cual es utilizado. A su vez, en la práctica, se observan múltiples tasas de interés, por lo que resulta difícil determinar una única tasa de interés relevante para todas las transacciones económicas. Las tasas más comunes son:

Tasa de interés activa: Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del banco central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito a los usuarios de los mismos. Son activas porque son recursos a favor de la banca.

Tasa de interés pasiva: Es el porcentaje que paga una institución bancaria a quien deposita dinero mediante cualquiera de los instrumentos que para tal efecto existen.

Tasa de interés preferencial: Es un porcentaje inferior al "normal" o general (que puede ser incluso inferior al costo de fondeo establecido de acuerdo a las políticas del Gobierno) que se cobra a los préstamos destinados a actividades específicas que se

2.2.4. Fuentes de financiamiento.

El capital de trabajo inicial de la empresa deber ser aportado por los propietarios

Al ocurrir una expansión o desarrollo de la empresa, el capital de trabajo adicional con carácter de permanente o regular, también debe ser aportado por los propietarios o bien, ser financiado por medio de préstamos a largo plazo.

El capital de trabajo temporal, puede financiarse a través de préstamos a corto plazo, y es aquel que en la mayoría de las empresas requiere para cubrir sus necesidades de trabajo y de fecha de pago.

Las inversiones permanentes iniciales de la empresa (terrenos, edificios, maquinaria y equipo) deben ser aportados por los propietarios.

Las inversiones permanentes adicionales requeridas para la expansión o desarrollo de la empresa deberán ser aportados por los propietarios generalmente mediante la reinversión de utilidades o bien pueden financiarse por medio de préstamos a largo plazo.

2.2.4.1. Concepto.

“Es la manera de como una entidad puede allegarse de fondos o recursos financieros para llevar a cabo sus metas de crecimiento y progreso”³⁴.

2.2.4.2. Clasificación.

2.2.4.2.1. Capital social común.

Es aquel aportado por los accionistas fundadores y por los que puede intervenir en el manejo de la compañía. Puede intervenir en la administración de la empresa, ya sea en forma directa o bien, por medio de voz y voto en las asambleas generales de accionistas, por si mismo o por medio de representantes individuales o colectivos³⁵.

Principales Características:

Tienen derecho de voz y voto en las asambleas generales de accionistas.

El rendimiento de su inversión depende de la generación de utilidades.

Pueden participar directamente en la administración de la empresa.

En caso de disolución de la sociedad, recuperarán su inversión luego de los acreedores y después de los accionistas preferentes hasta donde alcance el capital contable en relación directa a la aportación de cada accionista.

³⁴ Colohua Xotlanihua, Néstor. “Finanzas Públicas: fuentes de financiamiento a largo plazo”.
www.gestiopolis.com

³⁵ Colohua Xotlanihua, Néstor. “Finanzas Públicas: fuentes de financiamiento a largo plazo”.
www.gestiopolis.com

Participa de las utilidades de la empresa en proporción directa a la aportación de capital.

Es responsable por lo que suceda en la empresa hasta por el monto de su aportación accionaria.

Recibirá el rendimiento de su inversión (dividendos) sólo si la asamblea general de accionistas decreta el pago de dividendos.

Casi nunca recibe el 100% del rendimiento de la inversión por vía de los dividendos, por que destinan cierto porcentaje a reservas y utilidades retenidas.

Formas de aportar este tipo de capital:

Por medio de aportaciones ya sea al inicio de la empresa o posteriormente a su creación.

Por medio de la capitalización de las utilidades de operación retenidas.

2.2.4.2.2. Capital social preferente.

Es aportado por aquellos accionistas que no se desea que participen en la administración y decisiones de la empresa, si se les invita para que proporcionen recursos a largo plazo, que no impacten el flujo de efectivo en el corto plazo.

Dada su permanencia a largo plazo y su falta de participación en la empresa, el capital preferente es asimilable a un pasivo a largo plazo, pero guardando ciertas diferencias entre ellos.

Principales similitudes entre pasivo a largo plazo y capital preferente:

Se aplican en el financiamiento de proyectos de inversión productivos básicamente.

No participan en las pérdidas de la empresa.

En caso de terminación de operaciones, se liquidan antes que el capital común.

Participan en la empresa a largo plazo.

Diferencias entre pasivo a largo plazo y capital preferente:

Por el pasivo se hacen pagos periódicos de capital e intereses, por el capital preferente, sólo el pago de dividendos anuales (pago garantizado).

El costo de financiamiento en el pasivo se le llama interés deducible, el cual es deducible de impuestos, en el caso del capital preferente, se llama dividendos y no es deducible de impuestos.

El pasivo es otorgado por instituciones de crédito, el capital preferente es aportado generalmente por personas físicas u otras personas.

El pasivo aumenta la palanca financiera de la empresa, en tanto que el capital preferente mejora su estructura financiera.

En resumen, el capital preferente puede asimilarse a que un pasivo a largo plazo encubierto con el nombre de capital que ayuda a la empresa a lograr sus metas sin intervenir en su administración y mejorando la estructura financiera de la misma.

2.2.4.2.3. Crédito comercial.

Es el uso que se le hace a las cuentas por pagar de la empresa, del pasivo a corto plazo acumulado, como los impuestos a pagar, las cuentas por cobrar y del financiamiento de inventario como fuentes de recursos³⁶.

Importancia:

El crédito comercial tiene su importancia en que es un uso inteligente de los pasivos a corto plazo de la empresa a la obtención de recursos de la manera menos costosa posible. Por ejemplo las cuentas por pagar constituyen una forma de crédito comercial. Son los créditos a corto plazo que los proveedores conceden a la empresa. Entre estos tipos específicos de cuentas por pagar figuran la cuenta abierta la cual permite a la empresa tomar posesión de la mercancía y pagar por ellas en un plazo corto determinado, las Aceptaciones Comerciales, que son esencialmente cheques pagaderos al proveedor en el futuro, los Pagarés que es un reconocimiento formal del crédito recibido, la Consignación en la cual no se otorga crédito alguno y la propiedad de las mercancías no pasa nunca al acreedor a la empresa, mas bien, la mercancía se remite a la empresa en el entendido de que ésta la venderá a beneficio del proveedor retirando únicamente una pequeña comisión por concepto de la utilidad.

Ventajas:

Es un medio más equilibrado y menos costoso de obtener recursos.

Da oportunidad a las empresas de agilizar sus operaciones comerciales.

Desventajas:

Existe siempre el riesgo de que el acreedor no cancele la deuda, lo que trae como consecuencia una posible intervención legal.

Si la negociación se hace a crédito se deben cancelar tasas pasivas.

Formas de utilización:

³⁶ Domínguez Gómez, Efrén. “El financiamiento empresarial: algunas consideraciones”.

www.monografias.com

Tradicionalmente, el crédito surge en el curso normal de las operaciones diarias. Por ejemplo, cuando la empresa incurre en los gastos que implican los pagos que efectuará más adelante o acumula sus adeudos con sus proveedores, está obteniendo de ellos un crédito temporal.

Los proveedores de la empresa deben fijar las condiciones en que esperan que se les pague cuando otorgan el crédito. Las condiciones de pago clásicas pueden ser desde el pago inmediato, o sea al contado, hasta los plazos más liberales, dependiendo de cual sea la costumbre de la empresa y de la opinión que el proveedor tenga de capacidad de pago de la empresa

Una cuenta de Crédito Comercial únicamente debe aparecer en los registros cuando éste crédito comercial ha sido comprado y pagado en efectivo, en acciones del capital, u otras propiedades del comprador. El crédito comercial no puede ser comprado independientemente; tiene que comprarse todo o parte de un negocio para poder adquirir ese valor intangible que lo acompaña.

2.2.4.2.4. Crédito bancario.

Es un tipo de financiamiento a corto plazo que las empresas obtienen por medio de los bancos con los cuales establecen relaciones funcionales.

Importancia:

El crédito bancario es una de las maneras más utilizadas por parte de las empresas hoy en día de obtener un financiamiento necesario.

Casi en su totalidad son bancos comerciales que manejan las cuentas de cheques de la empresa y tienen la mayor capacidad de préstamo de acuerdo con las leyes y disposiciones bancarias vigentes en la actualidad y proporcionan la mayoría de los servicios que la empresa requiera. Como la empresa acude con frecuencia al banco comercial en busca de recursos a corto plazo, la elección de uno en particular merece un examen cuidadoso. La empresa debe estar segura de que el banco podrá auxiliar a la empresa a satisfacer las necesidades de efectivo a corto plazo que ésta tenga y en el momento en que se presente.

Ventajas:

Si el banco es flexible en sus condiciones, habrá más probabilidades de negociar un préstamo que se ajuste a las necesidades de la empresa, lo cual la sitúa en el mejor ambiente para operar y obtener utilidades.

Permite a las organizaciones estabilizarse en caso de apuros con respecto al capital.

Desventajas:

Un banco muy estricto en sus condiciones, puede limitar indebidamente la facilidad de operación y actuar en detrimento de las utilidades de la empresa.

Un crédito bancario acarrea tasas pasivas que la empresa debe cancelar esporádicamente al banco por concepto de intereses.

Formas de utilización:

Cuando la empresa se presente con el funcionario de préstamos del banco, debe ser capaz de negociar, debe dar la impresión de que es competente.

Si se va en busca de un préstamo, habrá que presentarse con el funcionario correspondiente con los datos siguientes:

- _ La finalidad del préstamo.
- _ La cantidad que se requiere.
- _ Un plan de pagos definido.
- _ Pruebas de la solvencia de la empresa.
- _ Un plan bien trazado de cómo espera la empresa desenvolverse en el futuro y lograr una situación que le permita pagar el préstamo.
- _ Una lista con avales y garantías colaterales que la empresa está dispuesta a ofrecer, si las hay y son necesarias.

El costo de intereses varía según el método que se siga para calcularlos. Es preciso que la empresa sepa siempre como el banco calcula el interés real por el préstamo.

Luego que el banco analice dichos requisitos, tomará la decisión de otorgar o no el crédito.

2.2.4.2.5. Pagaré.

Es un instrumento negociable el cual es una "promesa" incondicional por escrito, dirigida de una persona a otra, firmada por el formulante del pagaré, comprometiéndose a pagar a su presentación, o en una fecha fija o tiempo futuro determinable, cierta cantidad de dinero en unión de sus intereses a una tasa especificada a la orden y al portador³⁷.

Importancia:

Los pagarés se derivan de la venta de mercancía, de préstamos en efectivo, o de la conversión de una cuenta corriente. La mayor parte de los pagarés llevan intereses el

³⁷ Domínguez Gómez, Efrén. "El financiamiento empresarial: algunas consideraciones".

cual se convierte en un gasto para el girador y un ingreso para el beneficiario. Los instrumentos negociables son pagaderos a su vencimiento, de todos modos, a veces que no es posible cobrar un instrumento a su vencimiento, o puede surgir algún obstáculo que requiera acción legal.

Ventajas:

Es pagadero en efectivo.

Hay alta seguridad de pago al momento de realizar alguna operación comercial.

Desventajas:

Puede surgir algún incumplimiento en el pago que requiera acción legal.

Formas de utilización:

Los pagarés se derivan de la venta de mercancía, de préstamos en efectivo, o de la conversión de una cuenta corriente. Dicho documento debe contener ciertos elementos de negociabilidad entre los que destaca que debe ser por escrito y estar firmado por el girador, debe contener una orden incondicional de pagar cierta cantidad en efectivo estableciéndose también la cuota de interés que se carga por la extensión del crédito por cierto tiempo. El interés para fines de conveniencia en las operaciones comerciales se calculan, por lo general, en base a 360 días por año; debe ser pagadero a favor de una persona designado puede estar hecho al portador, debe ser pagadero a su presentación o en cierto tiempo fijo y futuro determinable.

Cuando un pagaré no es pagado a su vencimiento y es protestado, el tenedor del mismo debe preparar un certificado de protesto y un aviso de protesto que deben ser elaborados por alguna persona con facultades notariales. El tenedor que protesta paga al notario público una cuota por la preparación de los documentos del protesto; el tenedor puede cobrarle estos gastos al girador, quien está obligado a reembolsarlos. El notario público aplica el sello de "Protestado por Falta de Pago" con la fecha del protesto, y aumenta los intereses acumulados al monto del pagaré, firmándolo y estampando su propio sello notarial.

2.2.4.2.6. Línea de crédito.

La línea de crédito significa dinero siempre disponible en el banco, durante un período convenido de antemano³⁸.

Importancia:

³⁸ Colohua Xotlanihua, Néstor. "Finanzas Públicas: fuentes de financiamiento a largo plazo". www.gestiopolis.com

Es importante que el banco esté de acuerdo en prestar a la empresa hasta una cantidad máxima, y dentro de cierto período, en el momento que lo solicite. Aunque por lo general no constituye una obligación legal entre las dos partes, la línea de crédito es casi siempre respetada por el banco y evita la negociación de un nuevo préstamo cada vez que la empresa necesita disponer de recursos.

Ventajas:

Es un efectivo "disponible" con el que la empresa cuenta.

Desventajas:

Se debe pagar un porcentaje de interés cada vez que la línea de crédito es utilizada.

Este tipo de financiamiento, esta reservado para los clientes mas solventes del banco, y sin embargo en algunos casos el mismo puede pedir garantía colateral antes de extender la línea de crédito.

Se le exige a la empresa que mantenga la línea de crédito "Limpia", pagando todas las disposiciones que se hayan hecho.

Formas de utilización:

El banco presta a la empresa una cantidad máxima de dinero por un período determinado. Una vez que se efectúa la negociación, la empresa no tiene más que informar al banco de su deseo de "disponer" de tal cantidad, firma un documento que indica que la empresa dispondrá de esa suma, y el banco transfiere fondos automáticamente a la cuenta de cheques.

El Costo de la Línea de Crédito por lo general se establece durante la negociación original, aunque normalmente fluctúa con la tasa prima. Cada vez que la empresa dispone de una parte de la línea de crédito paga el interés convenido.

Al finalizar el plazo negociado originalmente, la línea deja de existir y las partes tendrán que negociar otra si así lo desean.

2.2.4.2.7. Papeles comerciales.

Es una fuente de financiamiento a corto plazo que consiste en los pagarés no garantizados de grandes e importantes empresas que adquieren los bancos, las compañías de seguros, los fondos de pensiones y algunas empresas industriales que desean invertir acorto plazo sus recursos temporales excedentes³⁹.

Importancia:

³⁹ Colohua Xotlanihua, Néstor. "Finanzas Públicas: fuentes de financiamiento a largo plazo". www.gestiopolis.com

Las empresas pueden considerar la utilización del papel comercial como fuente de recursos a corto plazo no sólo porque es menos costoso que el crédito bancario sino también porque constituye un complemento de los préstamos bancarios usuales. El empleo juicioso del papel comercial puede ser otra fuente de recursos cuando los bancos no pueden proporcionarlos en los períodos de dinero apretado cuando las necesidades exceden los límites de financiamiento de los bancos. Hay que recordar siempre que el papel comercial se usa primordialmente para financiar necesidades de corto plazo, como es el capital de trabajo, y no para financiar activos de capital a largo plazo.

Ventajas:

El papel comercial es una fuente de financiamiento menos costosa que el crédito bancario.

Sirve para financiar necesidades a corto plazo, por ejemplo el capital de trabajo.

Desventajas:

Las emisiones de Papel Comercial no están garantizadas.

Deben ir acompañados de una línea de crédito o una carta de crédito en dificultades de pago.

La negociación acarrea un costo por concepto de una tasa prima.

Formas de utilización:

El Papel Comercial se clasifica de acuerdo con los canales a través de los cuales se vende, con el giro operativo del vendedor o con la calidad del emisor. Si el papel se vende a través de un agente, se dice que está colocada con el agente, quien a su vez lo revende a sus clientes a un precio más alto. Por lo general retira una comisión de 1/8 % del importe total por manejar la operación.

Por último, el papel se puede clasificar como de primera calidad y de calidad media. El de primera calidad es el emitido por el más confiable de todos los clientes confiables, mientras que el de calidad media es el que emiten los clientes sólo un poco menos confiables. Esto encierra para la empresa una investigación cuidadosa.

El costo del Papel Comercial ha estado tradicionalmente ½ % debajo de la tasa prima porque, sea que se venda directamente o a través del agente, se eliminan la utilidad y los costos del banco.

El vencimiento medio del Papel Comercial es de tres a seis meses, aunque en algunas ocasiones se ofrecen emisiones de nueve meses y a un año. No se requiere un saldo mínimo

En algunos casos, la emisión va acompañada por una línea de crédito o por una carta de crédito, preparada por el emisor para asegurar a los compradores que, en caso de dificultades con el pago, podrá respaldar el Papel mediante un convenio de préstamo con el banco. Esto se exige algunas veces a las empresas de calidad menor cuando venden Papel, y aumentan la tasa de interés real.

2.2.4.2.8. Financiamiento por medio de cuentas por cobrar.

Es aquel en la cual la empresa consigue financiar dichas cuentas por cobrar consiguiendo recursos para invertirlos en ella⁴⁰.

Importancia:

Es un método de financiamiento que resulta menos costoso y disminuye el riesgo de incumplimiento. Aporta muchos beneficios que radican en los costos que la empresa ahorra al no manejar sus propias operaciones de crédito. No hay costos de cobranza, puesto que existe un agente encargado de cobrar las cuentas; no hay costo del departamento de crédito, como contabilidad y sueldos, la empresa puede eludir el riesgo de incumplimiento si decide vender las cuentas sin responsabilidad, aunque esto por lo general más costoso, y puede obtener recursos con rapidez y prácticamente sin ningún retraso costo.

Ventajas:

Es menos costoso para la empresa.

Disminuye el riesgo de incumplimiento.

No hay costo de cobranza.

Desventajas:

Existe un costo por concepto de comisión otorgado al agente.

Existe la posibilidad de una intervención legal por incumplimiento del contrato.

Formas de utilización:

Consiste en vender las cuentas por cobrar de la empresa a un factor (agente de ventas o comprador de cuentas por cobrar) conforme a un convenio negociado previamente. Por lo regular se dan instrucciones a los clientes para que paguen sus cuentas directamente al agente o factor, quien actúa como departamento de crédito de la empresa. Cuando recibe el pago, el agente retiene una parte por concepto de honorarios por sus servicios a un porcentaje estipulado y abonar el resto a la cuenta

⁴⁰ Colohua Xotlanihua, Néstor. “Finanzas Públicas: fuentes de financiamiento a largo plazo”.
www.gestiopolis.com

de la empresa. La mayoría de las cuentas por cobrar se adquieren con responsabilidad de la empresa, es decir, que si el agente no logra cobrar, la empresa tendrá que reembolsar el importe ya sea mediante el pago en efectivo o reponiendo la cuenta incobrable por otra más viable.

2.2.4.2.9. Financiamiento por medio de inventarios.

Es aquel en el cual se usa el inventario como garantía de un préstamo en que se confiere al acreedor el derecho de tomar posesión garantía en caso de que la empresa deje de cumplir⁴¹.

Importancia:

Es importante ya que le permite a los directores de la empresa usar el inventario de la misma como fuente de recursos, gravando el inventario como colateral es posible obtener recursos de acuerdo con las formas específicas de financiamiento usuales, en estos casos, como son el depósito en almacén público, el almacenamiento en la fábrica, el recibo en custodia, la garantía flotante y la hipoteca.

Ventajas:

Permite aprovechar una importante pieza de la empresa como es el inventario de mercancía

Brinda oportunidad a la organización de hacer más dinámicas sus actividades.

Desventajas:

Le genera un costo de financiamiento al deudor.

El deudor corre riesgo de perder el inventario dado en garantía en caso de no poder cancelar el contrato.

Formas de utilización:

Por lo general al momento de hacerse la negociación, se exige que los artículos sean duraderos, identificables y susceptibles de ser vendidos al precio que prevalezca en el mercado. El acreedor debe tener derecho legal sobre los artículos, de manera que si se hace necesario tomar posesión de ellos el acto no sea materia de controversia.

El gravamen que se constituye sobre el inventario se debe formalizar mediante alguna clase de convenio que pruebe la existencia del colateral. El que se celebra con el banco especifica no sólo la garantía sino también los derechos del banco y las obligaciones del beneficiario, entre otras cosas. Los directores firmarán esta clase de

⁴¹ Colohua Xotlanihua, Néstor. “Finanzas Públicas: fuentes de financiamiento a largo plazo”.
www.gestiopolis.com

convenios en nombre de su empresa cuando se den garantías tales como el inventario.

Además del convenio de garantía, se podrán encontrar otros documentos probatorios entre los cuales se pueden citar el recibo en custodia y el almacenamiento. Cualquiera que sea el tipo de convenio que se celebre, para la empresa se generará un costo de financiamiento que comprende algo más que los intereses por el préstamo, aunque éste es el gasto principal. A la empresa le toca absorber los cargos por servicio de mantenimiento del inventario, que pueden incluir almacenamiento, inspección por parte de los representantes del acreedor y manejo, todo lo cual forma parte de la obligación de la empresa de conservar el inventario de manera que no disminuya su valor como garantía. Normalmente no debe pagar el costo de un seguro contra pérdida por incendio o robo.

2.2.4.2.10. Hipoteca.

Es un traslado condicionado de propiedad que es otorgado por el prestatario (deudor) al prestamista (acreedor) a fin de garantizar el pago del préstamo⁴².

Importancia:

Es importante señalar que una hipoteca no es una obligación a pagar ya que el deudor es el que otorga la hipoteca y el acreedor es el que la recibe, en caso de que el prestamista no cancele dicha hipoteca, la misma le será arrebatada y pasará a manos del prestatario.

Vale destacar que la finalidad de las hipotecas por parte del prestamista es obtener algún activo fijo, mientras que para el prestatario es el tener seguridad de pago por medio de dicha hipoteca así como el obtener ganancia de la misma por medio de los intereses generados.

Ventajas:

Para el prestatario le es rentable debido a la posibilidad de obtener ganancia por medio de los intereses generados de dicha operación.

Da seguridad al prestatario de no obtener pérdida al otorgar el préstamo.

El prestamista tiene la posibilidad de adquirir un bien.

Desventajas:

⁴² Colohua Xotlanihua, Néstor. "Finanzas Públicas: fuentes de financiamiento a largo plazo". www.gestiopolis.com

Al prestamista le genera una obligación ante terceros.

Existe riesgo de surgir cierta intervención legal debido a falta de pago.

Formas de utilización:

La hipoteca confiere al acreedor una participación en el bien. El acreedor tendrá acudir al tribunal y lograr que la mercancía se venda por orden de éste, es decir, que el bien no pasa a ser del prestamista hasta que no haya sido cancelado el préstamo. Este tipo de financiamiento por lo general es realizado por medio de los bancos.

2.2.4.2.11. Bonos.

Es un instrumento escrito en la forma de una promesa incondicional, certificada, en la cual el prestatario promete pagar una suma especificada en una futura fecha determinada, en unión a los intereses a una tasa determinada y en fechas determinadas⁴³.

Importancia:

Cuando una sociedad anónima tiene necesidad de fondos adicionales a largo plazo se ve en el caso de tener que decidir entre la emisión de acciones adicionales del capital o de obtener préstamo expidiendo evidencia del adeudo en la forma de bonos. La emisión de bonos puede ser ventajosa si los actuales accionistas prefieren no compartir su propiedad y las utilidades de la empresa con nuevos accionistas. El derecho de emitir bonos se deriva de la facultad para tomar dinero prestado que la ley otorga a las sociedades anónimas.

El tenedor de un bono es un acreedor; un accionista es un propietario. Debido a que la mayor parte de los bonos tienen que estar respaldados por activos fijos tangibles de la empresa emisora, el propietario de un bono posiblemente goce de mayor protección a su inversión, el tipo de interés que se paga sobre los bonos es, por lo general, inferior a la tasa de dividendos que reciben las acciones de una empresa.

Ventajas:

Los bonos son fáciles de vender ya que sus costos son menores.

El empleo de los bonos no diluye el control de los actuales accionistas.

Mejoran la liquidez y la situación de capital de trabajo de la empresa.

Desventajas:

La empresa debe ser cuidadosa al momento de invertir dentro de este mercado.

⁴³ Colohua Xotlanihua, Néstor. "Finanzas Públicas: fuentes de financiamiento a largo plazo". www.gestiopolis.com

Formas de utilización:

Cada emisión de bonos está asegurada por una hipoteca conocida como "Escritura de Fideicomiso".

El tenedor del bono recibe una reclamación o gravamen en contra de la propiedad que ha sido ofrecida como seguridad para el préstamo. Si el préstamo no es cubierto por el prestatario, la organización que el fideicomiso puede iniciar acción legal a fin de que se saque a remate la propiedad hipotecada y el valor obtenido de la venta sea aplicada al pago del a deudo

Al momento de hacerse los arreglos para la expedición de bonos, la empresa prestataria no conoce los nombres de los futuros propietarios de los bonos debido a que éstos serán emitidos por medio de un banco y pueden ser transferidos, más adelante, de mano en mano. En consecuencia la escritura de fideicomiso de estos bonos no puede mencionar a los acreedores, como se hace cuando se trata de una hipoteca directa entre dos personas. La empresa prestataria escoge como representantes de los futuros propietarios de bonos a un banco o una organización financiera para hacerse cargo del fideicomiso.

La escritura de fideicomiso transfiere condicionalmente el título sobre la propiedad hipotecada al fideicomisario

Por otra parte, los egresos por intereses sobre un bono son cargos fijos el prestatario que deben ser cubiertos a su vencimiento si es que se desea evitar una posible cancelación anticipada del préstamo. Los intereses sobre los bonos tienen que pagarse a las fechas especificadas en los contratos; los dividendos sobre acciones se declaran a discreción del consejo directivo de la empresa. Por lo tanto, cuando una empresa expide bonos debe estar bien segura de que el uso del dinero tomado en préstamo resultará en una en una utilidad neta que sea superior al costo de los intereses del propio préstamo.

2.2.4.2.12. Arrendamiento financiero.

Es un contrato que se negocia entre el propietario de los bienes (acreedor) y la empresa (arrendatario) a la cual se le permite el uso de esos bienes durante un período determinado y mediante el pago de una renta específica, sus estipulaciones pueden variar según la situación y las necesidades de cada una de las partes⁴⁴.

⁴⁴ Domínguez Gómez, Efrén. "El financiamiento empresarial: algunas consideraciones".
www.monografias.com

Importancia:

La importancia del arrendamiento es la flexibilidad que presta para la empresa ya que no se limitan sus posibilidades de adoptar un cambio de planes inmediato o de emprender una acción no prevista con el fin de aprovechar una buena oportunidad o de ajustarse a los cambios que ocurran e el medio de la operación.

El arrendamiento se presta al financiamiento por partes, lo que permite a la empresa recurrir a este medio para adquirir pequeños activos.

Por otra parte, los pagos de arrendamiento son deducibles del impuesto como gasto de operación, por lo tanto la empresa tiene mayor deducción fiscal cuando toma el arrendamiento. Para la empresa marginal el arrendamiento es la única forma de financiar la adquisición de activo. El riesgo se reduce porque la propiedad queda con el arrendado, y éste puede estar dispuesto a operar cuando otros acreedores rehúsan a financiar la empresa. Esto facilita considerablemente la reorganización de la empresa.

Ventajas:

Es en financiamiento bastante flexible para las empresas debido a las oportunidades que ofrece.

Evita riesgo de una rápida obsolescencia para la empresa ya que el activo no pertenece a ella.

Los arrendamientos dan oportunidades a las empresas pequeñas en caso de quiebra.

Desventajas:

Algunas empresas usan el arrendamiento para como medio para eludir las restricciones presupuestarias cuando el capital se encuentra racionado.

Un contrato de arrendamiento obliga una tasa costo por concepto de intereses.

La principal desventaja del arrendamiento es que resulta más costoso que la compra de activo.

Forma de utilización:

Consiste en dar un préstamo a plazo con pagos periódicos obligatorios que se efectúan en el transcurso de un plazo determinado, generalmente igual o menor que la vida estimada del activo arrendado. El arrendatario (la empresa) pierde el derecho sobre el valor de rescate del activo (que conservará en cambio cuando lo haya comprado).

La mayoría de los arrendamientos no son cancelables, lo cual significa que la empresa está obligada a continuar con los pagos que se acuerden aún cuando

abandone el activo por no necesitarlo más. En todo caso, un arrendamiento no cancelable es tan obligatorio para la empresa como los pagos de los intereses que se compromete.

Una característica distintiva del arrendamiento financiero es que la empresa (arrendatario) conviene en conservar el activo aunque la propiedad del mismo corresponda al arrendador

Mientras dure el arrendamiento, el importe total de los pagos excederá al precio original de compra, porque la renta no sólo debe restituir el desembolso original del arrendador, sino también producir intereses por los recursos que se comprometen durante la vida del activo.

2.2.5. Calificación de crédito.

2.2.5.1. Riesgo de crédito y métodos de cálculo:

El riesgo de crédito es el riesgo que asume el prestador derivado de la posibilidad de que el prestatario incumpla sus obligaciones⁴⁵.

Las entidades de crédito tienen a su disposición distintas herramientas para mitigarlo. La primera es la de la valoración crediticia del prestatario para evaluar la probabilidad de incumplimiento, que incluye, entre otros, el análisis de ingresos del solicitante, su historial de crédito, la disponibilidad de colateral o avales, la probabilidad de éxito del proyecto a financiar, la coyuntura económica, etc.

Cuando el crédito se ha entregado, la IFI (institución financiera) hace un seguimiento de la operación de préstamo y, en caso de detectar la posibilidad de pérdidas, toma una porción de dinero de su capital, equivalente a la pérdida esperada, y lo reserva para enfrentar el perjuicio. Esta reserva se conoce como “provisión” y su monto se calcula, en general, con los siguientes tres métodos:

El primero consiste en calificar a los créditos con una escala, según parámetros como la puntualidad en los pagos, tipo y monto de las garantías, comportamiento de los negocios del deudor, etc. La escala más usual asigna letras desde A hasta E a los créditos, donde A representa un crédito que se recuperará totalmente y E una pérdida. La entidad realiza provisiones por cada crédito según la escala en que se encuentre, de acuerdo con las regulaciones del país. Este es el método legalmente establecido en

⁴⁵ Gutierrez Kafati Elizabeth; Wikipedia.org; 02/08/2008

varios países y seguido por las IFIs, que establece para los créditos A una provisión de al menos 1% y para los E, de 100%.

El segundo, conocido como “Método Estándar” de Basilea II es básicamente igual al primero, con la excepción de que la calificación de crédito no la realiza la IFI, sino agencias externas de calificación.

El tercero, llamado “Método Basado en Calificaciones Internas” de Basilea II, consiste en una medición realizada por la IFI, a través de modelos estadísticos y actuariales, del monto que podría no ser recuperado en cada crédito, mismo que debe ser provisionado.

2.2.5.2.Las 5C's de crédito.

Uno de los principales problemas en el adecuado manejo de las finanzas de un negocio, es sin duda asegurar el retorno de la inversión, uno de los canales por los que se dan mas perdidas es por el exceso de cuentas incobrables o de lenta recuperación pues los costos derivados de estas impactan de manera directa en las utilidades de la empresa.

Sin embargo el crédito es el motor de las ventas, por lo que no se puede dejar de promoverlo y otorgarlo, es decir, la solución para reducir el número de cuentas incobrables o incrementar la recuperación de las cuentas no esta en limitar o reducir los créditos, sino en otorgarlos sobre bases sólidas y bien planificadas.

Los principales factores que deben tomarse en cuenta, para decidir si se otorga o no crédito, son nombrados como las cinco "C" del crédito y son los siguientes:

CARÁCTER

Son las cualidades de honorabilidad y solvencia moral que tiene el deudor para responder a nuestro crédito.

Cuando se hace un análisis de crédito, lo que se busca es de alguna manera es predecir el futuro comportamiento de pago de un cliente, para ello se debe echar mano de información sobre los hábitos de pago y comportamiento, dicha información tendrá que hacer referencia al pasado (como se ha comportado en operaciones crediticias pasadas) y al presente (como se esta comportando actualmente en relación a sus pagos) esto nos marcará una tendencia y por ende una probabilidad de mantener un similar comportamiento para futuros eventos.

La evaluación del carácter o solvencia moral de un cliente debe hacerse a partir de elementos contundentes, medibles y verificables tales como:

- Pedir referencias comerciales a otros proveedores con quienes tenga crédito
- Obtener un reporte de buró de crédito (este puede ser tramitado por tu propio cliente y entregarte una copia)
- Verificar demandas judiciales.
- Obtener referencias bancarias (por medio de una carta o pedir las directamente al banco).

CAPACIDAD

Es la habilidad y experiencia en los negocios que tenga la persona o empresa de su administración y resultados prácticos. Para su evaluación se toma en cuenta la antigüedad, el crecimiento de la empresa, sus canales de distribución, actividades, operaciones, zona de influencia, número de empleados, sucursales, etc.

Los nuevos negocios ofrecen un difícil problema para el departamento de crédito, pues miles de establecimientos cada año, fallan en un gran porcentaje, debido a la falta de habilidad y experiencia para conducir un negocio con éxito.

En general de lo que se trata aquí es de saber que tanta experiencia y estructura tiene el cliente para manejar y desarrollar de la mejor forma su negocio.

CONDICIONES

Son los factores externos que pueden afectar la marcha de algún negocio, es decir aquellos que no dependen de su trabajo.

Los negocios en general y las condiciones económicas, sobre las que los individuos no tienen control, pueden alterar el cumplimiento del pago, así como su deseo de cumplir con sus obligaciones.

Algunos elementos a considerar son:

Ubicación Geográfica

Situación política y económica de la región

Sector económico

Si bien estos factores no pueden evitarse, una correcta evaluación permite al menos prever sus posibles efectos e incluirlos en el análisis como riesgos contingentes.

COLATERAL

Son todos aquellos elementos de que dispone el negocio o sus dueños, para garantizar el cumplimiento de pago en el crédito, es decir, las garantías o apoyos colaterales; mismos que se evalúan a través de sus activos fijos, el valor económico y la calidad de estos.

Uno de los fundamentos del análisis de crédito establece que no debe otorgarse un crédito que no tenga prevista una segunda fuente de pago, a menos que el margen de la utilidad sea muy alto, lo que permitiría correr un mayor riesgo.

Algunas opciones de colateral o segunda fuente podrían ser:

- Aval
- Pagaré en garantía
- Contrato prendario
- Fianza
- Seguro de crédito
- Depósito en garantía
- Garantía inmobiliaria

Particularmente en el tema de las garantías hay que ser muy cuidadoso, pues no se debe determinar el monto del crédito basado en el valor que tiene la garantía que respalda el crédito, pues es una práctica poco sana ya que lo que se pretende es que el monto del financiamiento se calcule en base a lo que el cliente puede pagar y no a lo que se le puede embargar si no paga.

CAPITAL

Se refiere a los valores invertidos en el negocio, así como sus compromisos, es decir, el estudio de sus finanzas, para su evaluación se requiere del análisis a su situación financiera.

El análisis financiero detallado permitirá conocer completamente las posibilidades de pago, el flujo de ingresos y egresos, así como la capacidad de endeudamiento, para llevar a cabo un análisis de esta índole, es necesario conocer algunos elementos básicos como medir el flujo de liquidez, la rotación del inventario, el tiempo promedio que tarda en pagar el cliente, etc.

No en todos los casos se puede obtener información financiera, por lo que es conveniente considerar medios alternativos para evaluar el flujo de ingresos del

cliente, al solicitar por ejemplo información de algún estado de cuenta bancario reciente.

El análisis de crédito implica el conocimiento detallado de una amplia gama de elementos, todos ellos pueden tener un mayor o menor valor dependiendo de el tipo de crédito a otorgar, el mercado en el que se desarrolla el cliente, el monto del crédito y otros elementos. Lo cierto es que cada uno de los 5 elementos mencionados tiene una gran importancia, por lo que la decisión no se puede centrar sólo en uno de ellos.

Una correcta cobranza empieza desde el momento en que se analiza la posibilidad de venderle a un cliente y el posible resultado de este análisis te dará los elementos que permitirán, no solo determinar el monto de la línea de crédito, sino que además dará los datos necesarios para conocer mejor a cada cliente de la cartera y construir junto con ellos una oportunidad de negocio a la medida de sus necesidades y sin duda con mayores posibilidades de tener éxito.

CAPITULO III: Marco empírico.

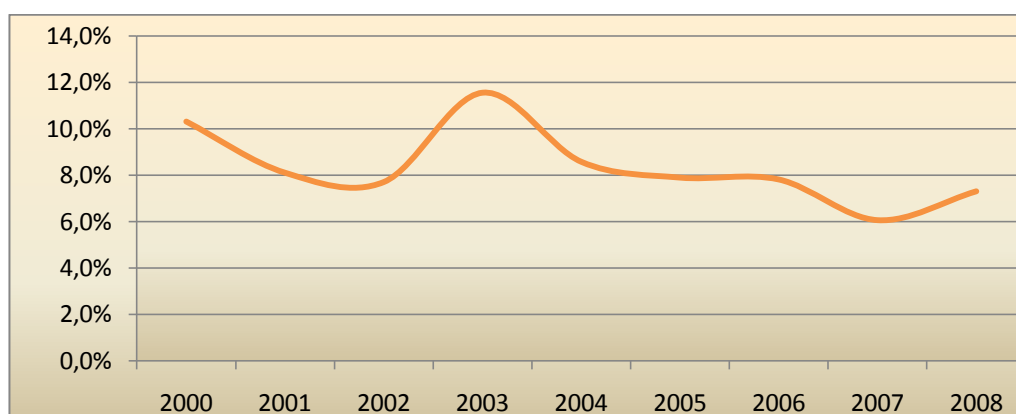
3.1. Situación económica y crediticia del Ecuador:

En los últimos años el país ha vivido una serie de cambios no sólo económicamente, sino en la mayoría de sectores debido a la aplicación de nuevas políticas establecidas por el gobierno de turno; sin embargo la crisis financiera mundial junto con la última caída del precio del petróleo han traído consigo la necesidad de realizar modificaciones en el presupuesto del estado, lo que puede interrumpir los proyectos sociales y financieros que el ejecutivo pueda aplicar.

Con la adopción del dólar en 1999 el nuevo siglo trajo consigo la difícil tarea de enrumbar la economía hacia la reactivación productiva impulsando el desarrollo de nuevos proyectos que estimulen la generación de empleo y fomenten una estructura pública estable que beneficie a la sociedad.

Una de las principales consecuencias que trae la crisis es el crecimiento en el número de desempleados del país, indicador que con el paso de los años si bien ha tendido a bajar, ayudado por la salida masiva de ecuatorianos al exterior, “desde 2000 al 2005, mucho más de un millón de personas habrían salido del país; hay estimaciones que establecen que el número de ecuatorianos residentes en el exterior puede estar cercado a tres millones”⁴⁶, no ha tenido una regularidad absoluta, dándose en el año 2003 la cifra más alta en porcentaje de desempleo que se han dado entre el 2000 y 2008 (Gráfico 3).

Gráfico 3: Porcentaje de desempleo a nivel nacional.



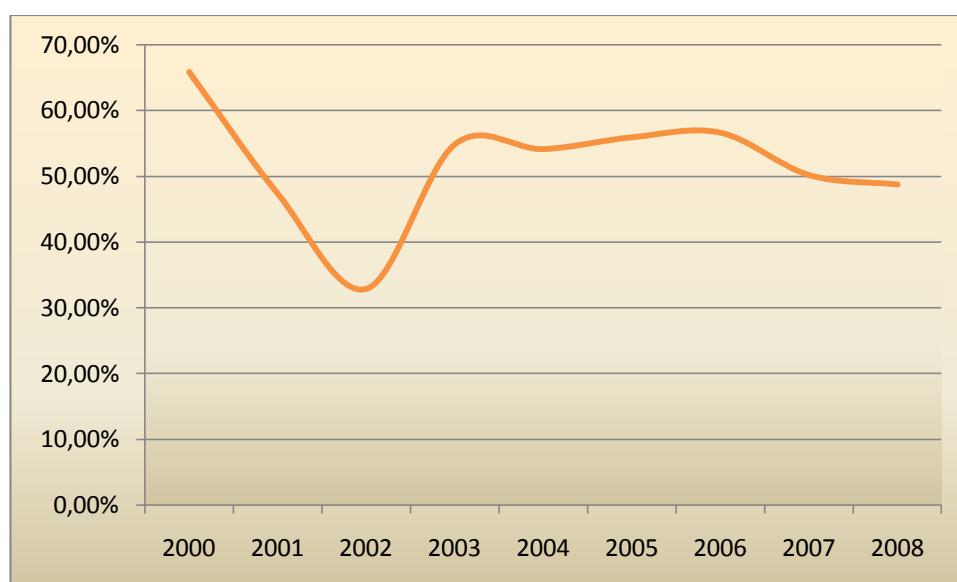
Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

⁴⁶ s/a Diario El Universo, Guayaquil, domingo 9 de enero del 2005.

Realización: el autor.

A pesar de que el desempleo tuvo una tendencia a la baja y de sus diversas variaciones, estos valores demuestran tan sólo una parte del problema, pues el subempleo presenta cifras realmente altas (Gráfico 4) lo cual se puede explicar a través de la gran cantidad de compatriotas que han optado por iniciar actividades productivas que les permitan obtener ingresos que ayuden a una subsistencia digna.

Gráfico 4: Porcentajes de subempleo a nivel nacional.



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Realización: el autor.

En las circunstancias que se vivían producto de la crisis, se inicia un proceso sostenido de emigración como mecanismo para enfrentar las desavenencias que se estaban presentando. Con el fenómeno migratorio a gran escala, el país comienza a obtener grandes entradas de dinero provenientes de las remesas que los compatriotas en el exterior envían a sus familias, las cuales comienzan a invertirlo ya sea en bienes raíces o en algún tipo de actividad productiva, tal es así que desde el 2001 al 2005 las remesas tuvieron un crecimiento promedio de 64 millones anuales⁴⁷.

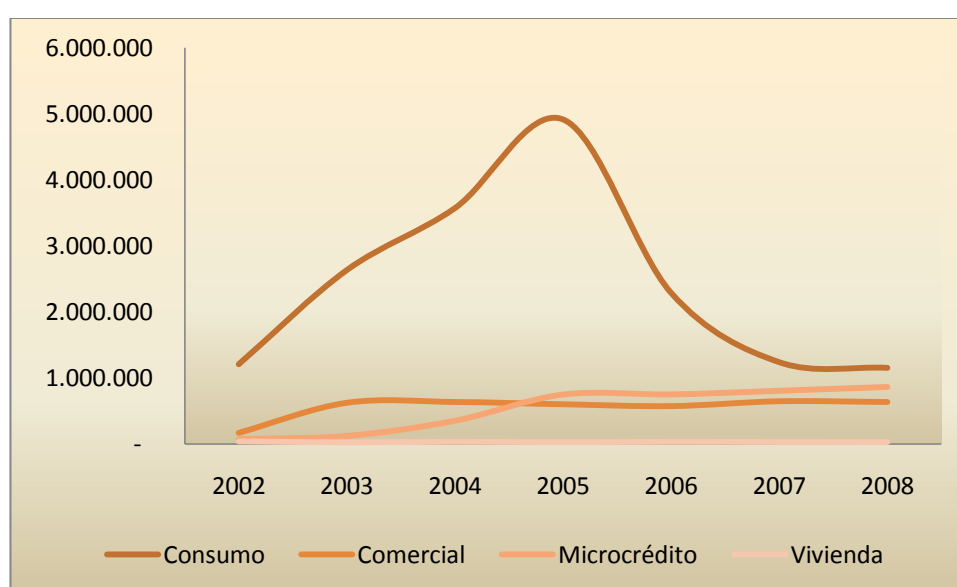
Uno de los resultados de todos estos fenómenos es el estímulo que se da para la creación de pequeñas y medianas empresas (pymes), las cuales se convierten en un eje fundamental en el desarrollo del país, debido a la importancia que tienen no sólo

⁴⁷Acosta Alberto. Remesas, su aporte a la economía ecuatoriana. Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales.

en absorber gran cantidad de mano de obra, sino también en su participación en el mercado dando alternativas para el consumo de productos hechos en el Ecuador.

A pesar de este nuevo escenario, las instituciones financieras tanto privadas como públicas, no brindan un apoyo eficiente y adecuado al sector, y concentran gran cantidad de crédito al consumo (Gráfico 5), con lo que se va creando un problema en el acceso que las pymes tienen hacia un financiamiento adecuado, fruto del desconocimiento y la falta de información acerca de esta herramienta, como fuente de crecimiento y desarrollo empresarial.

Gráfico 5: Número de operaciones por tipo de crédito.

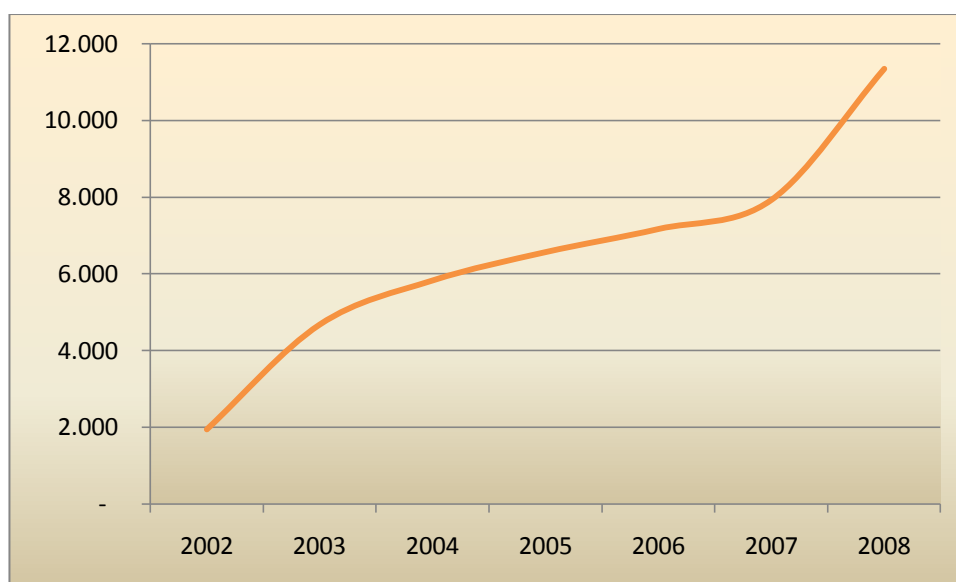


Fuente: Superintendencia de Bancos.

Realización: el autor.

Sin embargo con las últimas medidas tomadas por el gobierno y con las causas que originaron la crisis financiera mundial, la mayoría de instituciones financieras comienzan a ver a la pymes como un sector apropiado para la entrega de crédito, tal como se lo puede comprobar en el Gráfico 6.

Gráfico 6: Volumen de crédito comercial en millones de dólares.



Fuente: Superintendencia de Bancos.

Realización: el autor.

3.1.1. El mercado crediticio ecuatoriano:

Basados en la experiencia de la crisis de 1999 el sistema financiero nacional ha aplicado varias estrategias que procuren un mayor control de las entidades con el afán de dar un manejo más eficiente al dinero.

En este sentido y a pesar de la crisis financiera mundial, este sector ha ido evolucionando de manera positiva, tal es así que “a noviembre del 2008, las captaciones totales del sistema financiero (depósitos y valores en circulación) alcanzaron los 16.064 millones de dólares, monto equivalente al 34,3% del PIB y mayor a los obtenidos durante el 2006 y 2007”⁴⁸.

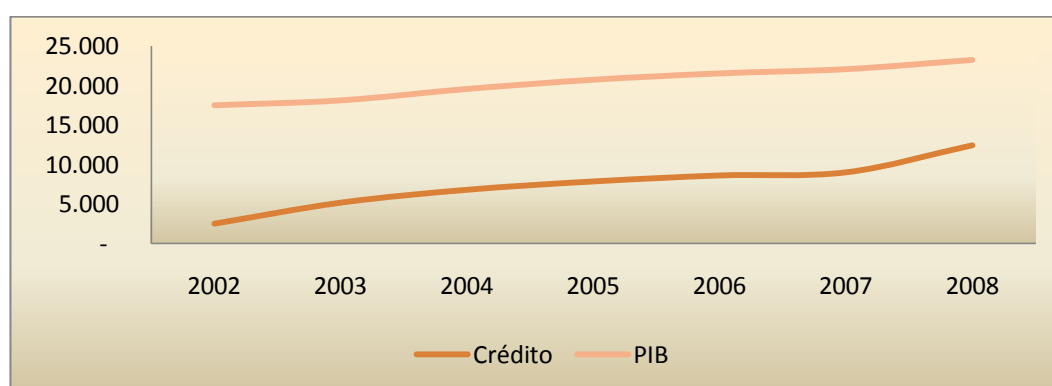
En este sentido se puede verificar que ambos factores han tenido una tendencia de crecimiento en estos últimos nueve años (Gráfica 7), lo que indica un crecimiento económico en las cifras del país, lo cual ha permitido que en un promedio el crédito represente el 35.70% del PIB que indica que el sector crediticio ha ido creciendo dentro del país, lo que se puede atribuir a la mayor información que la sociedad tiene acerca del tema y a la vez a la necesidad de dinero que se ha tenido durante este tiempo.

⁴⁸ Jácome, Hugo; Mayoral, Fernando Martín. Análisis de coyuntura económica, una lectura de los principales componentes de la economía ecuatoriana durante el año 2008. Pp a.

Con el aumento en el volumen de crédito entregado se puede empezar nuevos negocios, o se puede contar con los recursos suficientes para incrementar la capacidad productiva de otras empresas existentes, lo cual incrementa las plazas de empleo que se pueden dar atacando a la vez otro problema de vital importancia, como es el desempleo.

Otro punto a tomar en cuenta en esta relación es el incremento en las utilidades sobre el patrimonio que las empresas pueden tener si hacen un buen uso del crédito, lo cual impulsa el incremento del PIB señalando así una dependencia de ambos factores que se ayudan de manera mutua, ya que al existir más crédito se estimula la inversión interna y se evita la salida de capital dándole estabilidad a la economía y mayor liquidez al sistema.

Gráfico 7: Evolución del volumen de crédito y del PIB en millones de dólares.



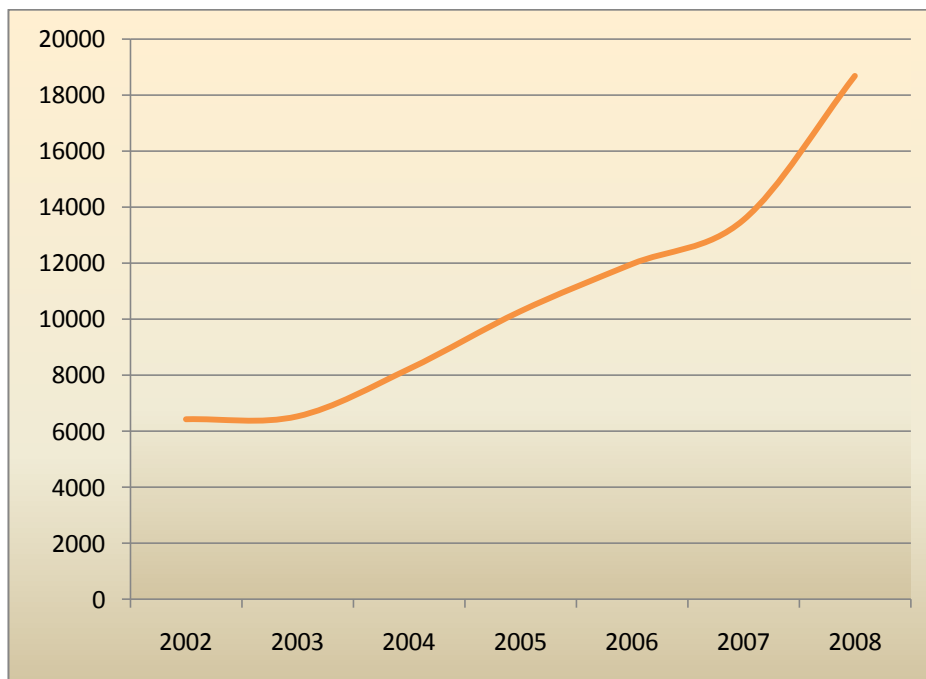
Fuente: Banco Central de Ecuador

Realización: el autor.

Adicionalmente el crédito se relaciona de manera directa con la balanza comercial, en primer lugar al tener más dinero se incrementa el consumo ya sea de bienes nacionales o internacionales. Ante esto se incrementan las importaciones como ha sido la tendencia en estos nuevos años (Gráfico 8). De manera similar el aumento de crédito permitió a varias empresas incrementar su capacidad operativa y financiera con lo que se pueden cubrir ciertos costos y les permite realizar exportaciones de productos (Gráfico 9). En el país la balanza comercial no ha sido estable ya que si bien la mayor parte del tiempo ha sido positiva, en los años 2006 y 2007 las importaciones fueron mayores a las exportaciones lo cual representa un problema para la economía debido a la salida de dinero, por un desestímulo a la producción local frente a la extranjera. Sin embargo el volumen de crédito entregado en estos

años aún continuaba con tendencia ha aumentar, lo que indica que el crédito estimula a ambas actividades de manera importante (Gráfico 10).

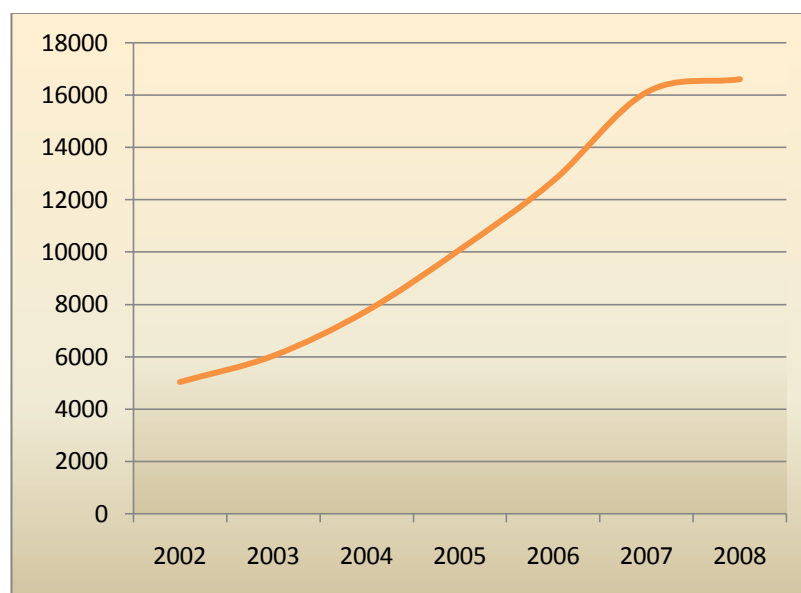
Gráfico 8: Evolución de las importaciones en millones de dólares.



Fuente: Superintendencia de Bancos.

Realización: el autor.

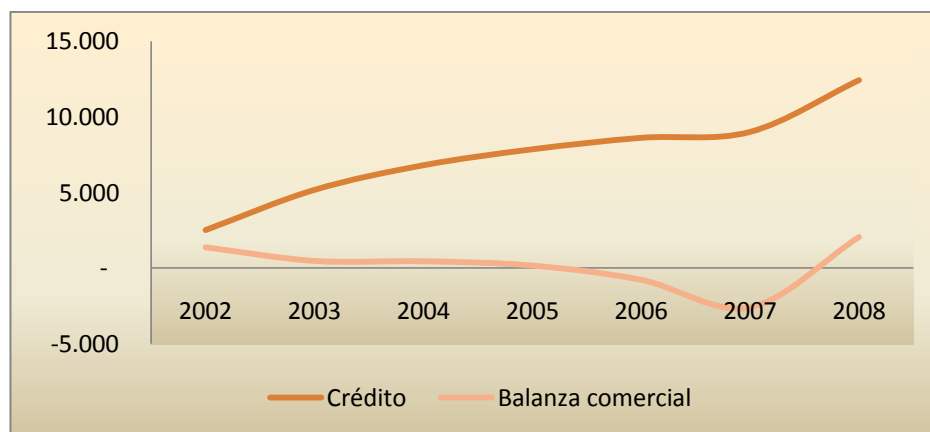
Gráfico 9: Evolución de las exportaciones en millones de dólares.



Fuente: Superintendencia de Bancos.

Realización: el autor.

Gráfico 10: Evolución del volumen de crédito y de la balanza comercial en millones de dólares.

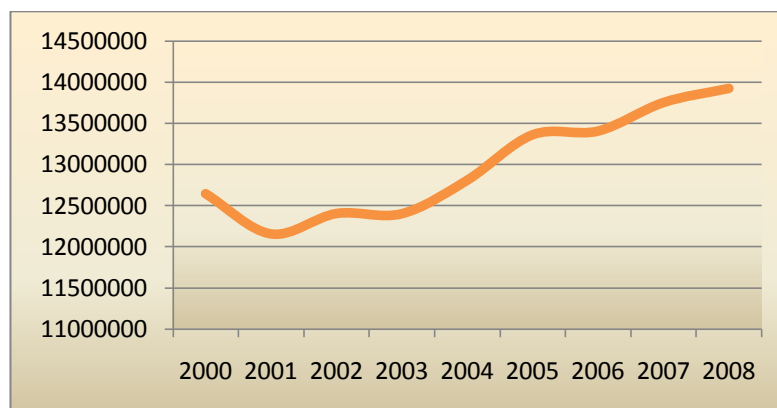


Fuente: Superintendencia de Bancos.

Realización: el autor.

Otro factor que influye para una mayor demanda de crédito es el incremento de la población, ya que mientras más habitantes existen en el país (Gráfico 11), conlleva a la creación de nuevos negocios para satisfacer esa demanda ya sea como emprendimiento empresarial como medio de subsistencia, o como aumento de la mano de obra.

Gráfico 11: Evolución anual de la densidad poblacional.

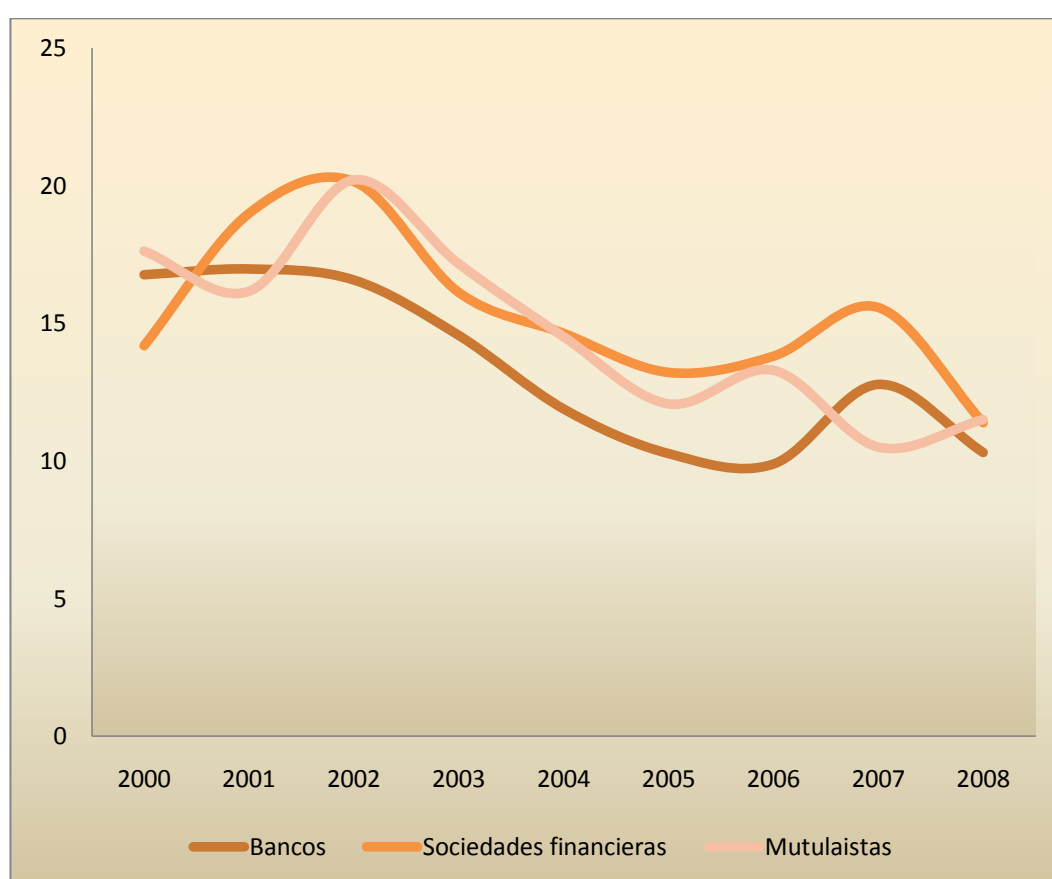


Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Realización: el autor.

El volumen de crédito que se entrega tiene una relación fundamental con las tasas de interés a la cuales se las entrega, ya que al ser éstas las que representan el costo del dinero cuando se otorga un crédito, mientras más altas sean más elevado será el precio del dinero. En este sentido tal como el volumen de crédito ha tendido a elevarse, las tasas de interés han tendido a disminuir (Gráfico 12), con lo que resulta fácil concluir que el costo de la deuda ha ido rebajando durante estos nueve años, permitiendo un mayor acceso, pero que se oriente o fundamente a actividades de consumo.

Gráfico 12: Evolución de las tasas de interés por institución financiera.



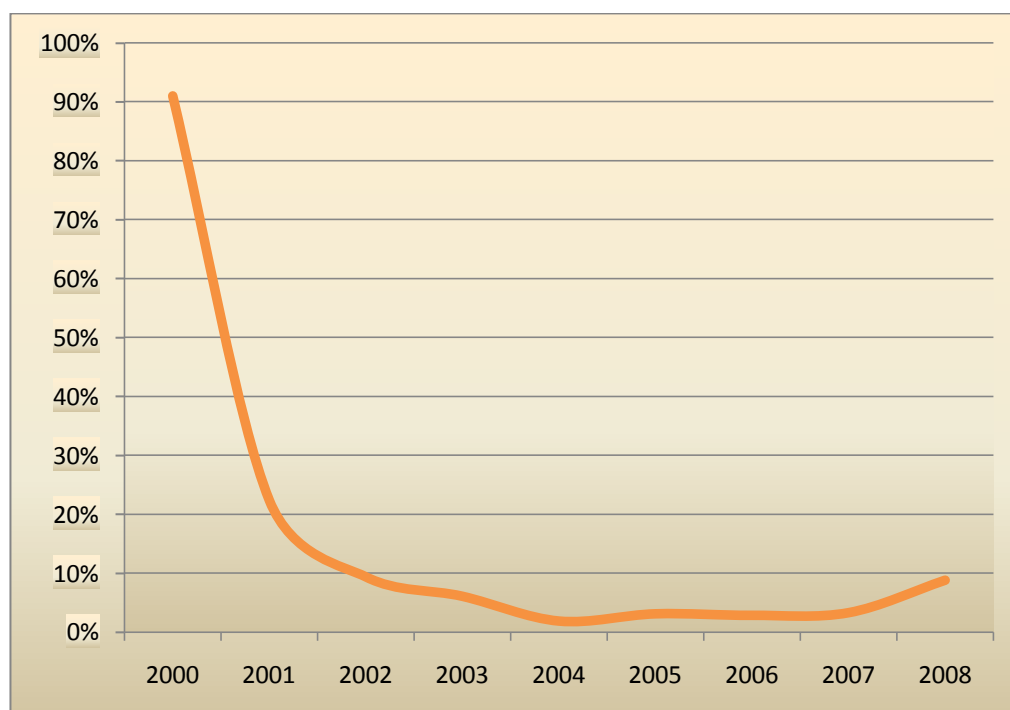
Fuente: Superintendencia de Bancos.

Realización: el autor.

A parte de esta relación muy lógica las tasas de interés, este costo del dinero se ve afectado de manera importante con la tasa de inflación de un país, que genera una pérdida adquisitiva del dinero, originando una presión sobre las tasas de interés para mantenerlas en términos reales, con el consecuente aumento del costo de la deuda y su impacto en el acceso a crédito.

En el Ecuador los niveles de inflación de los últimos años han demostrado una tendencia de menos de un dígito, generando estabilidad en los mercados. Sin embargo en el ultimo año se ha dado ciertas presiones inflacionarias que han deteriorado este indicador (Gráfico 13)

Gráfico 13: Evolución de la inflación.



Fuente: Banco Central del Ecuador.

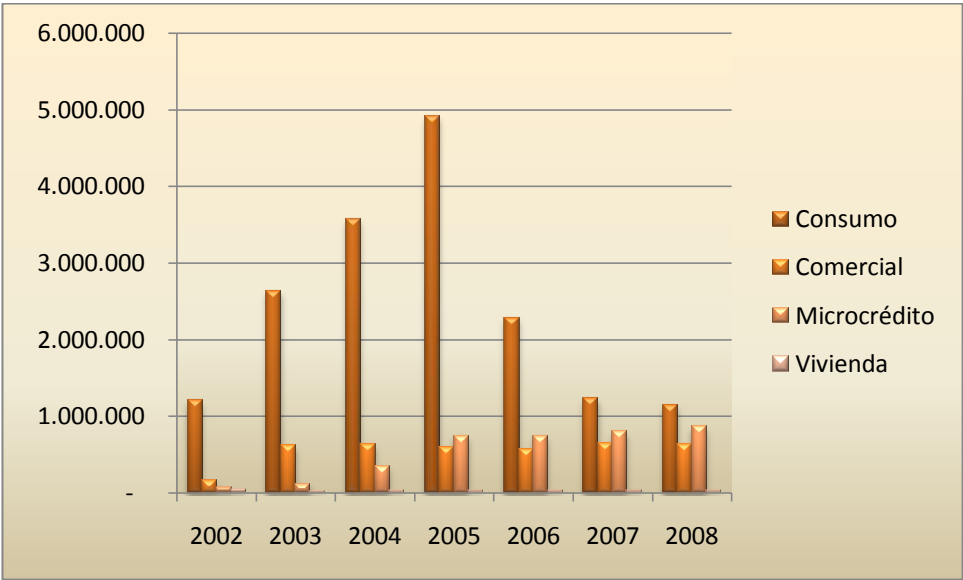
Realización: el autor.

Como se manifestó anteriormente, en los últimos nueve años el crédito ha sido destinado de manera mayoritaria al consumo y existe una variación entre el segundo y tercer puesto dependiendo el año entre el crédito comercial y el microcrédito (Gráfico 14). Hasta el año 2005 el dominio del crédito de consumo era absoluto, sin embargo a partir del 2006 se disminuye drásticamente la entrega de créditos, afectando de manera principal al consumo y comienza a aumentar la cantidad de microcréditos.

Un hecho preocupante es la falta de crecimiento en el crédito comercial, lo que demuestra la irrelevancia que las instituciones financieras dan al campo empresarial dentro de la entrega de créditos y a la vez las grandes dificultades que imponen para

la entrega de los mismos al sector empresarial, dentro del que se destaca las pymes. Esto permite visualizar la importancia un sistema de evaluación crediticia que estimule el acceso a deuda como herramienta para el crecimiento empresarial, especialmente para las pequeñas y medianas empresas.

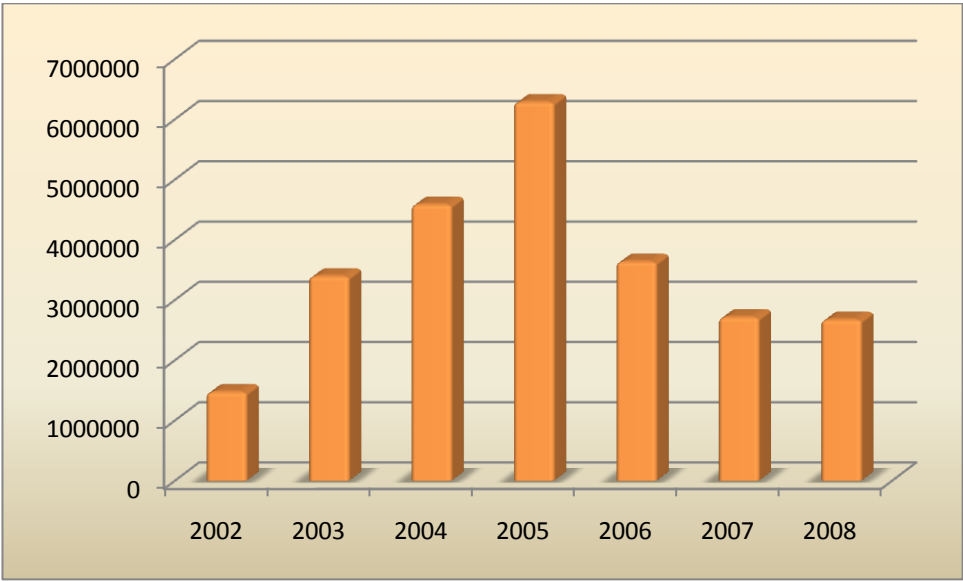
Gráfico 14: Número de operaciones crediticias por tipo.



Fuente: Superintendencia de Bancos.

Realización: el autor.

Gráfico 15: Número de operaciones crediticias por año.



Fuente: Superintendencia de Bancos.

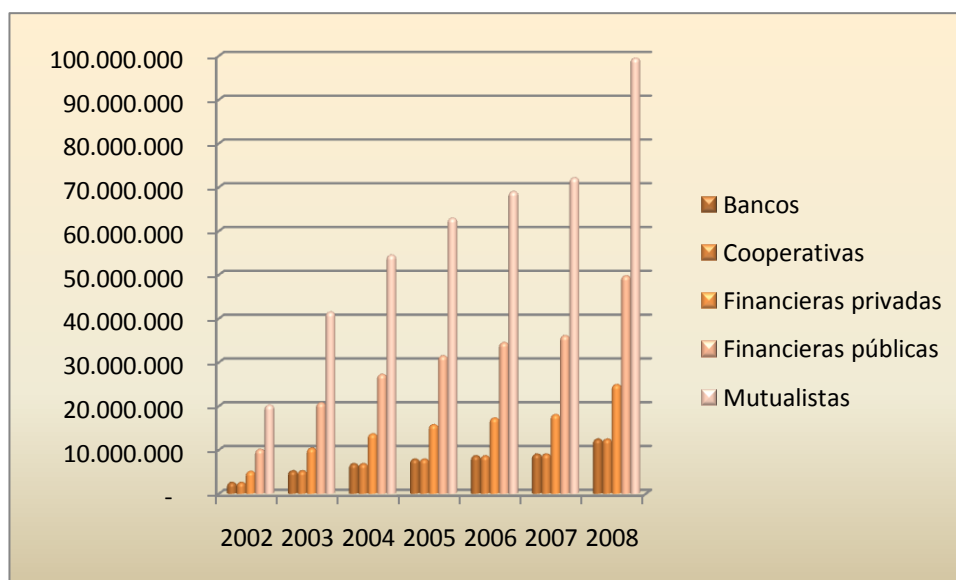
Realización: el autor.

Dentro de las instituciones que han entregado créditos, las mutualistas son los entes que más recursos han entregado (Gráfico 15), donde si bien el número de operaciones que se han hecho efectivas ha ido disminuyendo, el monto de cada crédito ha ido aumentando. Así mismo las financieras públicas comienzan a entregar más recursos lo que permite visualizar la importancia que el Estado da al sector, las financieras privadas comienzan a dar un monto considerables de crédito a partir del 2004 y por último tanto los bancos como las cooperativas son las instituciones que menos dinero entregan lo que identifica el bajo impulso que ellos dan a otros sectores para el desarrollo de los mismos.

En el cuadro 1 se puede reflejar el volumen de crédito que se entrega por cada operación en un promedio, donde el consumo mantiene una tendencia de ascenso, pero con valores no tan significativos. El microcrédito es el más bajo lo que indica que son créditos de baja cuantía. El crédito de vivienda no ha gozado de una estabilidad como los otros tipos, ya que en éste existe un ascenso hasta el año 2004 cuando llega a su punto más alto, y en el 2005 tiene una baja considerable, que comienza a disminuirse con el paso de los años en los que el volumen promedio comienza a ascender.

El crédito comercial ha tenido un ascenso estable, pero en el último año se refleja una subida mucho mayor en lo que respecta al volumen con lo que quiere decir un incremento en el monto, pero a la vez disminución el número de operaciones realizadas lo que afecta claramente a los sectores que necesitan de financiamiento externo para su crecimiento.

Gráfico 16: Volumen de crédito entregado por institución financiera en millones de dólares.



Fuente: Superintendencia de Bancos.

Realización: el autor.

Cuadro 4: Promedio de volumen de crédito entregado por tipo.

Tipo de crédito	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Consumo	533	358	406	395	851	1.419	1.861
Comercial	11.983	7.538	9.214	10.988	12.582	12.317	17.946
Microcrédito	1	2	2	1	2	1	1
Vivienda	9.002	12.074	33.390	20.682	22.637	26.429	30.773
Total	1.978	1.730	1.804	1.431	2.689	3.825	5.336

Fuente: Superintendencia de Bancos.

Realización: el autor.

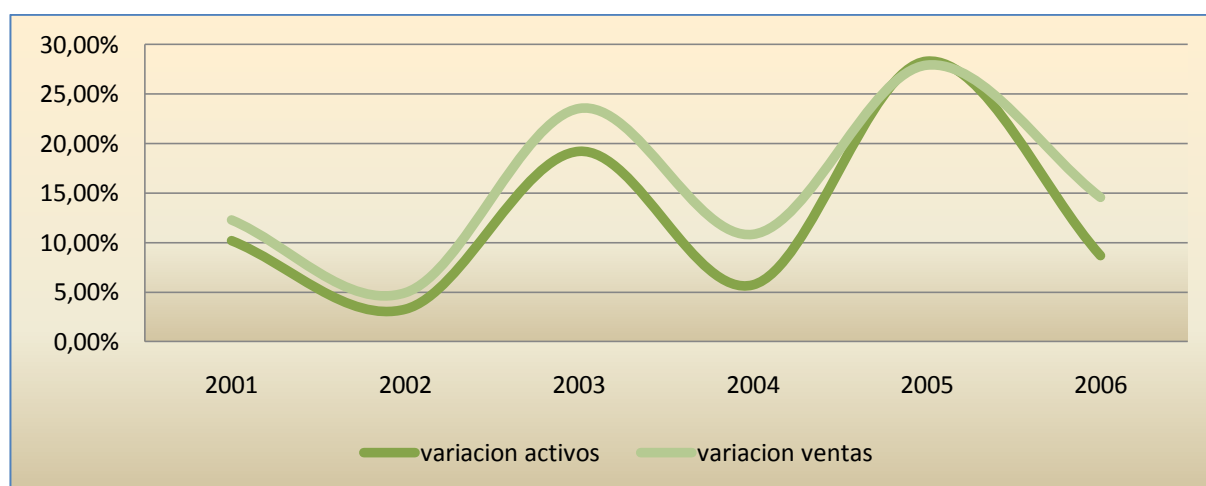
De la información presentada se puede denotar un aumento en el estímulo por parte del estado al crédito, a través del crecimiento en el número de operaciones de financieras públicas, esto permite elevar el volumen de los préstamos y ayuda al crecimiento de las empresas. Con lo que se puede afirmar que se comienza a ver al crédito comercial como una alternativa muy importante para el desarrollo económico por parte del estado; sin embargo las instituciones privadas aún no dan el grado de relevancia que este sector se merece como ente estabilizador de la economía.

3.2. Análisis Financiero del sector pymes.

El crecimiento del sector en la economía del país va relacionado con el manejo de sus recursos a través de estrategias que les ha permitido un crecimiento en el mercado, en consideración del crecimiento del país.

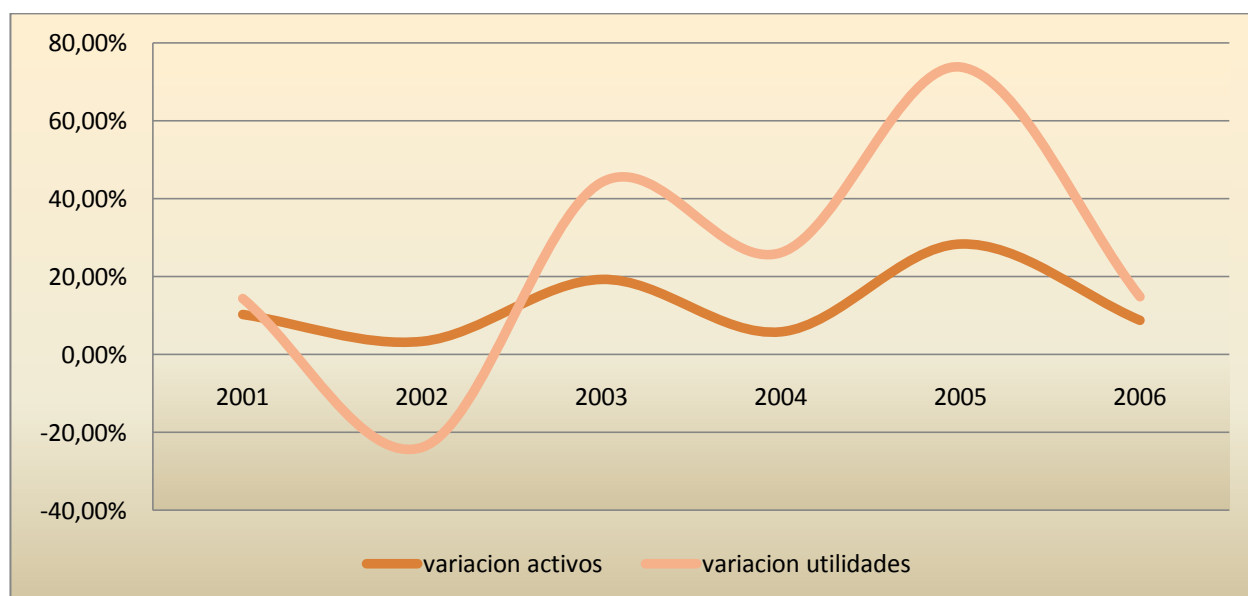
En este sentido a través del Grafico 17 se puede apreciar que en los años 2001 al 2004 que las empresas han mantenido un crecimiento simétrico tanto de ventas como de sus activos, donde las inversiones efectuadas le han permitido el mantener una tendencia ascendente constante de las ventas en niveles superiores a sus activos. Esto demuestra que la capacidad instalada de las empresas le ha permitido cubrir su crecimiento. Los picos altos de crecimiento se dan en el 2004 y en el 2006 valores muy superiores al desarrollo del país, que en esos años que fueron del 3.6% y 6.7% (Fuente América Economía), demostrando ser un sector dinámico en la economía.

Gráfico 17: Evolución en ventas vs. Evolución en activos.



El crecimiento en activos (Gráfico 18) en el sector analizado, le ha permitido a partir del 2003 un incremento interesante en el nivel de utilidades con un promedio de 24.9% en el período analizado, siendo los años de mayor crecimiento en rentabilidad el 2004, 2005 y 2006. Situación que se ve debilitada en el año 2007. El manejar rentabilidades altas sobre ventas no siempre es una estrategia adecuada porque se puede sacrificar eficiencia. Muchas veces las empresas ven mermado su evolución al mantener altos márgenes de rentabilidad, lo que limita un mayor acceso a la demanda potencial que ve en los precios de los productos locales su mayor limitante para adquirirlos, encontrando alternativas de productos importados a mejor precio e igual o superior calidad. Las importaciones en el 2005 por ejemplo crecieron en un 9.24% generando ya un déficit en balanza comercial del 1.97%. Las pymes deben buscar un mayor acceso al mercado local y porque no al internacional con precios competitivos. El mantener una estrategia de alta rentabilidad puede limitar al largo plazo las posibilidades de crecimiento de este sector.

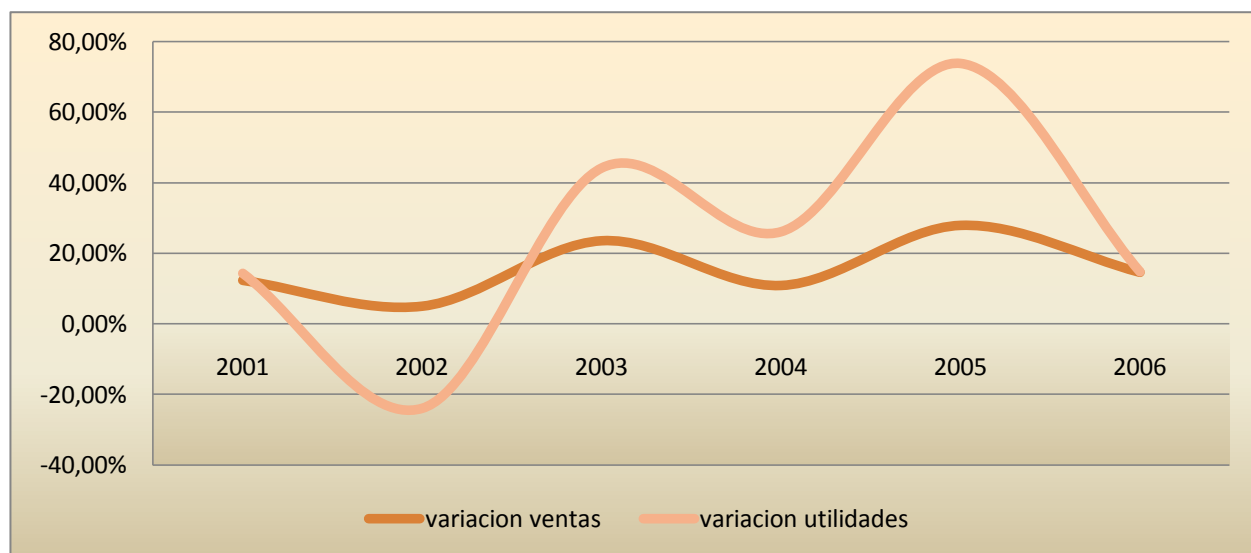
Gráfico 18: Evolución en activos vs. Evolución en utilidades.



A partir del 2003, de igual manera las utilidades han crecido en mayor porcentaje al crecimiento en ventas (Gráfico 19), es decir, claramente las empresas del sector han preferido mantener una estrategia de alta rentabilidad como principal recurso de generación de riqueza para los accionistas. Esta estrategia manejada como principal fuente de rentabilidad para los propietarios no es sostenible al largo plazo, muchas

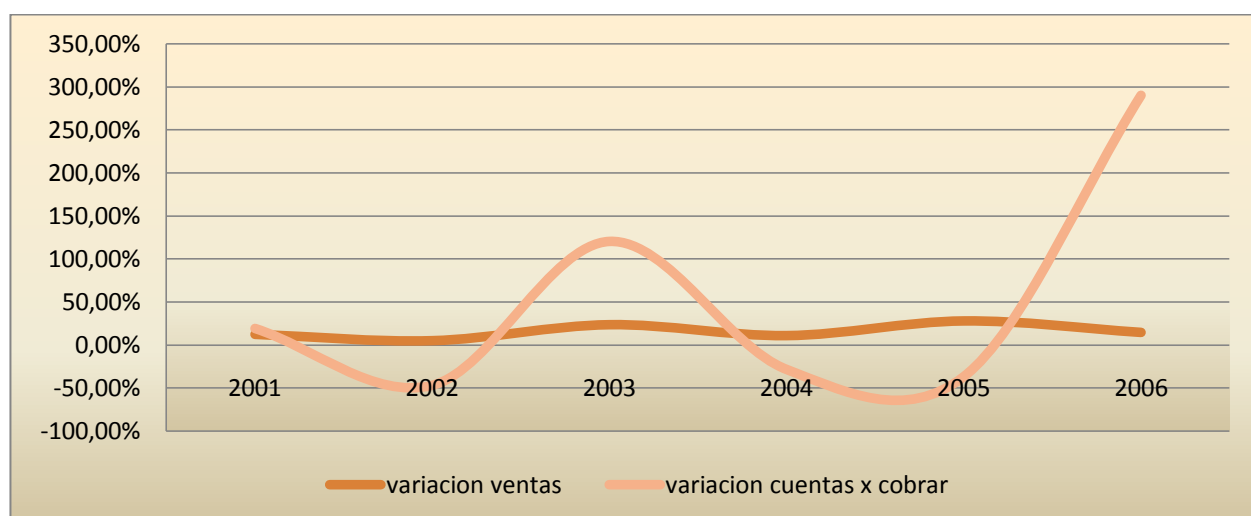
veces es preferible sacrificar rentabilidad por eficiencia, es decir, mover más los inventarios y productos con el fin de que por volumen se genere mayor retorno a los propietarios de estas empresas.

Gráfico 19: Evolución en ventas vs. Evolución en utilidades.



Las cuentas por cobrar (Gráfico 20) han mantenido una marcada variación durante el período analizado, en el 2004 crecen en mayor porcentaje que las ventas, lo mismo que en el 2007.

Gráfico 20: Evolución en ventas vs. Evolución en cuentas por cobrar.



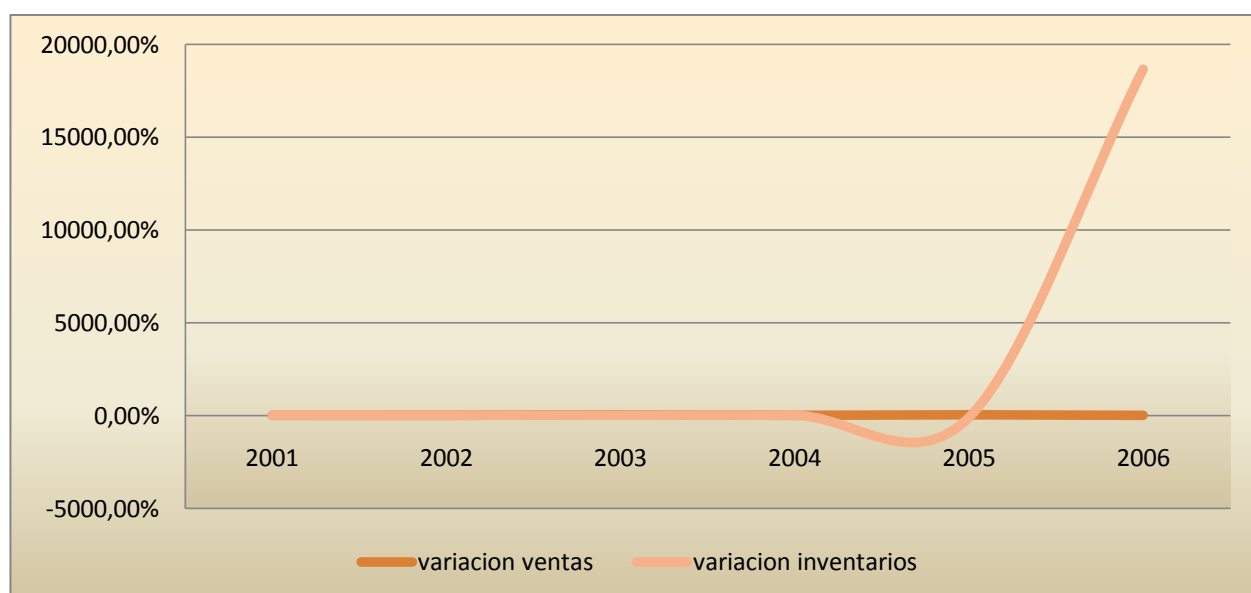
En la cuenta de inventarios (Gráfico 21), se puede verificar una estabilidad del año 2001 al 2005, donde no existe ninguna variación considerable, sin embargo se aprecia una gran depresión en el año 2006, el cual coincide con incertidumbre

económica y social que se da en el país fruto de los cambios y acontecimientos políticos que se dan durante este año, como consecuencia de la elecciones presidenciales y el cambio de un discurso de libre mercado a un discurso socialista.

Esta depresión se da como resultado de las expectativas que tienen los empresarios sobre los posibles cambios que se podían dar en el mercado, tal es así que el Índice de Confianza Empresarial que proporciona Deloitte mes a mes alcanza 81.2 puntos de 250 posibles para enero del 2007, 13.8% mas bajo que el del mes anterior y el menor en los últimos 12 meses⁴⁹. Adicionalmente el riesgo país subió de 674 a 922 de diciembre del 2006 a enero del 2007, los que permite verificar la afirmación antes señalada junto con una previsión de crecimiento del PIB del 3.47% a diferencia del 4.30% que se tuvo en el año anterior⁵⁰.

Estos signos indican la desconfianza del sector empresarial en ese año y fruto de esa incertidumbre se tiene una desinversión y además una contracción en el mantenimiento de stock lo que ocasiona una baja en el rubro de inventarios de tan considerable magnitud.

Gráfico 21: Evolución en ventas vs. Evolución en inventarios.

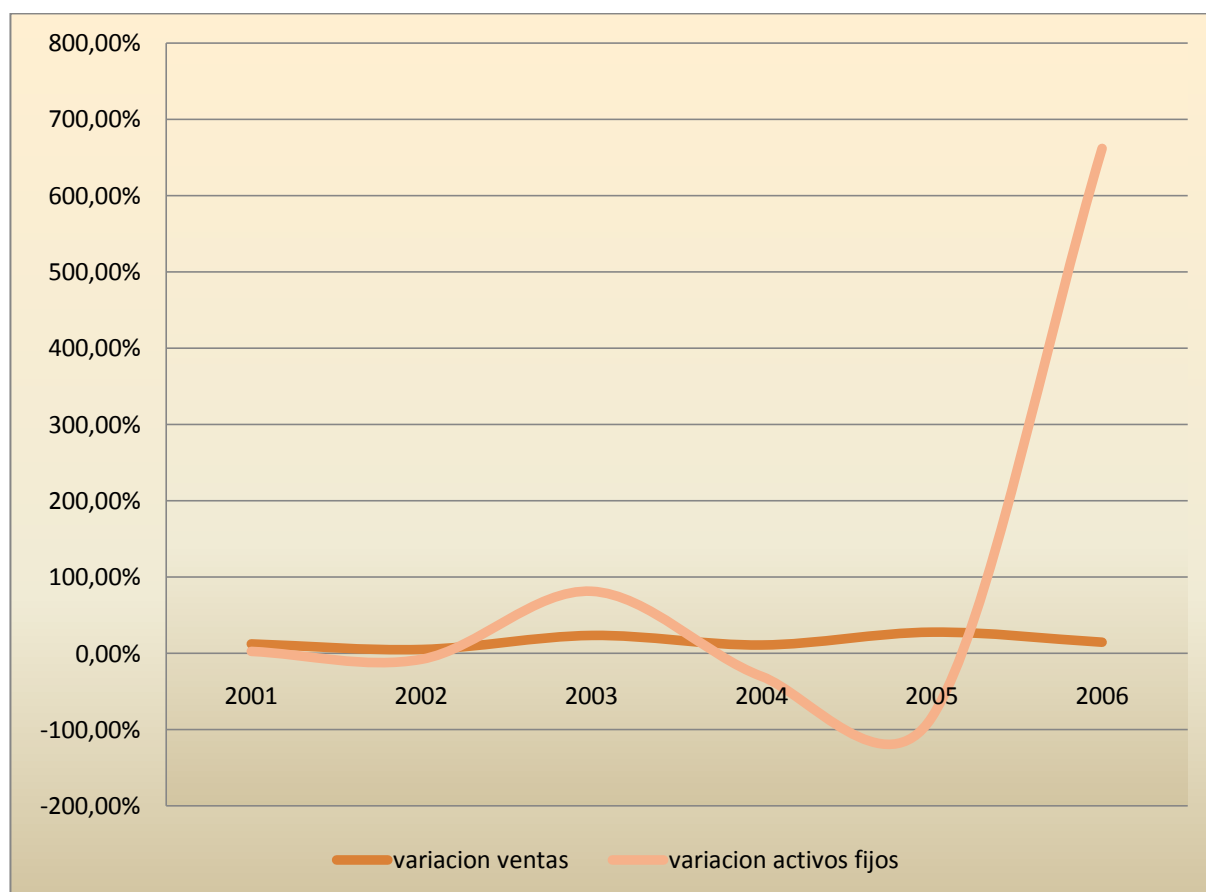


⁴⁹ s/a Índice de Confianza Empresarial. Deloitte Ecuador.

⁵⁰ S/a. www.bce.fin.ec

Las empresas en el último año analizado presentan un crecimiento significativo de inversiones en activos fijos, su deterioro en los niveles de rentabilidad les obligan a buscar un mejoramiento en sus niveles de eficiencia , lo que exige mayores inversiones en activos fijos a fin de buscar mayor competitividad y afrontar la competencia con mejor y mayor capacidad instalada. Las empresas deben continuamente invertir en activos fijos para mejorar tanto su posición como sus operaciones y así satisfacer de mejor manera una demanda local cada vez más exigente y que tiene mayores alternativas de compra tanto local como internacional. Según el Estudio de Competitividad realizado por Deloitte en el 2006 donde se realizo una encuesta a las 200 empresas mas grandes del Ecuador, el 84% de las mismas consideraban que u empresa era más competitiva que en el 2005, pero tan solo el 34% de los encuestados consideraban que el Ecuador había mejorado en este tema a nivel macro; adicionalmente el país para el año 2006 se encontraba en el puesto 87 en el Ranking de competitividad y bajo al 90 para el 2007⁵¹.

Gráfico 22: Evolución en ventas vs. Evolución en activos fijos.



⁵¹ s/a. Diario Hoy 27 de Septiembre del 2006

Finalmente, existen años donde se evidencia una marcada desinversión en las empresas (Gráfico 23), en el año 2003 disminuyen los activos casi un 8%, e el 2005 en un 30% y en el 2006 en un 84%. Esto puede deberse a que los inversionistas prefirieron desinvertir en sus empresas y comprar productos de terceros, como respuesta a la incertidumbre antes señalada. Al analizar esto frente a los pasivos es claro ver que en el período analizado no hay una fuerte tendencia a usar deuda para financiar activos fijos, como se pueden apreciar en el Gráfico 24, Gráfico 25 y Gráfico 26 que representan la evolución de los índices de endeudamiento del sector, donde se verifica la poca utilización de deuda como una herramienta para un desarrollo sustentable y así mismo se visualiza una utilización excesiva de patrimonio para cubrir el crecimiento de activos que se tiene.

Gráfico 23: Evolución en pasivos vs. Evolución en activos fijos.

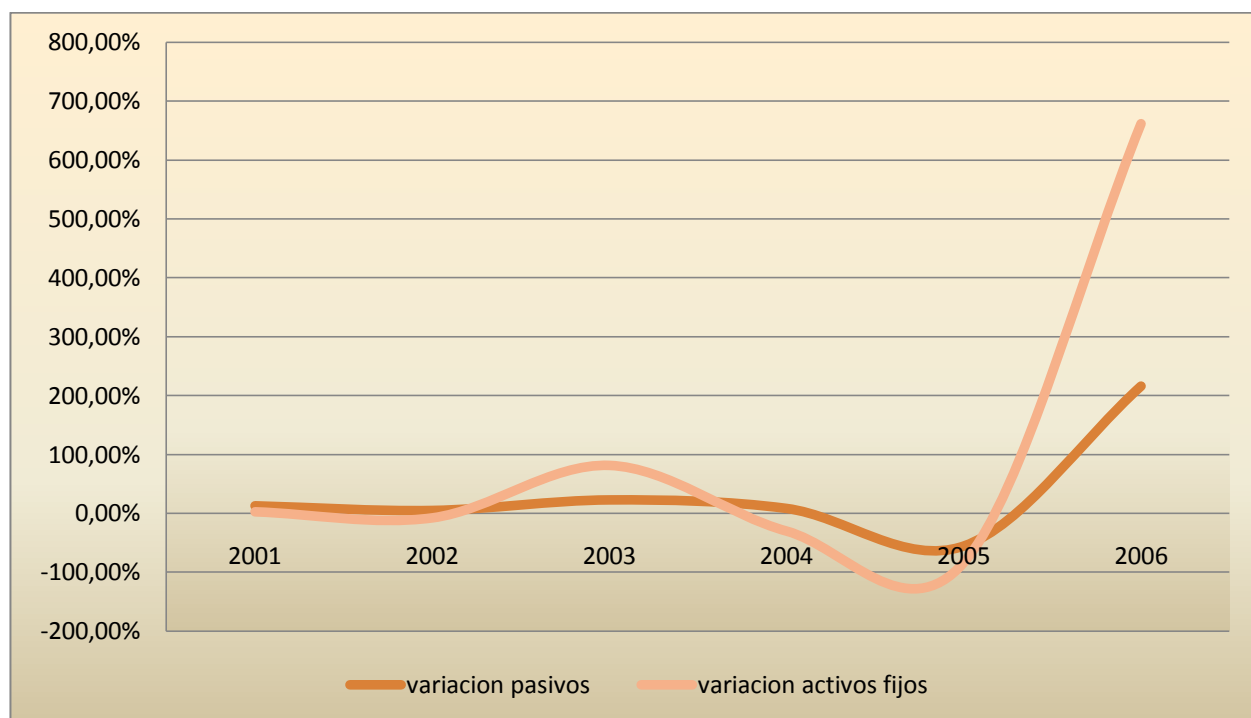


Gráfico 24: Pasivos/Activos (%)

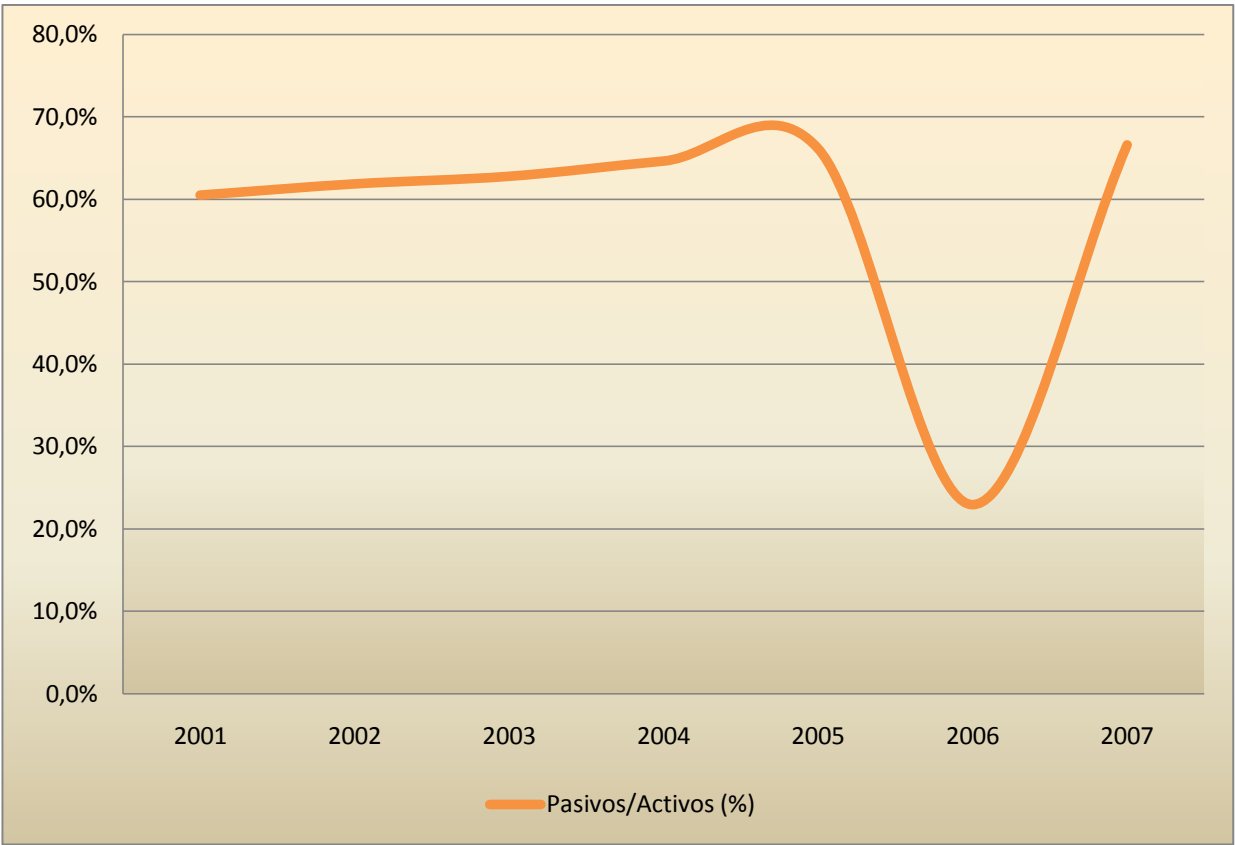
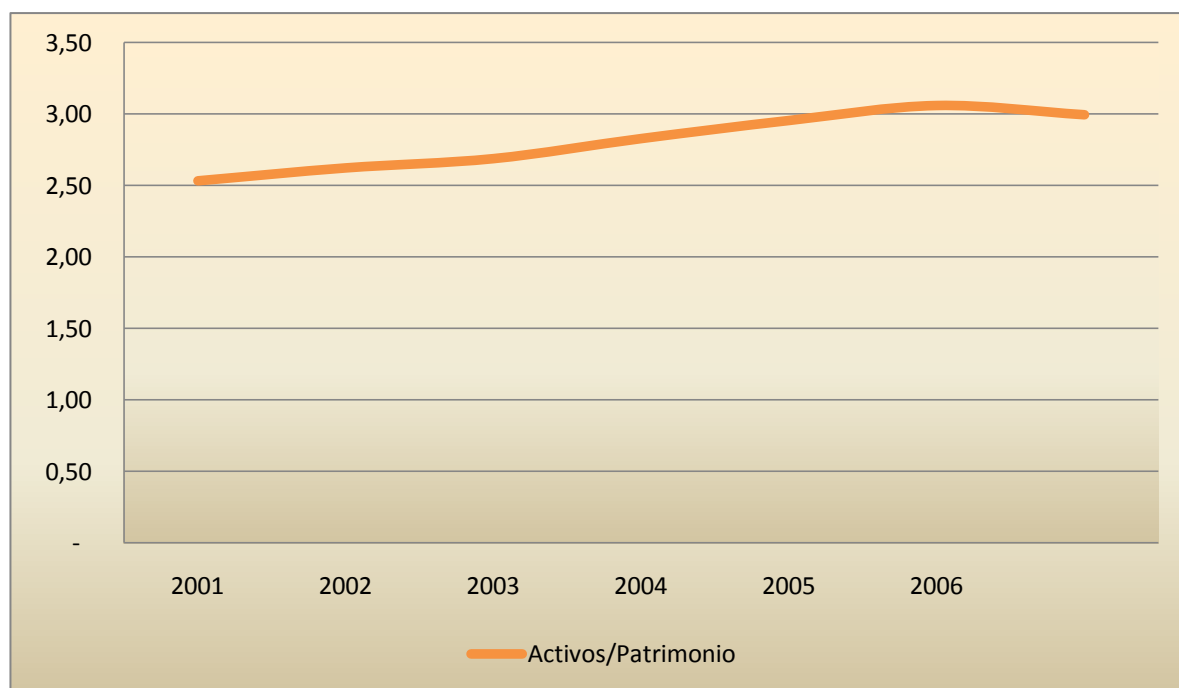


Gráfico 25: Pasivos/Patrimonio (%)

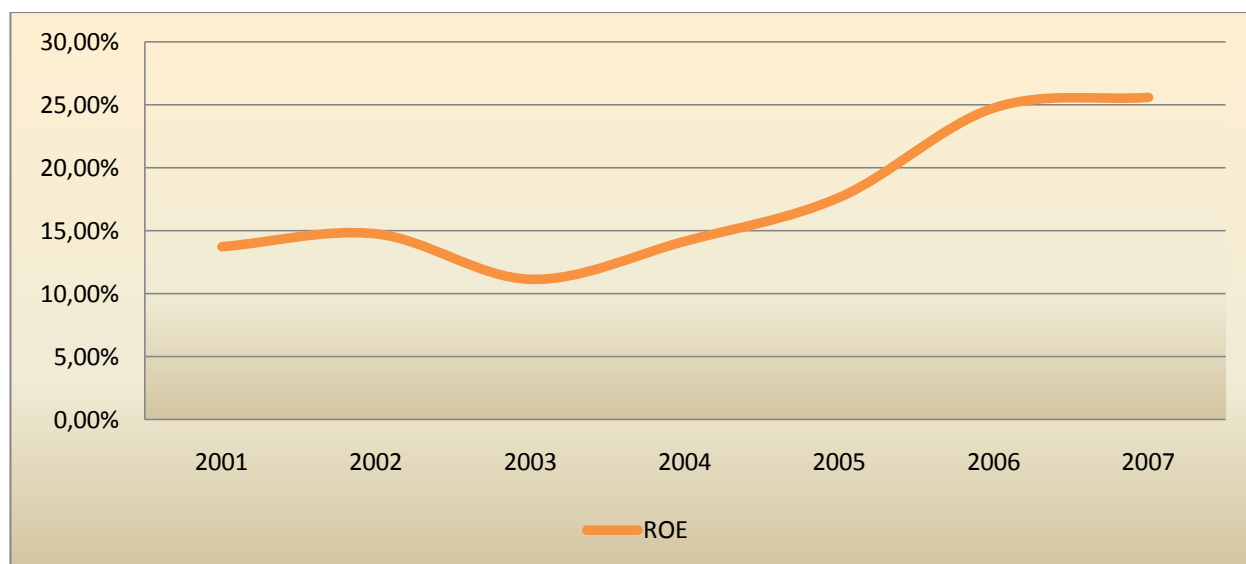


Gráfico 26: Activos/Patrimonio (%)



El real crecimiento de las empresas se puede verificar a través del ROE (Gráfico 27), que surge como el producto de los tres principales indicadores que manifiestan la estrategia que el sector ha seguido, como se puede visualizar en la tabla 1, a través de la cual se demuestra la preponderancia que los empresarios sean a la rentabilidad como herramienta para un desarrollo sustentable, dejando de lado a la eficiencia y al apalancamiento, el cual en el ultimo período comienza a tomar una importancia relevante dentro del desarrollo de las pymes.

Gráfico 27: ROE



Cuadro 5: Evolución de los indicadores financieros.

Índice	2001 - 2002	2002 - 2003	2003 - 2004	2004 - 2005	2005 - 2006	2006 - 2007	Promedio
Ventas/Activos	97%	98%	95%	92%	101%	91%	96%
Activos/Patrimonio	91%	93%	86%	87%	89%	106%	92%
Utilidad Neta/ventas	100%	101%	100%	100%	99%	100%	100%

El uso de estas tres estrategias se puede visualizar fácilmente a través de la siguiente matriz donde:

M: Muy utilizada

P: Poco utilizada

N: no utilizada.

Cuadro 6: Estrategias utilizadas.

Estrategia	2001 - 2002	2002 - 2003	2003 - 2004	2004 - 2005	2005 - 2006	2006 - 2007
Rentabilidad	M	M	M	P	P	P
Eficiencia	P	P	P	P	M	N
Apalancamiento	N	N	N	N	N	M

3.3. Sistema de desarrollo empresarial para pymes:

Un sistema de desarrollo empresarial se refiere a una serie de servicios para pequeñas y medianas empresas que tienen como objetivo incrementar la capacidad de las compañías, es decir, el número de empresas que entran a un mercado y que tengan un buen inicio en el mismo, así como el mejoramiento de su desenvolvimiento para tener mayor duración y desarrollo.

Para poder establecer cuales son las áreas, en las cuales se necesita aplicar nuevas estrategias y técnicas de planificación es imperativo tener una óptica clara de la situación actual de las pymes, es decir, lo primordial es dar un diagnóstico certero del sector que permita optimizar los esfuerzos y los recursos que se inviertan para tener un desarrollo sustentable.

Los sistemas de desarrollo empresarial trabajan principalmente en cuatro niveles principales:

1. Nivel de empresas: el cual se refiere a la realización de cambios a nivel interno, ya sean estos únicamente a nivel estratégico o inclusive asumiendo cambios culturales y de conducta que permitan un mayor desarrollo de la entidad.
2. Nivel intermedio: se refiere al cambio en instituciones de nivel “meso”, es decir en empresas que tengan relación directa con la pyme, pero cuyos cambios no involucren cambios en las políticas internas de la empresa.
3. Nivel “más allá de las empresas”: son cambios que se deben practicar en la sociedad los cuales se deben traducir a nivel familiar especialmente.
4. Nivel macro: son cambios en políticas estatales así como en el entorno normativo que regula a las pymes.

En todos estos niveles los servicios de desarrollo empresarial buscan cumplir con ciertos principios que le otorgan el grado de importancia necesaria para que se tomen en cuenta en la evolución adecuada de las pymes, entre estos principios están:

1. Cobertura: refiriéndose a la cantidad de personas que deben intervenir en las asesoría de una empresa, utilizando el personal necesario, así como las áreas en las cuales se deben trabajar, con esto se busca que el funcionamiento de los servicios de desarrollo empresarial sean eficientes y se conviertan en una herramienta de vital importancia para el logro de los objetivos de las pymes.
2. Eficiencia: que se relaciona no solamente con la manera como se presta el servicio, sino también con los costos que la prestación del servicio puede acarrear dentro de la organización.
3. Efectividad: que se traduce en la satisfacción de la prestación del servicio, a través del cumplimiento de objetivos y la entrega de resultados palpables para quienes contraten estos servicios.

4. Sostenibilidad: que se refiere al grado de financiamiento para los clientes así como el tiempo de duración del servicio que puede ser útil para el cliente.

Como se puede visualizar los servicios de desarrollo empresarial pueden abarcar varias áreas tales como capacitación, comercialización, administración, finanzas, marketing, etc; y a la vez tratan temas como utilización de recursos, grados de apalancamiento, capacitación, reclutamiento, ventas, etc.

Para la realización de un modelo de desarrollo óptimo para una pyme se debe tomar en cuenta que no se pueden abarcar todos los principios antes enunciados, ya que estos no son complementarios, sino más bien excluyentes, por ejemplo, si se desea tener mayor cobertura por ende se necesitara por ende incurrir en mayores costos lo que afecta al principio de sostenibilidad y a la vez dificulta una correcta evaluación del personal que trabaja en el modelo.

Los sistemas de desarrollo empresarial suelen caer, en muchos casos, en diferentes problemas que afectan su correcto diseño y ejecución, principalmente debido a la existencia de comparaciones entre situaciones o casos ya establecidos. El problema radica en que si se plantea la misma solución para varias pymes, la misma va a afectar de diferente manera ya que cada compañía va a tener su situación específica por lo que va a necesitar de diferentes tipos de medidas que le permitan solucionar sus problemas.

Dentro de las barreras que existen para poder utilizar las mismas medidas empleadas en casos anteriores están:

- Dificultad en la estandarización de datos para todo un sector, es decir, si bien se pueden utilizar variables macroeconómicas para relacionar con los índices de las pymes, es difícil estandarizar un índice empresarial para todo un sector a través del cual se diagnostique de manera correcta un problema específico de una empresa determinada, por lo que la estandarización de datos interrumpe el correcto diagnóstico de la situación de una empresa.
- La diferenciación de costos no solamente internos, sino entre los diferentes proveedores con cada empresa, no permite el establecimiento de una sola estrategia para la solución de problemas, si bien existe un panorama común para todas las empresas, los costos que las afectan van a variar sus políticas

en los diferentes departamentos y por ende entre las diferentes compañías del sector.

- La medición del impacto de la aplicación del sistema de desarrollo es primordial y es uno de los aspectos en los cuales existen más diferencias ya que según el modelo o la estrategia a aplicar los resultados y las consecuencias van a ser diferentes por lo que la medición del impacto debe ser uno de aspectos a ser tomados en cuenta para realizar la planificación de las actividades.

Una vez analizadas las barreras y las consideraciones a ser tomadas en cuenta para la aplicación de los sistemas de desarrollo empresarial, es imperativo analizar los instrumentos que se utilizan para brindar los servicios de desarrollo empresarial, ya que a través de ellos se busca alcanzar un mejoramiento sustancial en las pymes.

De manera general estos instrumentos se aplican a tres niveles micro, meso y macro, cada uno de ellos van dirigidos a pequeñas, medianas y grandes empresas respectivamente: por lo que se analizarán los instrumentos específicos para el sector (pymes), los que son:

- a) Capacitación: se refiere a la intervención basada en servicios educativos proporcionados por facilitadores o capacitadores que se encargan de optimizar el aprendizaje acerca de temas empresariales o vocacionales a través de los cuales se mejora el rendimiento de los receptores o grupos capacitados.

Tomando en cuenta la situación de las pymes en el país y su desarrollo en el mercado existen áreas en las cuales la capacitación debe ser primordial como son técnicas y estrategias contables, apalancamiento financiero, técnicas de producción y desarrollo de productos, beneficios de un financiamiento adecuado, elaboración e interpretación de índices financieros como herramientas para una evaluación financiera adecuada, etc.

Existen ciertos problemas generales que se dan al tratar de este instrumento entre los cuales están:

- Falta de información acerca de los beneficios de la capacitación dentro de una empresa.
- Desconocimiento de empresas proveedoras de capacitación empresarial en el medio ecuatoriano.
- Baja calidad de los facilitadores empresariales y mala elección de los temas a capacitar dentro de las empresas.

Para que la capacitación sea satisfactoria es necesario que esta tenga ciertas características, entre las cuales están:

- 1) Tratar la capacitación como una herramienta empresarial, es decir, no ver a este instrumento como una prolongación del colegio o la universidad, convertirla en un arma de desarrollo de la pequeña y mediana empresa a través de la cual se puedan establecer ventajas distintivas en el mercado.
- 2) Diferenciar una capacitación de un servicio financiero, ya que si bien el sector financiero de la empresa es primordial para su desarrollo, muchas veces la explicación y las mejoras de este departamento se puede traducir únicamente a través del estudio de la empresa como un todo verificando que cada sector tiene una relación estrecha con el otro y asumiendo que un cambio en cualquier línea de la compañía afecta al resto.
- 3) Hacer una capacitación en función de los deseos y los problemas con los clientes, ya que muchas veces se opaca las necesidades de los clientes en el diseño de estrategias de desarrollo de la empresa, o que entorpece la elaboración de una solución adecuada y que produzca resultados confiables.
- 4) Adecuar la capacitación a la situación de las pymes, ya que no se puede tratar de igual forma a una empresa grande que a una pequeña o mediana empresa, por lo que la capacitación debe estar dirigida a la forma específica de desarrollo y a los factores y herramientas que necesiten las pymes para optimizar su desarrollo.
- 5) Definir la institución y el personal adecuado para la prestación de los servicios de capacitación, ya que a través de ella se trata de mejorar la

situación de la empresa en el mercado lo cual debe estar traducido a través de un desarrollo o un crecimiento visible en cifras e indicadores.

- 6) Asegurar una evaluación y un monitoreo adecuado durante la prestación del servicio que permita garantizar el cumplimiento de objetivos y la aplicación de estrategias de retroalimentación que permitan el seguimiento del trabajo y una continua actualización del mismo.
 - 7) Mantener un compromiso con el cliente que permita brindar seguridad no solo de los objetivos a cumplir y de los resultados a entregar, sino también del conocimiento de las necesidades a satisfacer y sobretodo de la aplicación de un servicio que justifique el costo a cancelar.
- b) Consultoría y asesoría: la asesoría y consultoría a diferencia de la capacitación son términos utilizados con mayor frecuencia en el ámbito empresarial, ya que tratan de temas más técnicos y estimulan el autodesarrollo dentro de la empresa. Dentro de estos servicios se ayuda al cliente a la identificación de problemas y al planteamiento de estrategias que permitan solucionar los mismos, para lo cual se debe contar con un personal altamente calificado y que tenga experiencia en la resolución de estos conflictos.

En los últimos años los servicios de consultoría han sido ampliamente promocionados por la necesidad que surge en la sociedad de un trato técnico en cuestiones empresariales, por lo que junto con el boom de las pymes en la sociedad, este tipo de servicios cobran fuerza en el mercado como instrumento para maximizar el desarrollo de este tipo de empresas.

Dentro de las principales características de este tipo de servicios están:

- Se necesita de un personal altamente capacitado y experimentado con dinamismo, sentido analítico del mercado y sobretodo con predisposición a la escucha de los problemas de la empresa.
- Existe un distanciamiento cultural y social entre los asesores o consultores y los gerentes o dueños de las pymes, debido al distanciamiento existente entre quien brinda los servicios de desarrollo empresarial y quienes los requiere,

por ejemplo, si el asesor forma parte de algún organismo estatal la brecha de confianza entre estas personas puede generar un ocultamiento de información clave en el desarrollo de nuevas estrategias o en el diagnóstico de problemas.

- Uno de los problemas con la asesoría y la consultoría es que han sido brindados de manera estandarizada eliminando el sentido de individualidad del servicio y sobretodo la práctica ética y efectiva de una asesoría que garantice la obtención de resultados que solucionen los problemas específicos de la empresa que requiere los servicios.
- Existen muchas equivocaciones por parte de los asesores en sentido de la emisión equivocada de un diagnóstico real de la empresa en la que se va a trabajar, es decir, no se tiene información correcta y confiable de la situación actual de la empresa por lo que las acciones tomadas en base a esa información únicamente agrava la situación de la compañía.
- Muchos de los aspectos por los que las pymes no aceptan o buscan un servicio de esta índole radican en dos factores determinantes: La desconfianza del sector hacia los proveedores de este tipo de servicios debido al desconocimiento de las ventajas de que esta herramienta puede traer al negocio; y el costo que se paga por una asesoría individual, la cual muchas veces puede ser excesivamente cara. En ambos casos el empresario de una pyme no observa a este instrumento como una inversión para la empresa, sino que la toma en cuenta como un gasto que muy ocasionalmente puede arreglar los problemas por lo que se está atravesando.
- La consultoría y la asesoría han sido herramientas sin seguimiento, es decir, que dejan planteada la solución pero no mantienen un seguimiento adecuado que garantice el cumplimiento de resultados esperados en muchos casos este instrumento de desarrollo empresarial únicamente ha sido utilizado como vínculo para captar clientes en una nueva empresa o en algún organismo estatal.

Sin embargo, de todos los problemas por los cuales se atraviesan para obtener un buen proveedor de estos servicios, existen algunas políticas o factores que se deben

tener en cuenta para un mayor desarrollo de los servicios de asesoría y consultoría, entre los cuales están:

- 1) Fortalecimiento de la consultoría local y de la capacidad de asesoría, se refiere al fortalecimiento de empresas que provean estos servicios a través de la creación de centros que promuevan este tipo de actividades como incubadoras de empresas o centros de ayuda locales o regionales que permitan identificar problemas comunes y a través de ideas plantear diversas soluciones a aquellos problemas.
- 2) Profesionalismo, este es uno de los mayores factores que se deben tomarse en cuenta ya que a través del cambio en este se pueden obtener mayores y mejores resultados. El profesionalismo no afecta solamente a quienes son los encargados de brindar la asesoría, sino a quienes escogen a sus asesores, por lo que tiene que trabajar en un reclutamiento apegado a técnicas de selección específicas al tratarse de personal de élite en el desarrollo de los negocios pequeños y medianos. Adicionalmente el profesionalismo debe estar traducido a través de un trabajo consciente y ético que promulgue un desarrollo sustentado en técnicas profesionales y en valores humanos que primen en el mercado.
- 3) Hacer un diagnóstico consciente previo al emprendimiento de cualquier plan de acción, esto garantiza la realización de actividades que procuren una evolución de la empresa ante una situación concreta y en una solución estandarizada basada en resultados anteriores con empresas de un mismo sector. La elaboración de un diagnóstico claro, preciso y útil es primordial para la ejecución de planes de acción que se establezcan sesiones de asesoría o consultoría.
- 4) La especificidad en los planes de acción habla de la individualidad en la aplicación del trabajo, es decir, tomar en cuenta a cada empresa como un caso único que no se puede volver a repetir con el afán de realizar todo un proceso de diagnóstico y solución de problemas en base a las circunstancias que la empresa en particular esté pasando en un tiempo determinado.

- 5) La asesoría y la consultoría tienen un tinte técnico que no se puede comparar con ningún otro tipo de instrumento, puesto que estos servicios están diseñados para solucionar problemas empresariales y promulgar un desarrollo sustentable del sector. Para ello es necesario que los asesores o consultores tengan un conocimiento adecuado del área en el que se va a trabajar y ser consciente de las dudas, problemas e interrogantes que los clientes tienen.
 - 6) Costo / Eficiencia: es indispensable tener en cuenta las circunstancias económicas que atraviesa la empresa que busca la asesoría o la consultoría, por lo que se tiene que optar por la eficiencia en cuanto al costo del servicio que se presta, es decir, no abusar de la necesidad de desarrollo de la compañía para realizar un cobro excesivo, sino se debe predisponer a un uso eficiente de los recursos que se cobren por el servicio con vistas a maximizar el desempeño de cada colaborador que participe en el asesoramiento de la empresa.
 - 7) Se necesita garantizar calidad al prestar este tipo de servicios, para lo cual hay que tener en cuenta la especialización de ciertas empresas en ciertos servicios, con lo que la ayuda entre los proveedores de servicios de desarrollo empresarial debe ser una herramienta de gran uso, con el afán de brindar una asistencia de calidad.
- c) Desarrollo de entidades comerciales.

CAPITULO IV: Evaluación del Mercado pymes en el Ecuador.

4.1. Definición del tamaño de la muestra.

Para la obtención de resultados adecuados que permitan emitir conclusiones y recomendaciones acertadas para el mercado en base a las opiniones de quienes son participantes en el mismo, es indispensable aplicar encuestas como herramienta para conseguir información.

En este sentido es primordial aplicar un método de muestreo que permita seleccionar una muestra que identifique al mercado de empresas y a través de el llegar al nicho de mercado que es el de pequeñas y medianas empresas, por ende se va a aplicar un método de muestreo probabilístico aleatorio simple, en el cual se tiene como universo a 3406 empresa que es el número registrado en la Superintendencia de Compañías al 2008, y es el universo registrado sobre el cual se va a obtener la muestra.

Dentro del universo seleccionado se encuentran las correspondientes a varios sectores: agricultura, avicultura, pesca, ganadería, caza, silvicultura y floricultura; comercio al por mayor y menor, construcción, explotación de minas, canteras y servicios petroleros, industria manufacturera, servicios varios y asesoría, transporte y comunicación y otras.

Para definir el tamaño de la muestra considerando la información antes mencionada, se aplicó la siguiente fórmula, tomando en cuenta un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 4%:

$$n = \frac{(z^2 pqN)}{\delta^2(N-1) + z^2 pq} =$$

Donde:

n = tamaño de la muestra.

z = valor normal estándar asociado con el nivel de confianza seleccionado.

p = proporción estimada

q = diferencia proporcional ($1 - p$)

N = tamaño del universo finito.

σ = margen de error seleccionado.

Para la aplicación de la fórmula la proporción estimada p es del 12%, debido al número de sectores existentes, por ende la diferencia proporcional q es del 88%.

El valor estándar asociado al nivel de confianza del 95 % (z), es 1,96.

Considerando todas las variables cubiertas y al aplicar la fórmula antes indicada el tamaño de la muestra que representa el número de empresas a ser encuestadas es de **236**, redondeando **240**, número que se repartirá entre los sectores indicados.

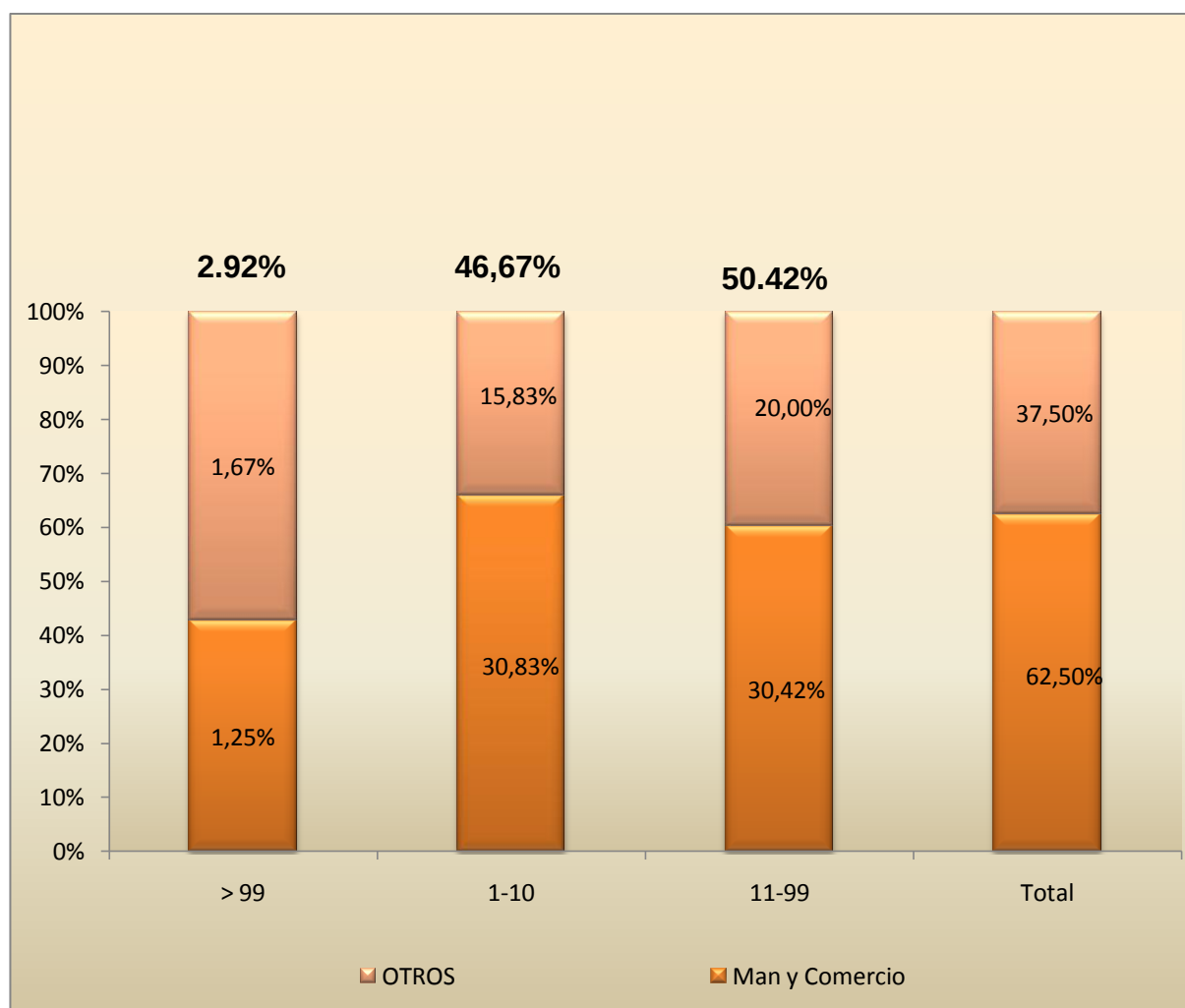
4.2. Presentación y análisis de resultados.

La opinión del nicho de mercado se debe evaluar de manera objetiva y acertada, por lo cual las respuestas a las preguntas de la encuesta deben representar no sólo si las pymes reciben o no créditos, sino también las causas de ello y las posibles soluciones desde el punto de vista de quienes dirigen a las empresas de este sector.

En este sentido las preguntas que van a ser analizadas son las que van a proveer la información necesaria para emitir conclusiones y recomendaciones precisas que permitan un mejor desarrollo de las pequeñas y medianas empresas.

En primer lugar es necesario identificar el nicho y tomar en cuenta su opinión de manera prioritaria. De las 240 empresas consultadas 150 (62.50%) son de manufactura y comercio y 90 (37.50%) pertenecen a los otros sectores. De las 150 empresas de manufactura y comercio 73 tienen entre 11 y 99 empleados, número que concentra al nicho de mercado en el cual se enfoca el estudio. El objetivo es la identificación del nicho adecuado que permita determinar el sector de forma acertada y emitir conclusiones y recomendaciones apegadas a su realidad.

Gráfico 28: Clasificación de empresas encuestadas.



Para quienes han incursionado en negocios y se han mantenido en el mercado, existen factores claramente identificados que limitan el desarrollo de las pymes. La situación económica del país es sin duda el mayor limitante debido a que el crecimiento de la economía del país incide de manera significativa en el crecimiento de las pymes y a la vez en el surgimiento de nuevas empresas. Adicionalmente la influencia de las variables macroeconómicas sobre las decisiones y estrategias de desarrollo que pueden tomar las empresas es un factor importante y, por ende este condicionante se convierte en el mayor limitante para el desarrollo de las actividades de una pyme.

La corrupción es un factor que influye de manera predominante en las diferentes estrategias que quienes están al frente de este tipo de negocios; ya que la desconfianza generada por casos anteriores donde esta variable pudo afectar al

rendimiento en la gestión de la empresa ya sea por la obtención de resultados negativos o por dificultades en los procedimientos para la aplicación de nuevas estrategias, por lo que la corrupción impulsa a las pymes a mantener una sola forma de manejo de recursos y restringe el acceso a nuevas oportunidades de crecimiento y desarrollo.

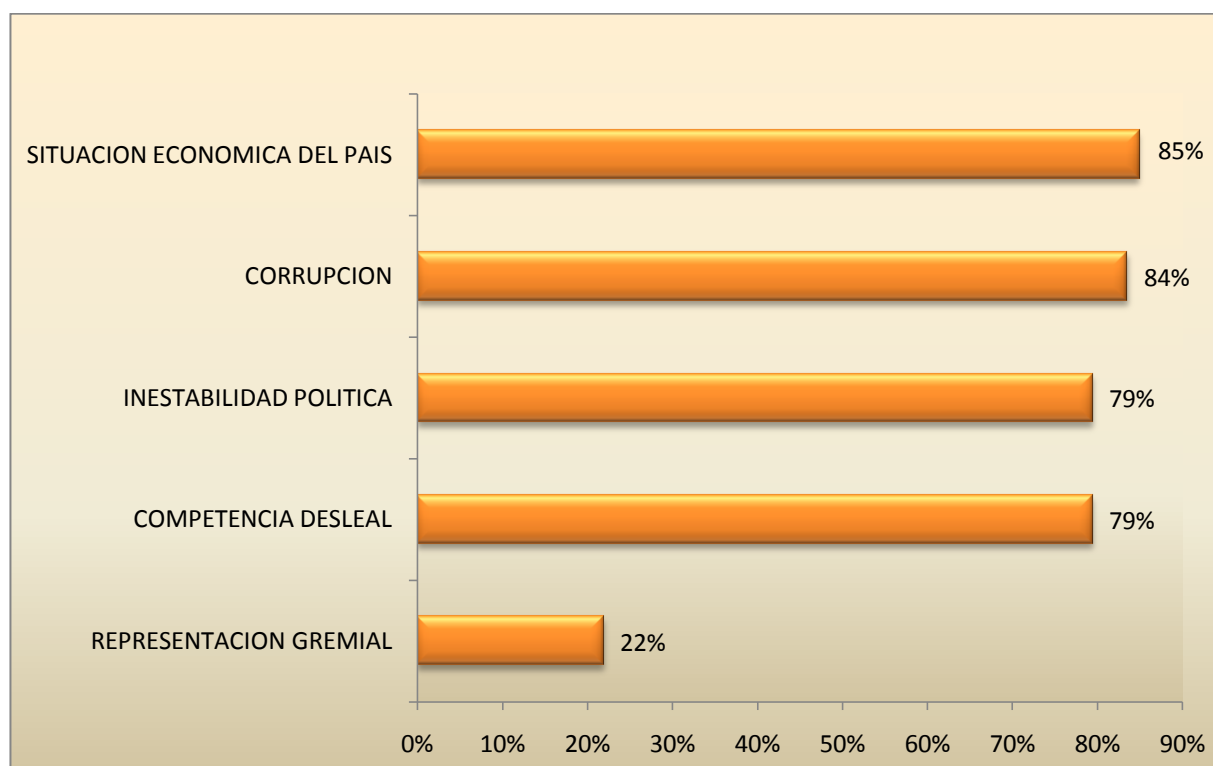
La inestabilidad política del país es un limitante primordial en la toma de decisiones empresariales debido a que el cambio en el panorama macroeconómico local afecta de manera directa en el desarrollo de estrategias y en el planeamiento de actividades a realizar.

El cambio en las decisiones económicas estatales crean nuevas expectativas, amenazas y oportunidades para las pymes por lo que la continua variabilidad de gobernantes junto con las diferencias tan marcadas en las políticas de estado provocan un medio inestable no solo para quienes buscan un crédito, sino también para los agentes encargados de la entrega de los mismos, lo que repercute en las garantías que se deben exigir para poder otorgar un préstamo y en si dificulta el acceso oportuno al mismo.

De igual forma que los anteriores factores la competencia desleal representa un factor muy importante para el desarrollo normal de las pymes debido a su dificultad para mantener una línea dinámica en el mercado junto con la planificación de estrategias que le brinden la oportunidad de establecer ventajas en los diferentes productos y servicios que provean. Al momento de referirse a la competencia desleal se toman en cuenta varias formas, como son; el contrabando, la piratería, la lucha permanente contra las grandes empresas que presentan barreras de penetración muy difíciles de superar e incluso las dificultades que las instituciones financieras ponen a las pequeñas y medianas empresas para la obtención de créditos en unos casos para iniciar sus actividades y en otros casos para aumentar su capacidad productiva.

Un aspecto que va de la mano con el anterior elemento es la representación gremial, ya que al no tener una adecuada organización, se dificulta el mantenimiento y el desarrollo de estrategias que le permitan a los negocios sobresalir el uno de otro.

Gráfico 29: Aspectos que actúan como limitantes para el desarrollo de las pymes.



Adicionalmente a los problemas que enfrentan las pequeñas y medianas empresas con el medio macroeconómico, es importante analizar como influye la relación con la competencia, posteriormente se necesita verificar cuales son los problemas que afectan al desarrollo comercial de las pymes.

Según quienes dirigen empresas que forman parte del nicho el contrabando es el mayor problema que tienen que afrontar, entre otros motivos por el re ordenamiento que tienen que hacerse a las estrategias debido a la falta de ventas de la mercadería legalmente comercializada, pero que no puede competir con precios de mercadería de contrabando.

Para complementar este problema la falta de controles impiden la detección oportuna de este tipo de delitos y de otras ilegalidades que pueden se pueden cometer, esto dificulta el ingreso y el mantenimiento de una empresa dentro del mercado, es decir, no se puede contar con el respaldo de las autoridades para evitar estas dificultades que evitan el desarrollo normal de las empresas.

Dentro de este marco ilegal el incumplimiento de las leyes se convierte en un problema para las pymes en lo relacionado con la competencia, ya que al tener empresas desleales con el gremio y que desean obtener ventajas en el mercado a costa del incumplimiento de leyes, se avizora un panorama injusto para aquellas que cumplen con todos los mandatos de las autoridades y realizan un esfuerzo económico y laboral para cumplirlo.

Ante estas situaciones es necesario recalcar la falta de una representación gremial eficiente que procure un ágil y correcto desarrollo de las pequeñas y medianas empresas y más bien sobresale una representación que obstaculiza el desarrollo de estos sectores al no brindarles las herramientas suficientes para mejorar su desempeño en el mercado y tender a un crecimiento constante.

Entre otros obstáculos para el desarrollo eficiente y correcto de las pymes están los problemas que estas experimentan con la competencia, sea cual sea su formas, es decir, informalidad, contrabando, falta de controles o competencia desleal.

Gráfico 30: Problemas que enfrentan las empresas con la competencia.



Al verificar y analizar esta información, los empresarios deducen como mayor problema el contrabando, por las dificultades y los constantes problemas que tienen

al enviar mercadería de un país a otro, además de la falta de control en fronteras, lo que origina una competencia desleal de precios debido a las desventajas que las pymes poseen ante este problema.

Dentro de este mismo ámbito y directamente relacionado con el contrabando, la falta de controles influyen directamente en el desarrollo normal del sector, aspecto que puede llevar a que muchas personas tomen ventaja en varios aspectos como contrabando, fijación de precios e incluso especulación de los mismos basados en mercadería de dudosa procedencia. Por este motivo se necesita un control que permita una competencia leal basada en la calidad y la fijación de precios adecuados, convirtiendo al estado en un facilitador de un mercado apto para el comercio y que brinde facilidades para el desarrollo y la apertura de nuevos negocios que estimulen a la economía del país.

El tercer problema que se percibe con gravedad es el incumplimiento de leyes, las cuales se manifiestan a través de la evasión de impuestos, contrabando e incluso la venta de productos de mala calidad lo que determina que los clientes tengan una percepción negativa sobre las pymes. El incumplimiento de las leyes que implica además que las pymes tengan que fijar nuevas estrategias de desarrollo con el fin de evitar las barreras de entrada ya sean estas legales o ilegales y por ende se ven limitadas las oportunidades de un desarrollo equitativo en comparación a las grandes empresas, esta es una de las principales amenazas que enfrentan los miembros del sector, ya que si existe un incumplimiento de leyes unido a la falta de control eficiente, únicamente se puede subsistir en el mercado mas no desarrollarse eficiente y adecuadamente en el mismo.

La informalidad también es considerada como una de los obstáculos para el desarrollo de las pymes. Las consecuencias que este factor determina sobre el mercado se constatan en varios sectores como: el logístico, el comercial, el financiero, el productivo entre otros. La planificación que hace cada pyme se ve afectada por este factor ya que al no poder mantener un estudio de mercado que indique como afecta directa e indirectamente la informalidad, no se pueden tomar decisiones acertadas acerca de cómo combatir contra dicho factor.

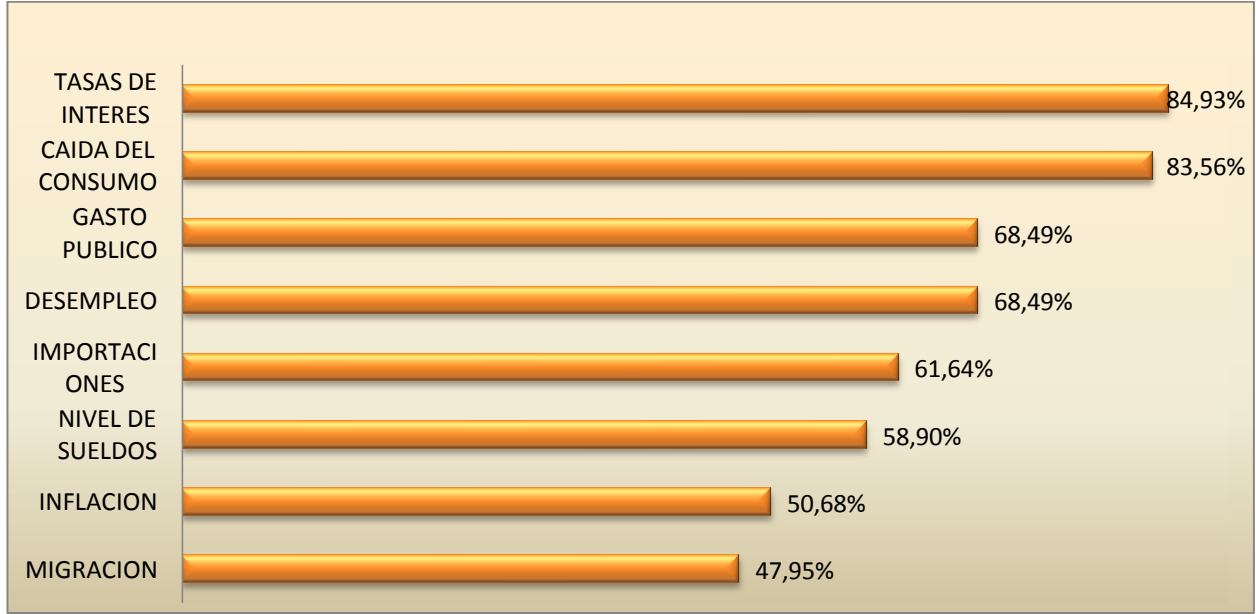
Conjuntamente con el resto de factores la competencia desleal opaca el rendimiento de las empresas del sector analizado, por la dificultad en fomentar una estrategia

comercial que maximice sus ganancias, y que los precios bajos, establecen techos inferiores, obligando a recurrir a técnicas de escala en las que las empresas grandes tienen mayores posibilidades de desarrollo en el mercado. La dificultad de mantener un ambiente productivo constante hace que las empresas fijen sus esfuerzos en estrategias de eficiencia y rentabilidad y evita que analicen la posibilidad de una combinación adecuada de las tres estrategias primordiales que estimulen un desarrollo ágil y eficiente.

El subsidio a la importación de ciertos productos, sobretodo en el período analizado, ocasiona un mayor esfuerzo económico y productivo para mantener los mismos estándares de calidad que los productos del exterior y más aun, no se brinda ventajas ni se crean barreras de entrada eficientes para los productos extranjeros y que estimulen el consumo del producto nacional obligando a la gerencia de las pymes a buscar alternativas para mantener una producción estable y obtener la mayor cantidad de ganancia en las ventas.

Es indispensable analizar cuan grave es la limitación que imponen los factores macroeconómicos al desarrollo de las pymes y, cuáles consideran los empresarios son los mayores limitantes que se convierten en obstáculos para el desenvolvimiento normal de los negocios.

Gráfico 31: Ranking de problemas que enfrentan las pymes por la situación macroeconómica del país.



Los empresarios consideran que las tasas de interés se presentan como el mayor limitante que afecta a sus negocios, entre otras razones por las repercusiones financieras y económicas que éstas pueden tener, no sólo en un ámbito microempresarial, sino también a nivel social, es decir, reducción del consumo debido a una rebaja del crédito entregado. Con la limitación del consumo se obtiene a la vez una disminución en las ventas, obligando a las empresas a tomar decisiones estratégicas en cuales sacrifican su desarrollo y escogen otro tipo de maniobras que terminan por afectar el desenvolvimiento de las pymes.

Una de las consecuencias del alza de las tasa de interés y que determina las estrategias comerciales de las pymes, es la caída del consumo, que a la vez impacta gravemente a las decisiones económicas y sociales que toman los gobiernos de turno y se convierte en un verdadero reto para los empresarios por las consecuencias que ésta produce. Esta reducción en las ventas de productos y en la adquisición de servicios, conduce a la innovación constante en la forma de atraer clientes debido e incluso obliga a la reducción de costos con el afán de mantener una utilidad que le permita al negocio seguir desarrollándose en el mercado.

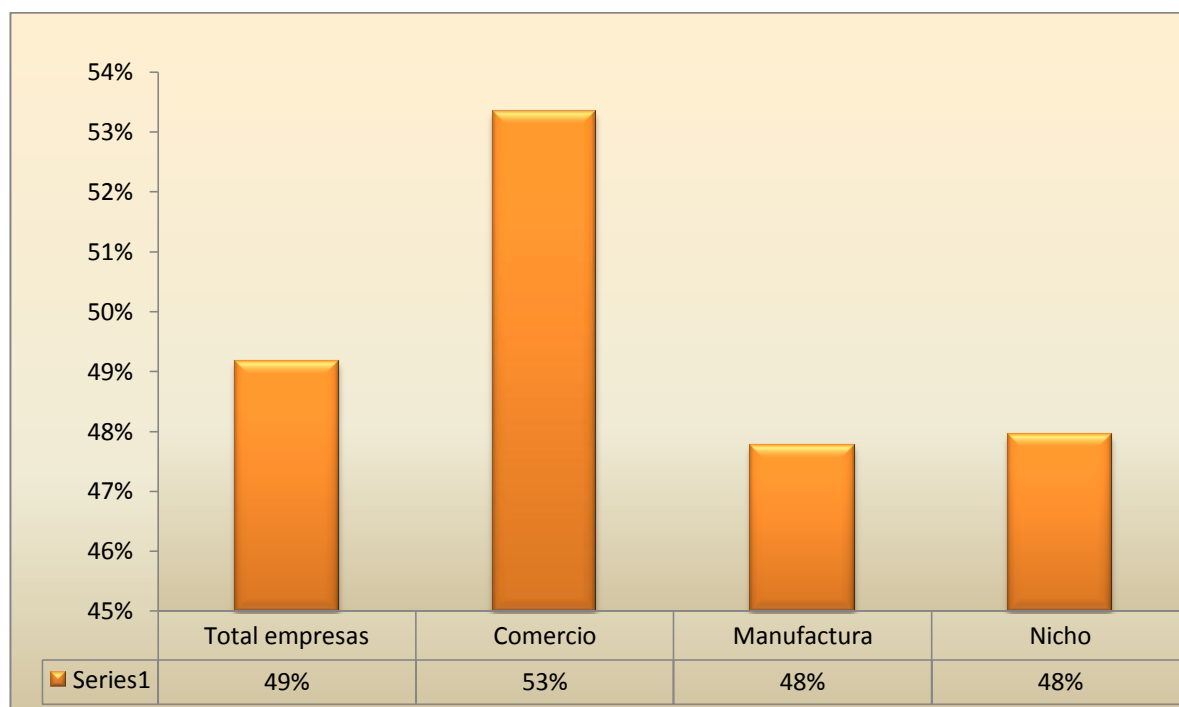
Según el criterio de quienes dirigen las pymes una de las variables macroeconómicas que afectan a su desarrollo, es el gasto público. Si bien parece que este aspecto es importante únicamente para el gobierno, también afecta a quienes se convierten en los proveedores de servicios, ya que según como se haga la selección de empresas para contratos del estado, se podrían adjudicar a las pymes y con esto darles oportunidad de crecimiento, cuya magnitud irá de acuerdo a la planificación presupuestaria del gobierno.

El desempleo es un fenómeno socio – económico que tiene una relación muy estrecha con las pymes, ya que estas fungen como catalizadoras de este problema y permiten mejores soluciones al proporcionar varias plazas de trabajo que pueden ser aprovechadas por la sociedad. Este factor influye en el desarrollo de las pymes, ya que la mano de obra que requieren va a tener un precio máximo que condicionará de mejor manera el manejo del personal y la capacidad productiva del negocio según la oferta de vacantes laborales, permitiendo a los gerentes de empresas recurrir a nuevos tipos de estrategias que les faculte para obtener mayores ventajas en el mercado.

Las circunstancias macroeconómicas afectan directamente al desenvolvimiento del negocio, las importaciones, el nivel de sueldos, la inflación y la migración son factores que limitan gravemente al sector, por lo que las decisiones estatales referentes a la competitividad, a la industria y sobretodo al manejo de recursos destinados al impulso de este sector se vuelve imperativo para las expectativas de quienes dirigen empresas que se encuentran dentro del sector.

Analizando más la necesidad de información sobre los créditos recibidos, del total de las empresas que se tomaron en cuenta para el estudio; el 51% realizaron una solicitud de crédito, es decir que del total de las empresas de comercio 32 pidieron financiamiento (53%) y de las del sector manufacturero el 48% (43 de 90 empresas) y concentrándose más en el nicho el 48% utilizaron esta herramienta, es decir que 35 de 73 pymes solicitaron un crédito (Gráfico 32).

Gráfico 32: Porcentajes de empresas que han solicitado créditos.



Así mismo de todos estos procesos de solicitud de crédito, el 87% de empresas accedieron a esta herramienta o sea 103 empresas de las 122 que solicitaron. En el sector comercio 27 empresas tuvieron una respuesta afirmativa, es decir el 84%, al igual que en manufactura (43 empresas), como lo indica el gráfico 33.

De manera semejante, están las empresas de los otros sectores productivos que corresponden a agricultura/ganadería, construcción, minería/petróleo, transporte/telecomunicaciones y otros, las cuales han obtenido la aprobación de los créditos solicitados en su totalidad (100%), a diferencia de las empresas de servicios y asesoría de las cuales 10 tuvieron créditos aprobados (77%) y a 3 les negaron su solicitud (23%), lo que se verifica en el gráfico 34.

Gráfico 33: Porcentaje de empresas con el crédito aprobado y negado.

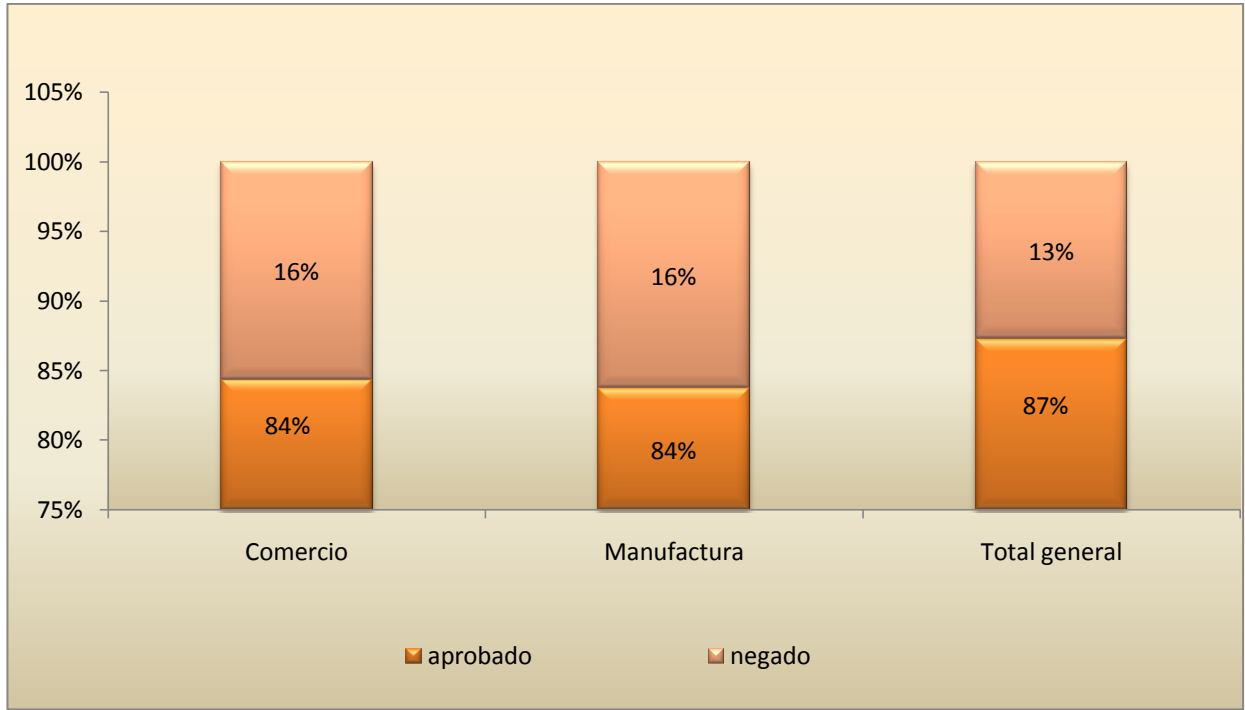
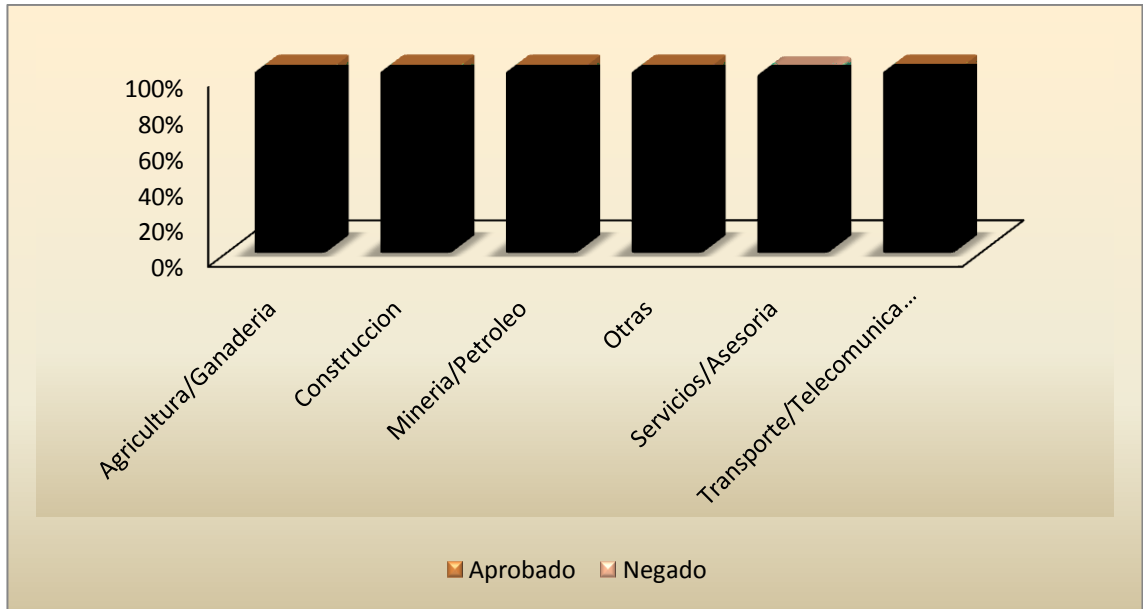


Gráfico 34: Porcentaje de empresas con el crédito aprobado y negado por sector.



Adicionalmente, existieron varias alternativas para la selección de entidades para solicitar el crédito, que dependiendo el sector se distribuyen de manera diferente. Así en el sector comercio 31 empresas prefirieron a los bancos (93%) y tan sólo una empresa solicitó el crédito a financieras (3%).

En manufactura, los porcentajes son similares ya que el 91% de las solicitantes prefirieron a los bancos (39 empresas), el 2% a mutualistas (1 empresa) y el 7% escogieron la ayuda de financieras (3 empresas).

En agricultura/ganadería, construcción, minería/petróleos otras y transporte/telecomunicaciones, el 100% de los solicitantes prefirieron recurrir a bancos, mientras que para las empresas de servicios/asesoría el 90% de empresas prefirieron a bancos (11 empresas) y el 10% restante (1 empresa) solicitó el crédito a una mutualista (Gráfico 35).

Estos valores se mantienen al hablar de la totalidad de las empresas que solicitaron crédito, ya que 111 tomaron la alternativa de los bancos (91%), las mutualistas fueron visitadas por el 2% (2 empresas), el 3% solicitó la ayuda de financieras (4 empresas), mientras que el 4% restante escogió a las cooperativas (1 empresa), información que se la puede visualizar de mejor manera en el gráfico36.

Gráfico 35: Instituciones a las cuales se les solicitan crédito por sector.

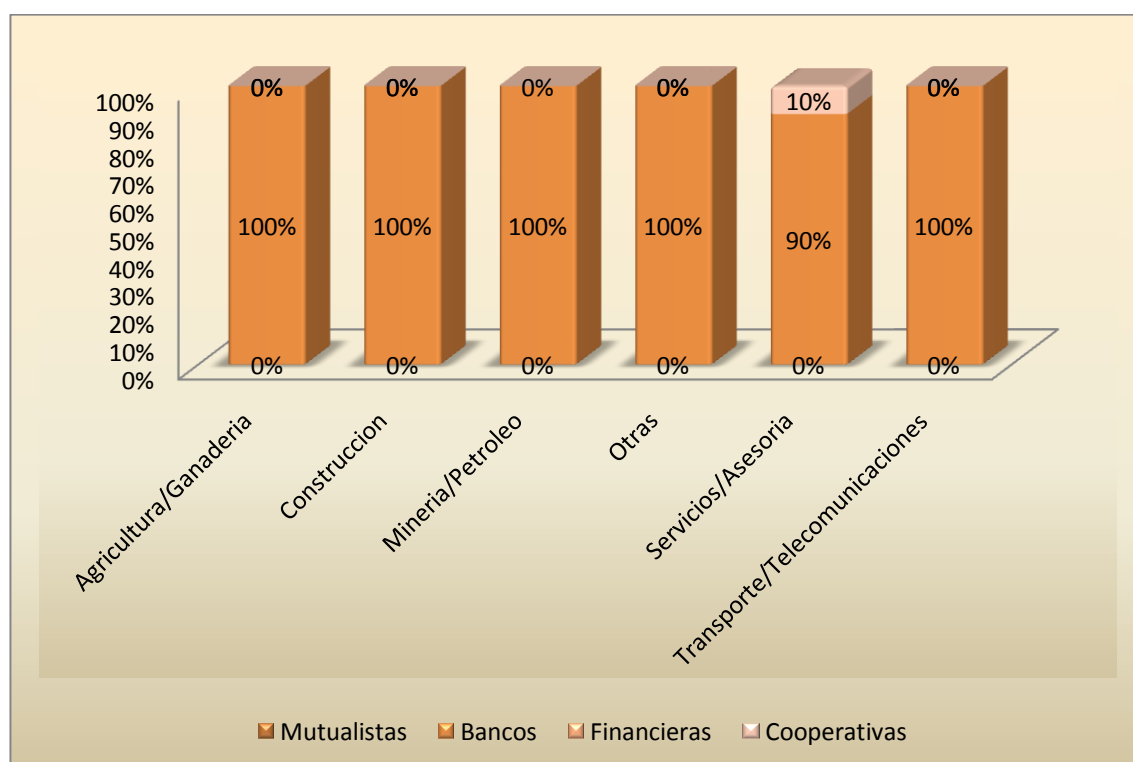
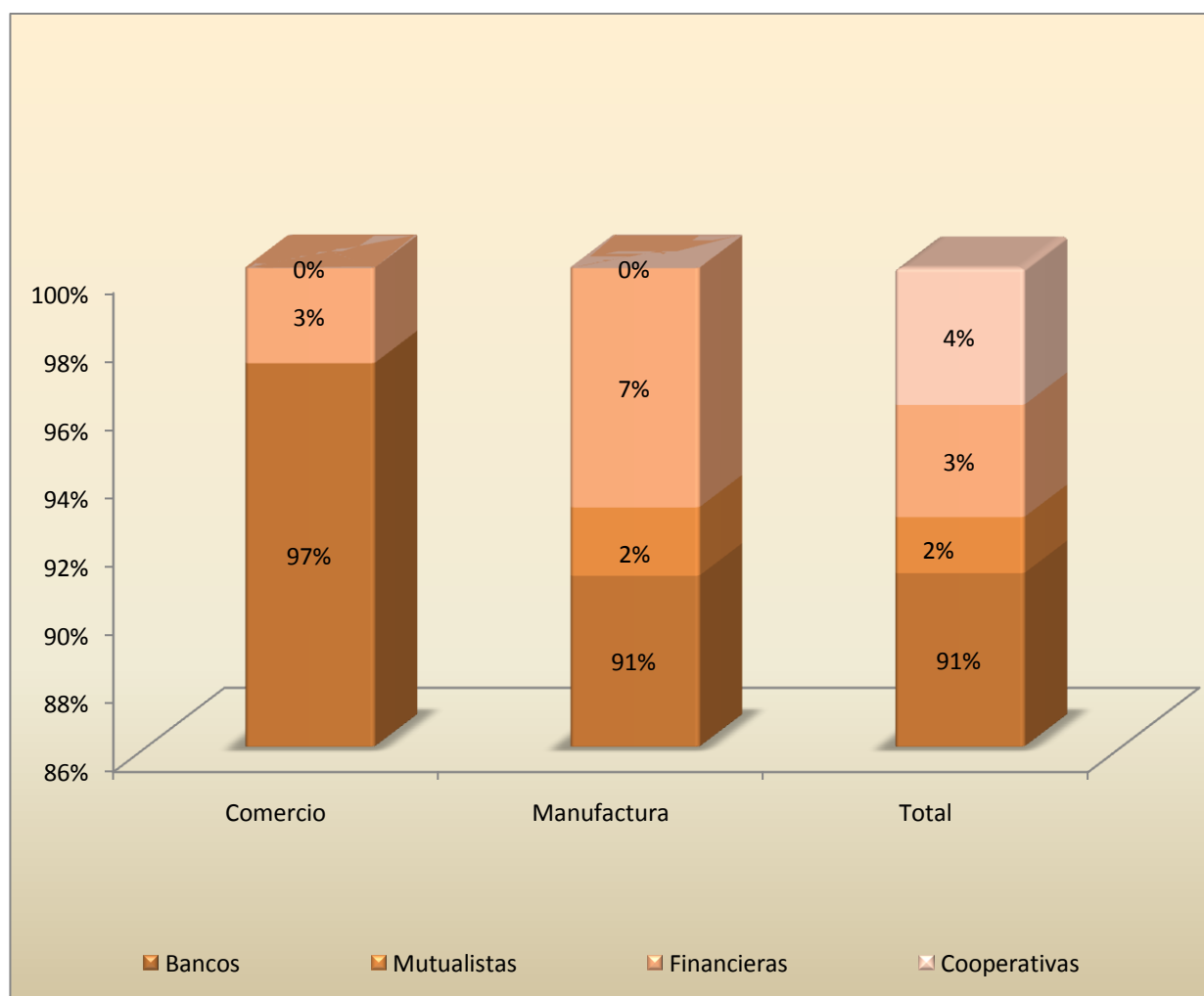


Gráfico 36: Instituciones a las cuales se les solicitaron crédito.



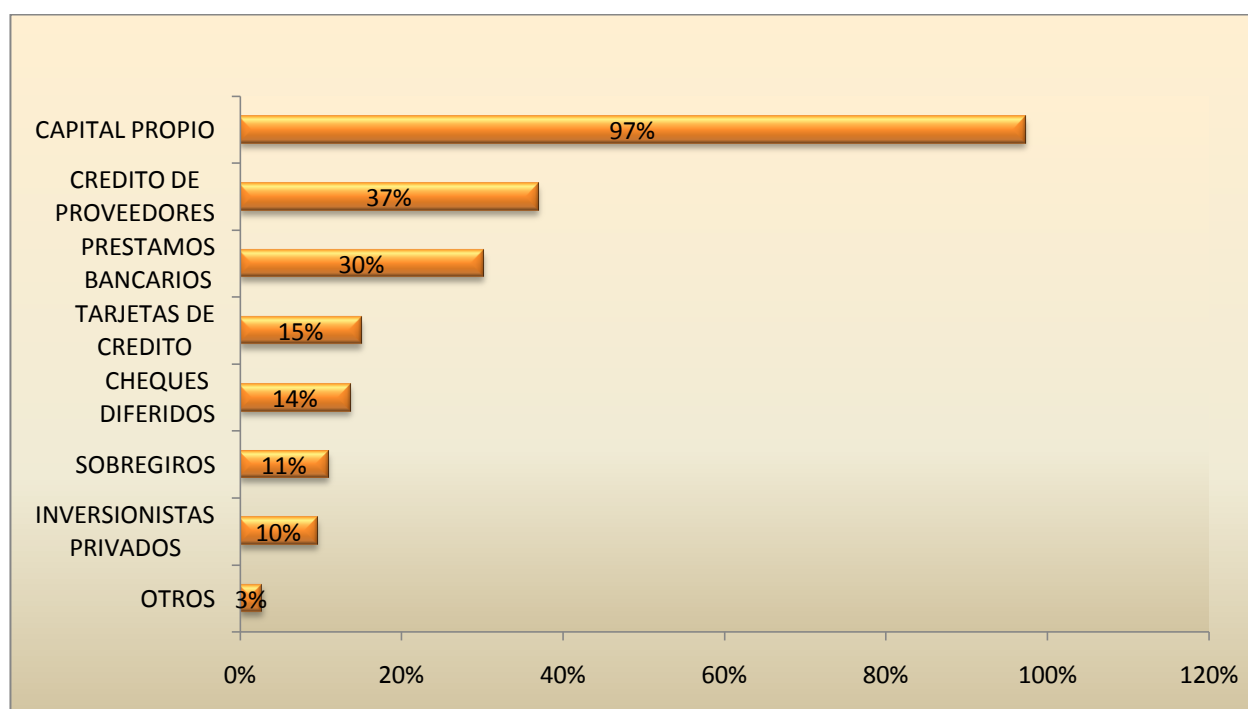
Al revisar esta información es inevitable formular la pregunta ¿de dónde obtienen el resto de pequeñas y medianas empresas su financiamiento?, obteniendo como respuesta que la principal fuente de financiamiento que se maneja en el sector es el capital propio ya que el 97% de las empresas que entran en el nicho obtiene su financiamiento de esta herramienta, el 37% se inclina hacia el crédito de proveedores, el 30% prefiere los créditos bancarios, el 15% recurre a las tarjetas de crédito, el 14% a cheque diferidos, el 11% a sobregiros, el 10% a inversionistas privado y finalmente el 3% a otras formas.

Estos datos se refieren a las pequeñas y medianas empresas de manufactura y comercio que tienen entre 11 y 99 trabajadores, es decir que entran en el nicho, y sobretodo esta información indica las preferencias que tienen los empresarios en el momento de obtener dinero para el negocio, o sea que se le da una jerarquización a la

información obtenida dependiendo el grado de preferencia que demuestran los gerentes para las distintas opciones.

Esta información corrobora lo descrito en el análisis financiero, ya que no se da al crédito la importancia que debería como una estrategia que permita un desarrollo más efectivo para las pymes y que sobretodo brinda muchos beneficios en comparación de las otras alternativas que se planteaban en el gráfico 37.

Gráfico 37: Principales fuentes de financiamiento de las pymes.



Para complementar la última afirmación, hay que tomar en cuenta la opinión de las personas que se desenvuelven en el sector (Gráfico 38), ya que de acuerdo a estas respuestas se pueden verificar los motivos por los que esta estrategia no es tan aplicada o no se la toma en cuenta dentro de las pymes.

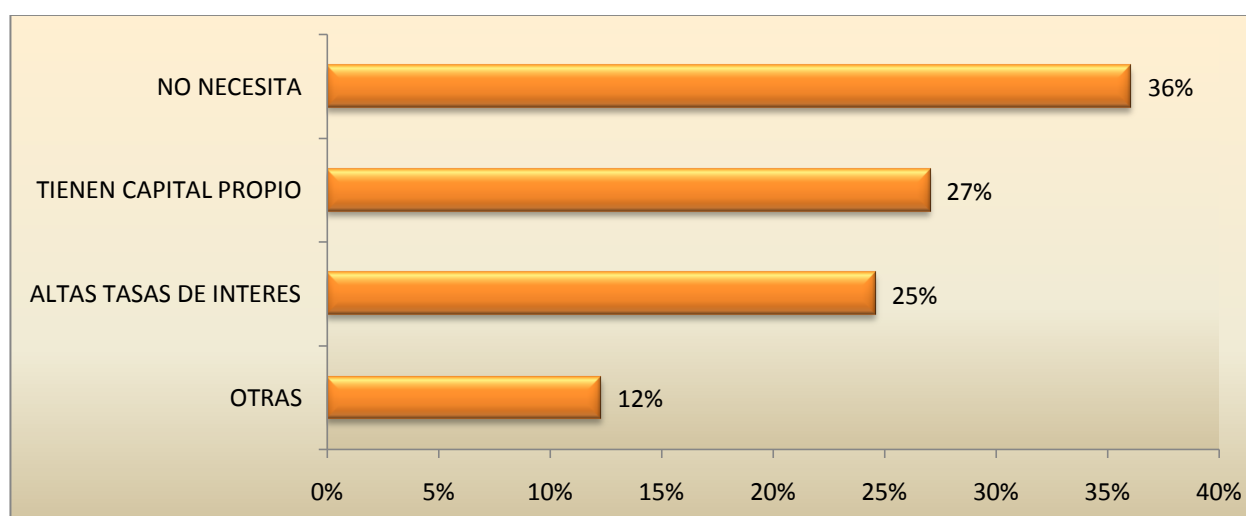
En primer lugar la mayoría asevera que no necesitan un crédito (36%), lo cual no coincide con las expectativas de desarrollo que tienen las pymes, pues se necesita una mayor capacidad productiva para una evolución en el mercado, lo que indica que la mayor parte del dinero lo obtienen del mismo negocio, lo que evita que inversionistas vean a las pymes como un sector bueno para invertir y que a la vez disminuya los beneficios que puedan conseguir los accionistas y trabajadores de las pymes.

Otro grupo indica que tienen capital propio (27%), lo cual evidencia que no ven al apalancamiento como una alternativa de desarrollo sustentable sino, lo ven como una forma más de obtener dinero, pero sin pensar en los beneficios que se pueden conseguir a través de la utilización de esta herramienta.

El 25% indica que la barrera para inclinarse hacia un crédito son las altas tasa de interés que se convierten en el factor macroeconómico que regula la demanda de préstamos y que se vuelve primordial para la planificación de las acciones de las pequeñas y medianas empresas del distrito.

Por último el 12% presentan otras razones para el acceso a un crédito, como por ejemplo: falta de información, dificultades en los procesos, garantías exigidas, etc.

Gráfico 38: Razones por las que no se solicitan créditos.

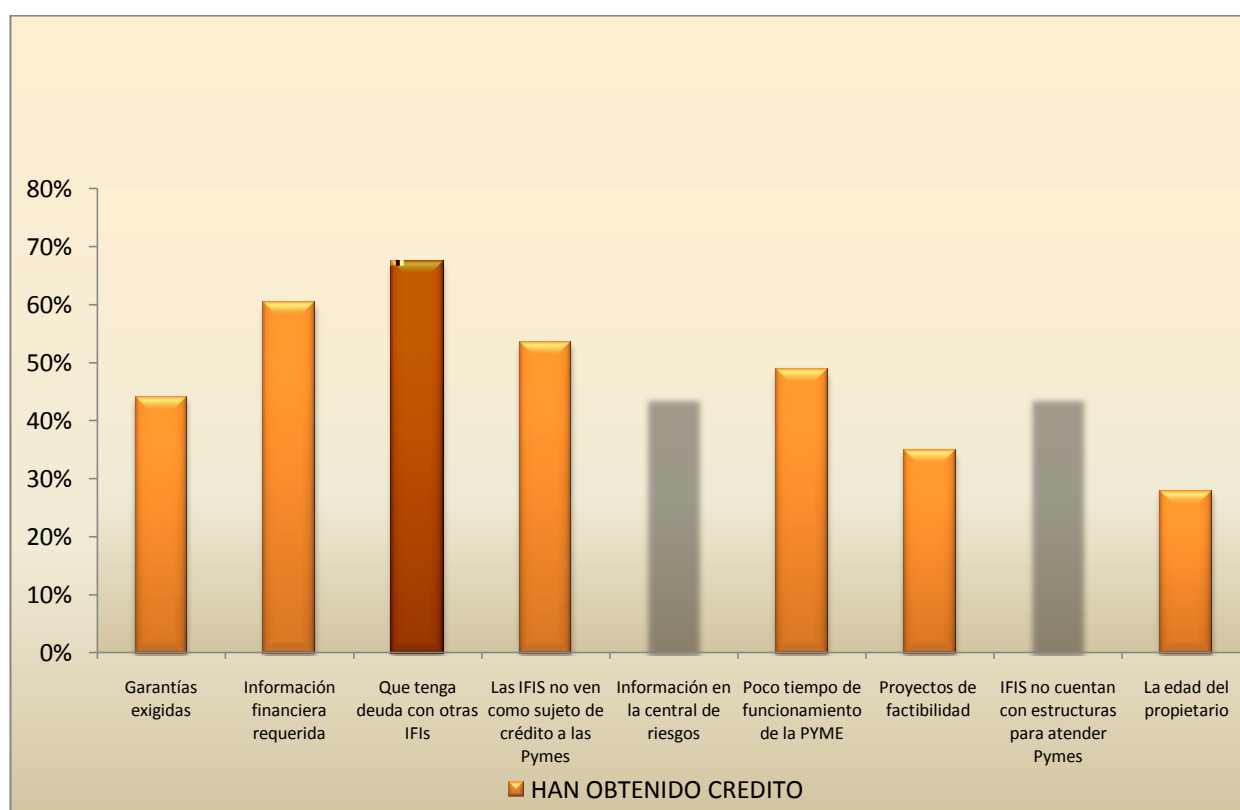


Una vez que se ha confirmado la información del acceso al crédito es indispensable verificar los criterios tanto de las empresas que otorgan los mismos como de las compañías que los solicitan, así la información anteriormente expuesta se convierte en una base para recalcar los aspectos que limitan a las empresas financieras para entregar créditos a las pymes.

Para llegar a conocer cuáles son los motivos por los que las pymes no ven al apalancamiento como una herramienta funcional, es indispensable ver los problemas que se perciben el momento de la petición del crédito, considerando en primer lugar los factores que los empresarios que dirigen pequeñas y medianas empresas piensan que las instituciones financieras consideran para otorgar el crédito (gráfico 39):

1. Que la empresa solicitante tenga deudas con otras instituciones financieras (67%).
2. Información financiera requerida (60%).
3. Las instituciones financieras no ven como sujeto de crédito a las pymes (53%).
4. Poco tiempo de funcionamiento de la pyme (49%).
5. Garantías exigidas (44%).
6. Información en la central de riesgos (44%).
7. Las instituciones financieras no cuentan con estructuras para atender a pymes (44%).
8. Deficientes proyectos de factibilidad (35%).
9. La edad del propietario (28%).

Gráfico 39: Cómo limitan los siguientes aspectos a las Ifis para prestar a las pymes (han obtenido crédito)



Estas opiniones las manejan las empresas que han solicitado un crédito y lo han obtenido, sin embargo, los criterios difieren para aquellos dirigentes que han realizado la petición de apalancamiento y no lo han conseguido.

Para ellos los factores se tienen el siguiente orden de importancia (gráfico 40):

1. Las garantías exigidas (87%).
2. Información financiera requerida (87%).
3. Las instituciones financieras no ven como sujeto de crédito a las pymes (87%).
4. Información en la central de riesgos (87%).
5. Deficientes proyectos de factibilidad (80%).
6. Que tengan deudas con otras instituciones financieras (70%).
7. Poco tiempo de funcionamiento de la pyme (67%).
8. Las instituciones financieras no cuentan con una estructura para atender a pymes (53%).
9. La edad del propietario (40%).

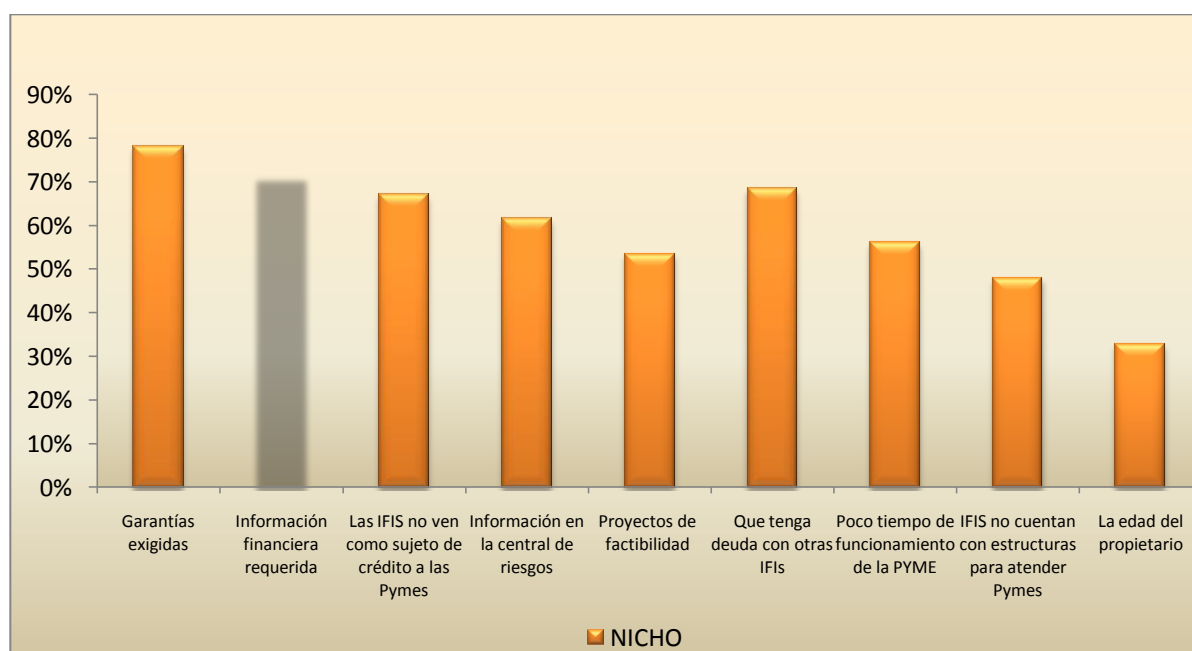
Gráfico 40: Cómo limitan los siguientes aspectos a las Ifis para prestar a las pymes (No han obtenido crédito).



Por último las opiniones de quienes forman parte del nicho al cual está dirigido el estudio varían de la siguiente manera (gráfico 41):

1. Garantías exigidas (78%).
2. Información financiera requerida (71%).
3. Que se tengan deudas con otras instituciones financieras (68%).
4. Las instituciones financieras no ven a las pymes como sujetos de crédito (67%).
5. Información en la central de riesgos (62%).
6. Poco tiempo de funcionamiento de la pyme (56%).
7. Deficientes proyectos de factibilidad (53%).
8. Las instituciones financieras no cuentan con una estructura para atender a las pymes (48%).
9. La edad del propietario (33%).

Gráfico 41: Cómo limitan los siguientes aspectos a las Ifis para prestar a las pymes (Nicho de mercado).



Es indispensable enfocar las medidas internas y externas, que limitan el acceso a un crédito de manera eficaz y ágil, por lo que los dirigentes de las pymes consideran que los factores que entorpecen el acceso a un financiamiento adecuado es prioritario.

Para los empresarios que obtuvieron el crédito estos limitantes son (gráfico 42):

1. Las tasas de interés (93%).
2. Tiempo de los trámites (90%).
3. Comisiones y gastos (90%).
4. Mala oferta de financiamiento (80%).
5. Información financiera requerida (80%).
6. Garantías exigidas (77%).
7. Falta de información (77%).
8. Los plazos (73%).
9. No apertura al sector pymes (70%).
10. Documentos exigidos (67%).

Los empresarios que no obtuvieron un crédito opinan sobre los limitantes, en el siguiente orden:

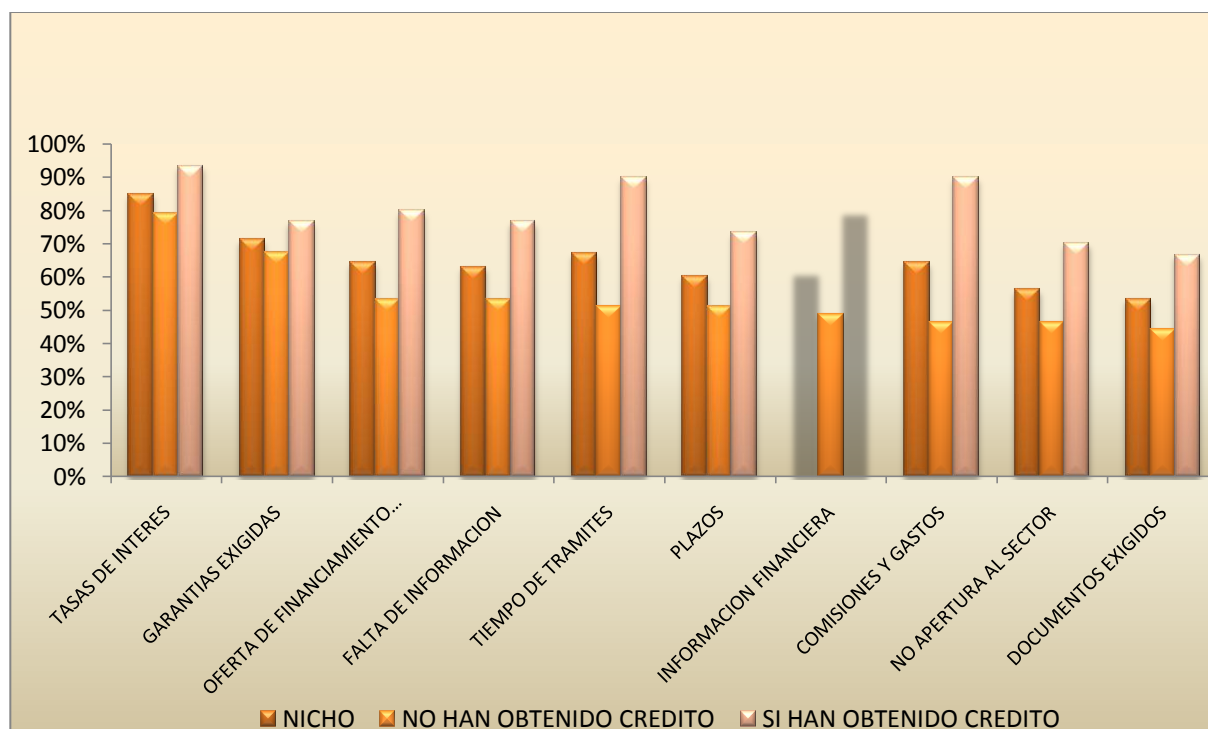
1. Tasas de interés (79%).
2. Garantías exigidas (67%).
3. Mala oferta de financiamiento (53%).
4. Falta de información (53%).
5. Tiempo de trámites (51%).
6. Los plazos (51%).

7. Información financiera requerida (49%).
8. Comisiones y gastos (47%).
9. No apertura al sector pymes (47%).
10. Documentos exigidos (44%).

Por último los miembros del nicho de mercado opinan de la siguiente manera:

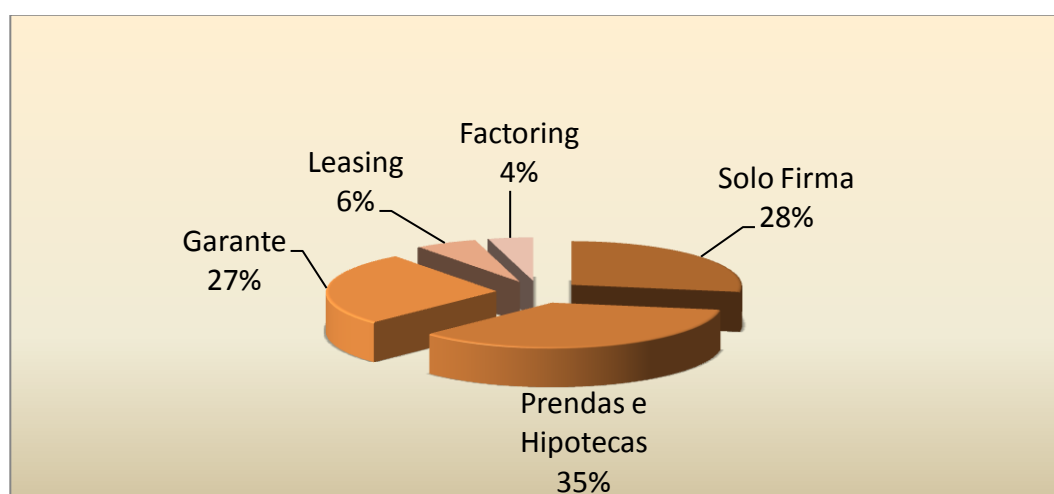
1. Tasas de interés (87%).
2. Garantías exigidas (71%).
3. Tiempos de trámites (67%).
4. Mala oferta de financiamiento (64%).
5. Comisiones y gastos (64%).
6. Falta de información (63%).
7. Información financiera requerida (62%).
8. Los plazos (60%).
9. No apertura al sector pymes (56%).
10. Documentos exigidos (53%).

Gráfico 42: Cómo limitan los siguientes aspectos a la empresa para obtener un crédito.



De los resultados obtenidos se desprende que los mayores problemas están las garantías exigidas, por lo que se torna imperativo el asesorarse sobre los distintos tipos de obligaciones que se entregaron, entre otros motivos para conocer cómo las pymes tratan de obtener su financiamiento y sobretodo cuáles activos o posesiones ellas utilizan para acceder a este financiamiento.

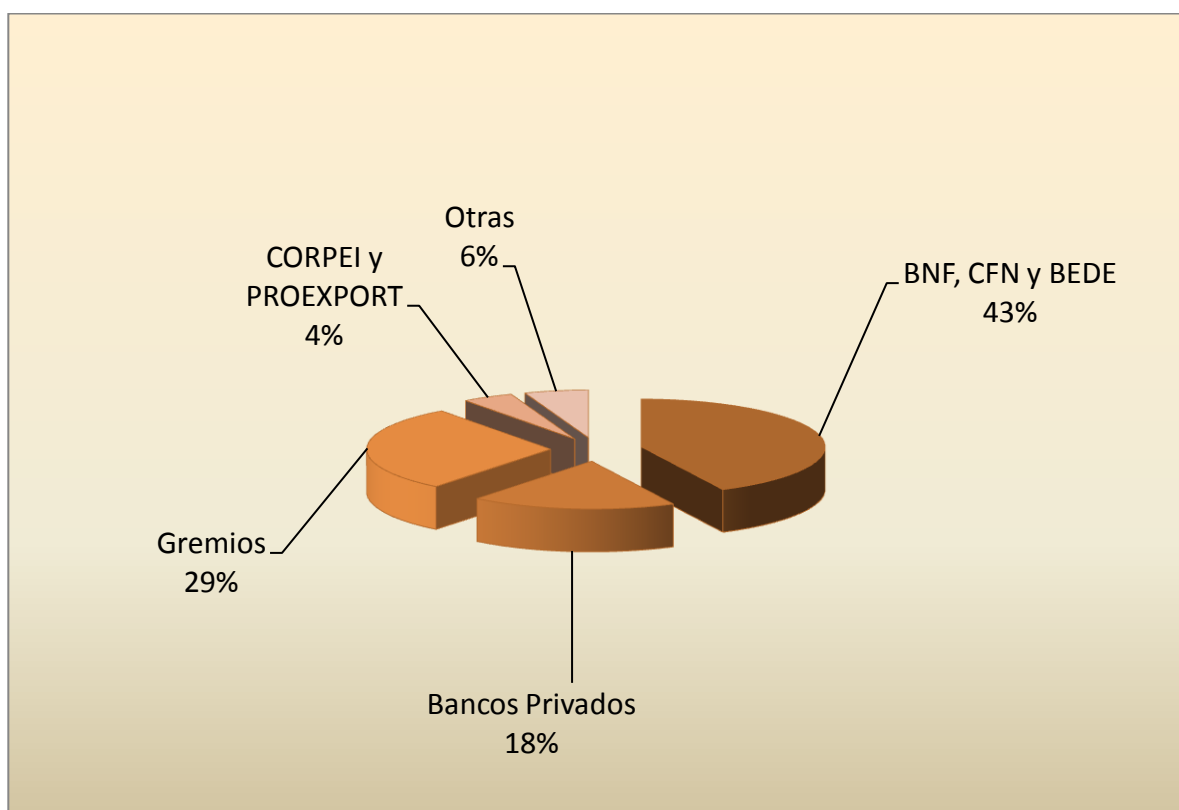
Gráfico 43: Garantías utilizadas por las pymes para financiamiento.



Sin duda la mayoría de empresas consideran a las prendas hipotecarias como su mejor herramienta para la obtención de un crédito (35%). Con un porcentaje un inferior se tiene la firma de documentos (28%), así mismo la presentación de una persona que avale el crédito en forma de garante (27%). Con una diferencia porcentual significativa aparecen las dos últimas opciones de garantías, el leasing (6%) y el factoring (4%), ambas carecen de uso dentro del mercado y que se convierten en una buena opción para un acceso más ágil y efectivo.

Para que el estudio abarque todas las formas de financiamiento es indispensable verificar cuáles son los mecanismos de fomento industrial que los dirigentes de pymes conocen, esto con la finalidad de conocer cuál de estos es el más utilizado y sobretodo el más conocido (gráfico 44):

Gráfico 44: Mecanismos de fomento industrial más conocidos.

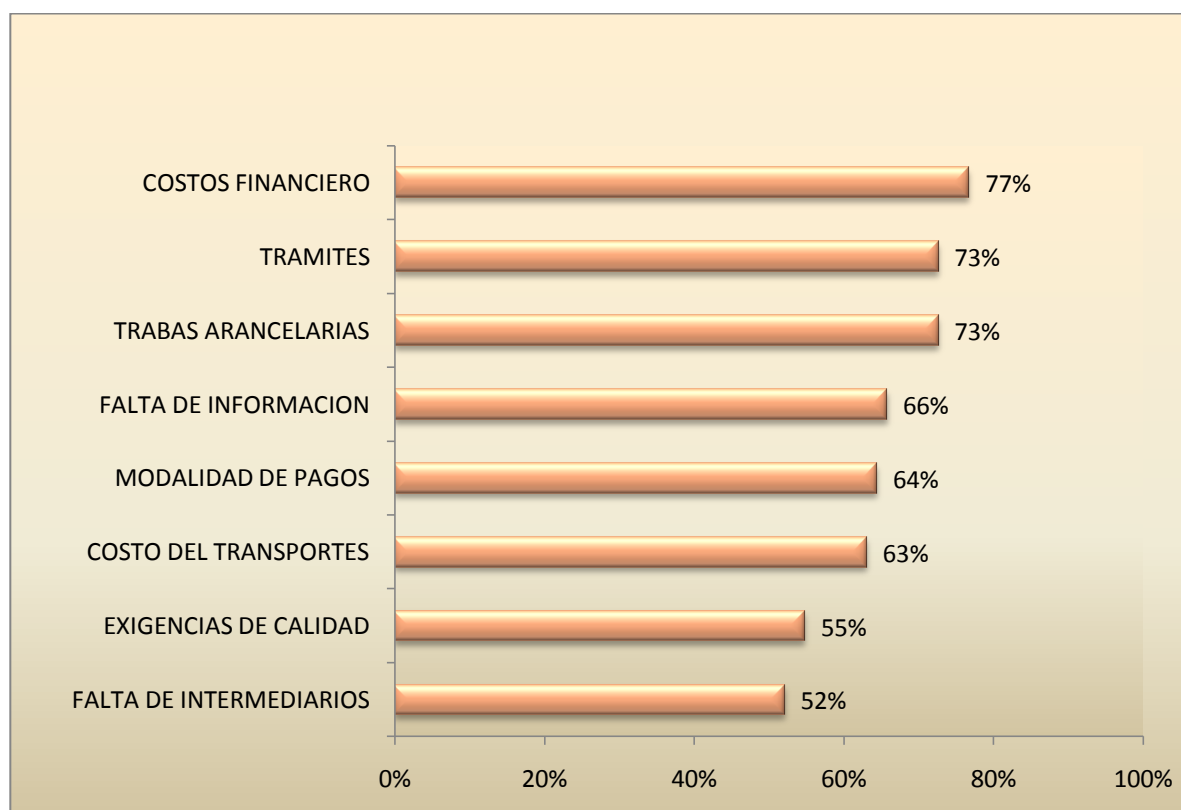


Sin ninguna duda los mecanismos estatales son los que más llaman la atención del sector, entre los que se pueden mencionar al Banco Nacional de Fomento (BNF), la Corporación Financiera Nacional (CFN) y el Banco del Estado (BEDE) los cuales ocupan el primer lugar en el mercado con un 43%, los gremios se ubican en el segundo medio de fomento industrial conocido con el 29%, los bancos privados

aparecen tan sólo con un 18%, la opción otras donde se incluyen la Cámara de Comercio, empresas particulares, ONG's, Cámara de la Construcción, etc tienen un 6% de conocimiento, mientras que la CORPEI y PROEXPORT son conocidos únicamente por el 4%.

Para finalizar el análisis es indispensable conocer los motivos que impiden a las pymes formar parte de un proceso de integración comercial, es decir, no sólo de un apalancamiento, sino también de hacer uso de las diferentes ayudas que el sistema financiero y empresarial les ofrecen; para esto se planteó como objetivo verificar cuáles son estas razones, obteniendo los siguientes resultados (gráfico45):

Gráfico 45: Factores que limitan a las pymes para el acceso al proceso de integración comercial.



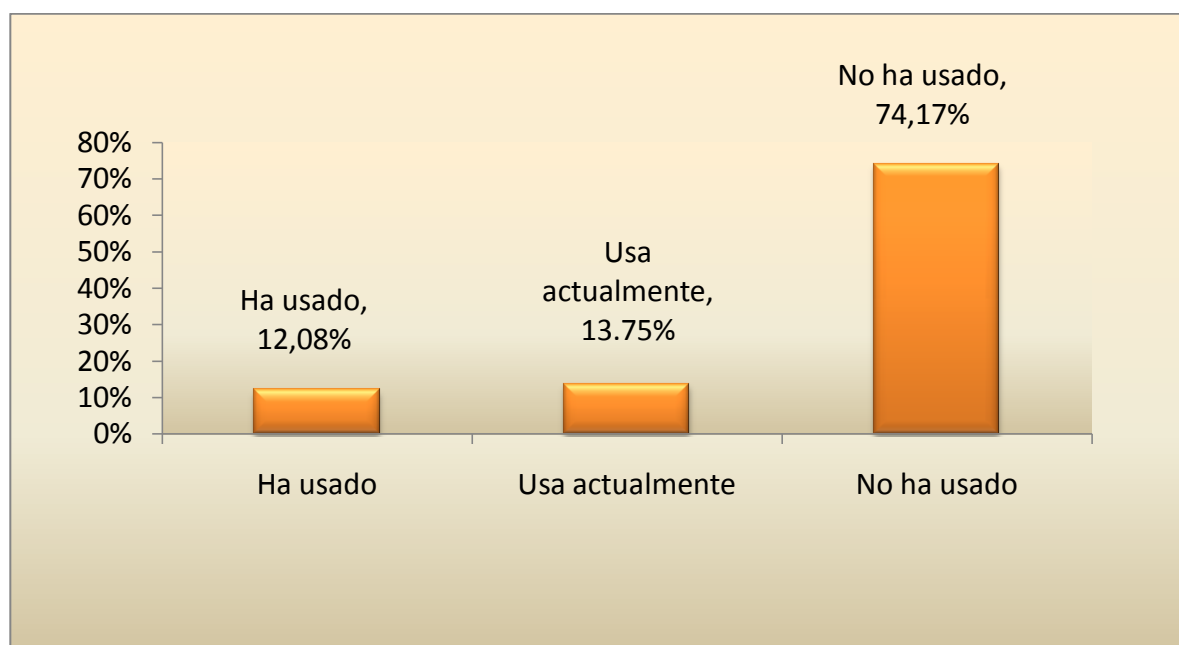
Como se puede apreciar, los costos financieros son la principal causa que impide un progreso en la integración comercial (77%), seguido de la dificultad de trámites lo que representa un (73%) y también por las trabas arancelarias que representa (73%). En tercer lugar verificamos que la falta de información tiene consecuencias muy perjudiciales para que se consolide la posición de las pymes

en el momento de utilizar alguna herramienta de integración comercial (66%). La modalidad de los pagos impide también este proceso dando signos de falta de opciones que le brinda el mercado (64%). En de los tres últimos factores se pueden apreciar el costo del transporte (63%), las exigencias de calidad (55%) y la falta de intermediarios (52%), todos ellos no dejan de ser importantes y simbolizan los verdaderos cambios internos y externos que se deben realizar para lograr esta integración, además de las condiciones exógenas que deben existir para que se llegue a este tipo de integración.

Una vez que se ha introducido el tema de la integración comercial y con el fin de verificar alternativas que permitan emitir un mejor criterio acerca de las recomendaciones se aborda también el tema de la consultoría como una vía de solución.

Dentro de este tema se verifica en el gráfico 46 cuáles empresas han utilizado consultoría:

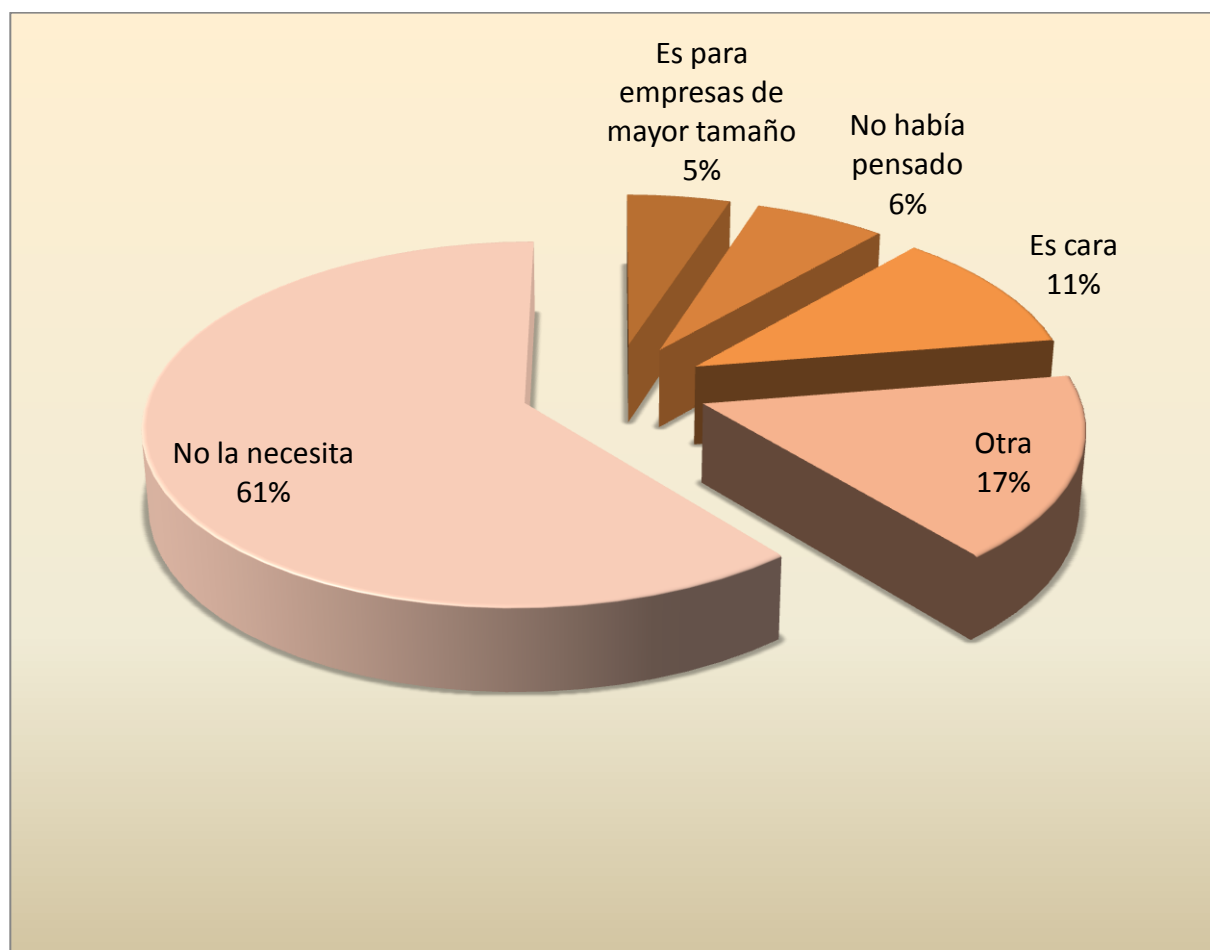
Gráfico 46: Porcentaje de utilización de consultoría.



Según el gráfico 46 tan solo el 12.08% ha utilizado consultoría con la finalidad de mejorar las situaciones de su empresa, el 13.75% está utilizando esta herramienta y el 7.17% no ha usado esta alternativa para propender a un desarrollo más eficiente de su compañía.

Ahora que se visualiza el problema sobre la falta de ayuda que se percibe por parte de las pymes viene una de las cuestiones fundamentales que ayuda a clarificar el panorama de manera más definitiva y es a través de las razones que presentan las pymes para nos solicitar asesoría, que nacen inquietudes de cuyas respuestas se obtiene el gráfico 47:

Gráfico 47: Razones por las que no se ha utilizado consultoría.



La diferencia porcentual de las respuestas es muy significativa y permite visualizar la falta de apertura para recibir cualquier tipo de ayuda ya sea particularmente o por una institución. El 62% de la totalidad encuestada manifiesta que no necesita asesoría para lograr el desarrollo de su empresa, muy por debajo de este porcentaje se indican otras respuestas (17%), entre las que constan ayuda de amigos, falta de información, falta de intermediarios, calidad, plazos, formas de pago, etc. El aspecto costos aparece como la tercera razón a ser tomada en cuenta (11%). El 6% indica que no había pensado en esta posibilidad

como alternativa para la solución de los diferentes problemas y el resto (5%) manifiesta que la consultoría es para empresas de mayor tamaño y no para pymes subestimando por sobremanera al sector.

Según las pymes que han utilizado consultoría, la gran mayoría ha recurrido a una empresa (66.67%), el 28.79% recurrió a una persona natural, mientras que el 4.55% restante han acudido a otras opciones como gremios, asesoría publica de universidades, etc (gráfico 47). Para complementar esta información se analiza de dónde sería más beneficioso obtener asesoría. Según el mercado objetivo, en primer lugar se necesita conocer si desearía que una institución financiera fuere la más adecuada para brindar el servicio (grafico 48) a lo que el 67% de los encuestados dan una respuesta afirmativa y el 37% restante piensa que no es la mejor idea. De los que respondieron en forma positiva a esta pregunta se les pide un nivel más específico para desarrollar el análisis de manera adecuada y según el gráfico 49 se obtuvieron los siguientes criterios acerca de la institución financiera que debería brindar este servicio:

Gráfico 48: Porcentaje de aceptación que una Institución Financiera brinde servicios de consultoría.

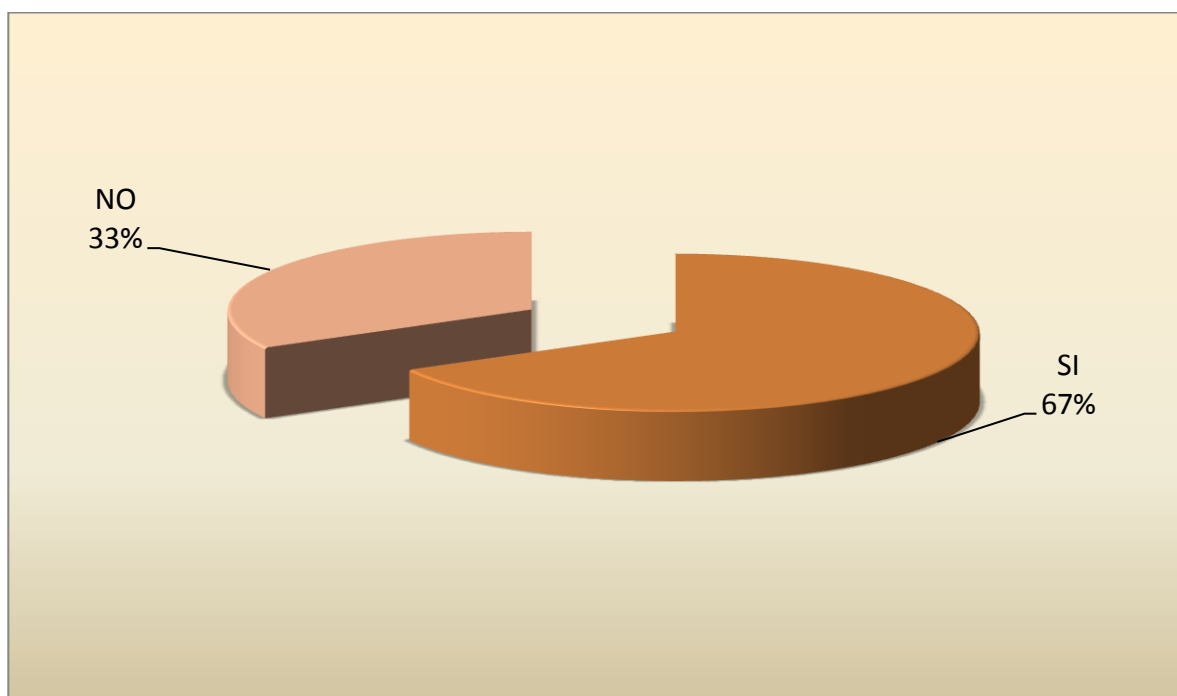
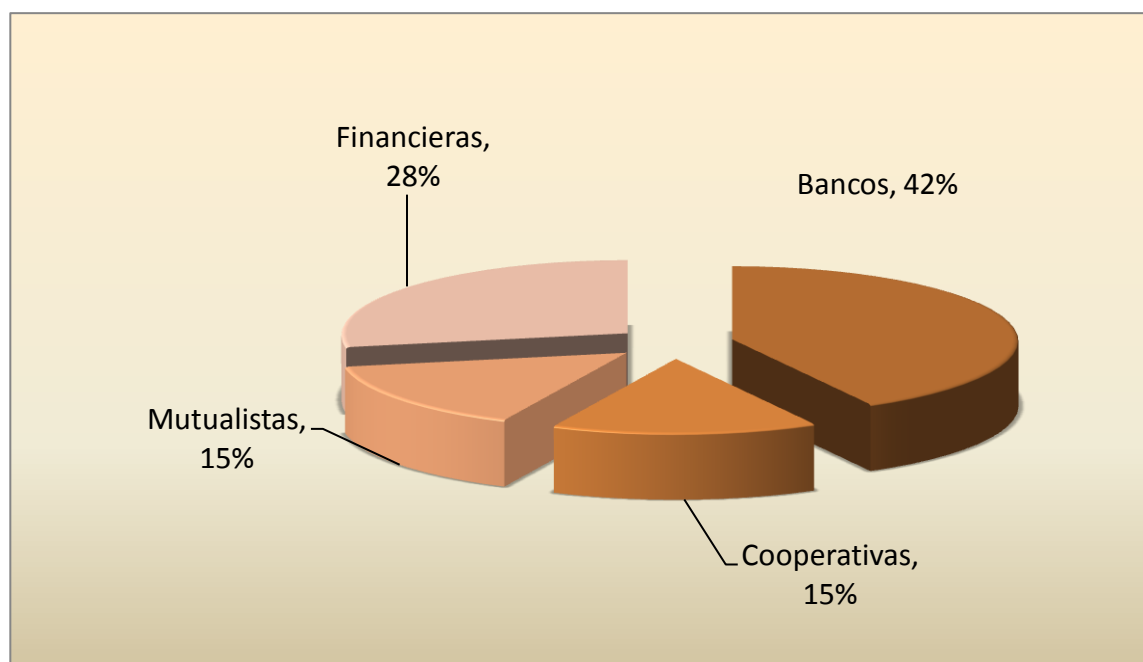


Gráfico 49: Tipo de institución financiera que prefiere que brinde el servicio de consultoría.



El 42% indicaron que los bancos son las instituciones mas adecuadas para dar este tipo de servicio, el 28% aprecia más a las financieras como medio para acceder a la consultoría. Por último se piensa que las cooperativas y las mutualistas son las instituciones que no tuvieron tanto éxito al momento de ofrecer este servicio, ambas con el 15%.

Con todo este análisis se pudo conocer cuales eran las condiciones actuales del mercado crediticio y como es la percepción que tienen los dirigentes del sector pymes en Quito, acerca de las limitaciones de las variables macroeconómicas, las facilidades y los beneficios que se pueden dar a través del apalancamiento y las posibles soluciones que se podrían aplicar para que estas situaciones mejoren y agiliten el trabajo económico y financiero del país.

4.3.Caso práctico aplicado al Banco del Pichincha.

El sector financiero nacional no ha tenido un panorama estable en el período de análisis del trabajo, es más, ha sido uno de los sectores en los cuales se ha experimentado un cambio profundo sobretodo desde la crisis económica que produjo el cierre de varios bancos entre los más importantes el Del Progreso y Filanbanco.

Pese a lo expuesto y a la desconfianza que se generó a partir del problema antes mencionado, han existido instituciones bancarias que han superado estas adversidades y que gozan de una gran aceptación en el mercado gracias a la aplicación de estrategias adecuadas y a la correcta administración de quienes las manejan.

Sin duda el banco que más ha sobresalido y se encuentra entre los más grandes (sino el más grande) del país es el Banco del Pichincha, institución que fue fundada el 11 de abril de 1906, como compañía anónima Banco Pichincha. Constituida entonces como un banco de emisión, circulación y descuento, la entidad fijó desde sus inicios su prioridad: trabajar en el mercado de divisas. Gracias a las gestiones del entonces vicepresidente, la institución consiguió colocar fondos en el extranjero por un capital inicial de 600 mil sucres, acto que marcó el comienzo de la vida legal del Banco Pichincha y el inicio en la presencia mundial que hoy lo caracteriza.

La primera agencia bancaria se estableció en la intersección de las calles Venezuela y Sucre, en la propiedad de Juan Francisco Freile.

Reunido en sesión del 4 de junio de 1906, el directorio aprobó el primer pedido de billetes por un valor representativo de un millón de sucres. El dinero llegó en febrero del año siguiente, y comenzó a circular inmediatamente en virtud de las emisiones que se hacían de acuerdo a la ley y las exigencias comerciales vigentes. Junto con los billetes llegaron también títulos de acciones, cheques, letras de cambio, libretas para los estados de cuentas corrientes, útiles de escritorio, y otras herramientas necesarias para el trabajo bancario.

En los siguientes años, y debido al rápido y creciente desarrollo del país, se pensó en un aumento de capital. Este se materializó en 1928, cuando quedó fijado en la considerable suma de 3.200.000 dólares.

Con el paso del tiempo y con una acertada dirigencia el Banco del Pichincha se ha convertido en la institución financiera número uno en el país.

Con el prestigio ganado el banco a través de los años incrementó sus servicios y en la actualidad ofrece los siguientes productos para el sector empresarial:

- Cuenta corriente.
- Cuenta de ahorros.
- *Inversiones*: las cuales se pueden dar de renta fija o de renta variable.
- *Créditos*: con las siguientes modalidades:
 1. Crédito empresas.
 2. Crédito pequeñas/medianas empresas.
 3. Crédito distribuidor.
 4. Hipotecario.
 5. Crédito microempresas.
- *Tarjetas de crédito*: Visa y Diners Club.
- *Financiamiento*: que se lo realiza a través de dos técnicas:
 1. Leasing.
 2. Factoring.

También ha incursionado en:

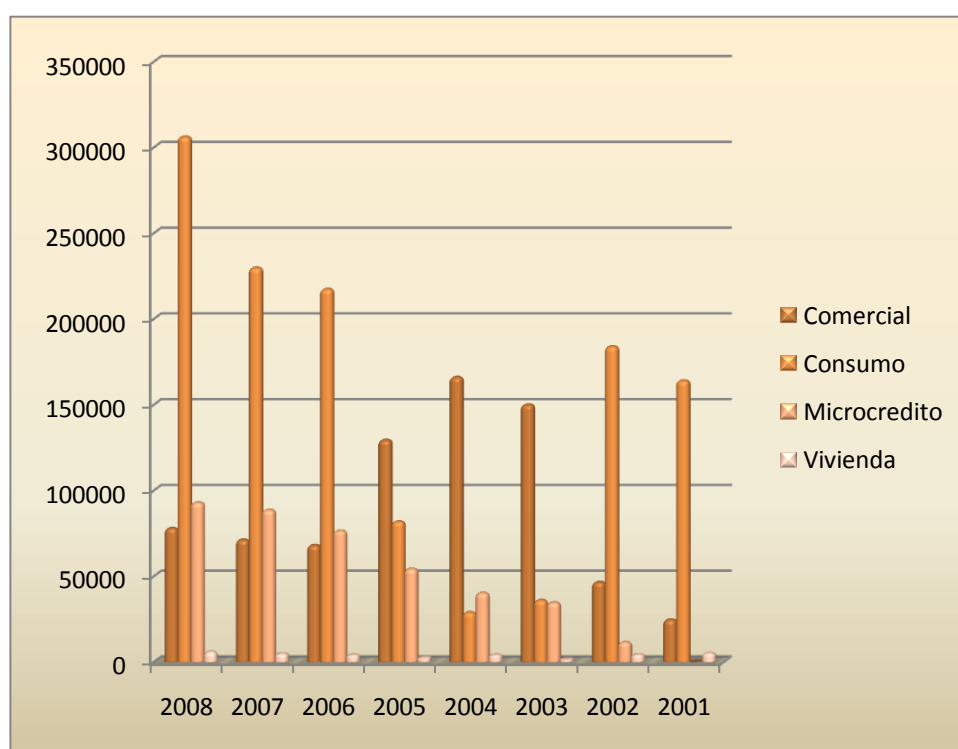
- *Comercio exterior*: en el cual se ofrecen los siguientes productos:
 1. Carta de crédito de importación.
 2. Carta de crédito de exportación.
 3. Carta de crédito doméstica cliente interno.
 4. Carta de crédito garantía Standby.
 5. Cobranza importación.
 6. Cobranza exportación.
 7. Garantía bancaria.
 8. Garantía mandataria.
 9. Garantía aduanera.
- *Cash management*: a través del cual se pueden realizar acciones como: pagos aportes patronales al IESS, giros al exterior, pensiones jubilares, transferencias, pagos a pequeñas empresas, cobranzas, pago de facturas, etc.
- *Garantías bancarias*.

De todos estos servicios existe uno exclusivo que se ajusta al tema, y es el crédito para pequeños y medianos negocios, que tiene las siguientes características.

- El monto mínimo de crédito es de \$ 15.000.
- No existen montos máximos.
- La garantía puede ser por hipoteca, firmas o prendas.
- El plazo depende del ciclo del negocio del cliente. Generalmente va de 30 a 180 días, renovable.
- La tasa de interés es fija, durante el respectivo.

En este mismo sentido, el sector empresarial ha sido un buen cliente considerando que a través del tiempo ha incrementado los créditos entregados tal como se puede verificar en el gráfico 50:

Gráfico 50: Número de créditos entregados por tipo.



Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros.

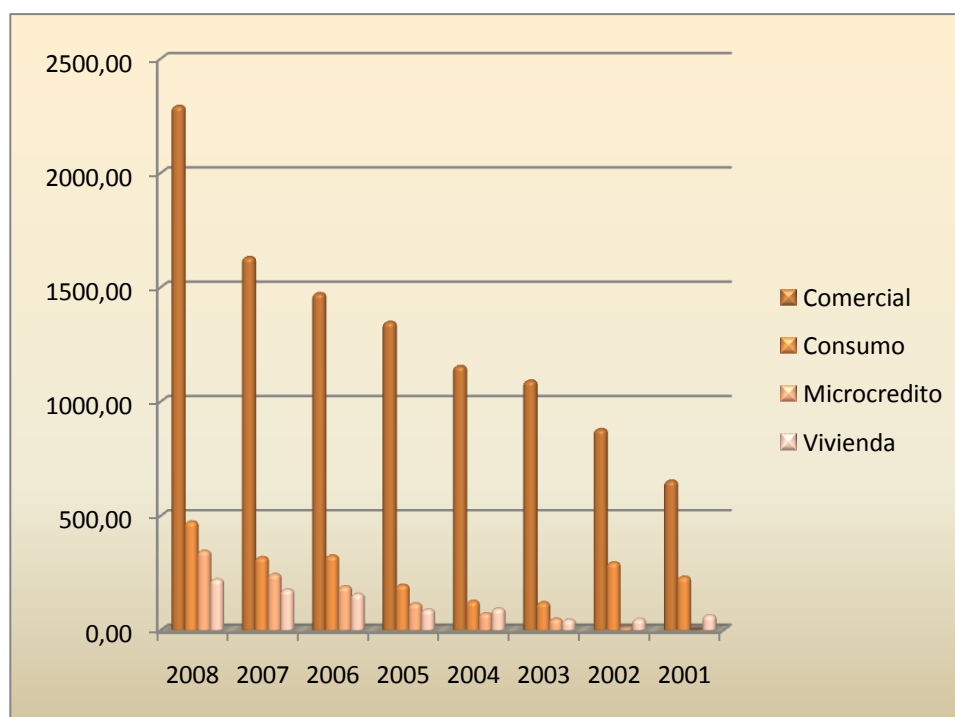
Elaboración: El autor.

Como se observa en el gráfico, durante los años 2003, 2004 y 2005, se efectuaron más créditos comerciales, en comparación con los otros tipos de transacciones, lo que confirma una buena relación del sector empresarial con la institución bancaria, sin embargo, en los años posteriores se registra un alza significativa de

los créditos de consumo y, una ligera caída del dinero entregado a las empresas; lo que justifica la atención que pusieron otras instituciones financieras públicas y privadas a disposición del sector empresarial.

De manera similar el volumen monetario entregado (en millones de dólares) al sector empresarial por parte del banco ha sido bastante considerable como se visualiza en el gráfico 51:

Gráfico 51: Volumen de crédito entregado por tipo.



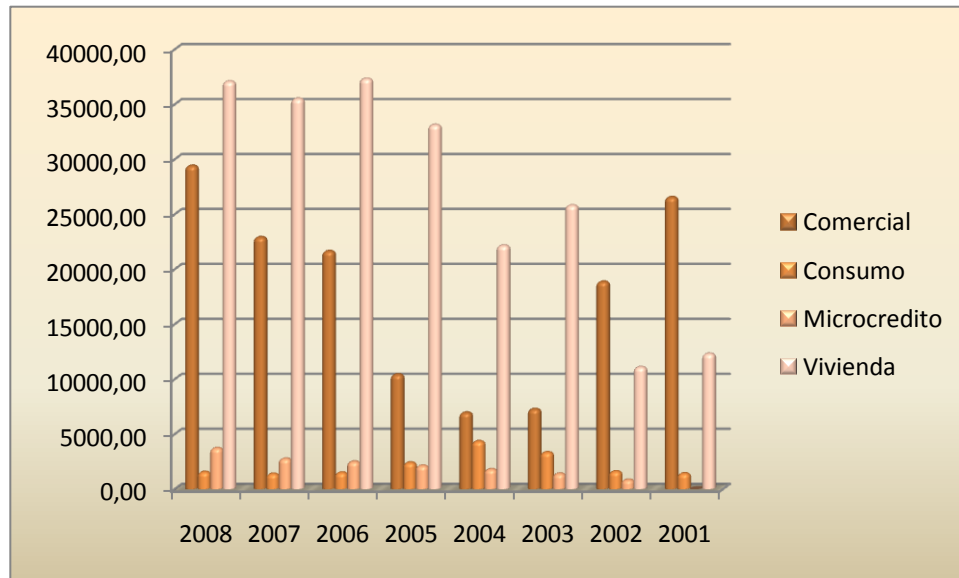
Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros.

Elaboración: El autor.

La cantidad de créditos entregados a las empresas no es muy significativa, el monto que se concede es mucho más alto, crecimiento que ha ido aumentando con el paso de los años, como se deduce del gráfico.

Pese a este crecimiento y a la gran diferencia que demuestran los créditos comerciales, se obtiene una mejor concepción a través del gráfico 52, cuánto se entrega en promedio por crédito en los diferentes tipos que ofrece el banco:

Gráfico 52: Promedio de la cantidad de crédito y montos entregados por tipo.



Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros.

Elaboración: El autor.

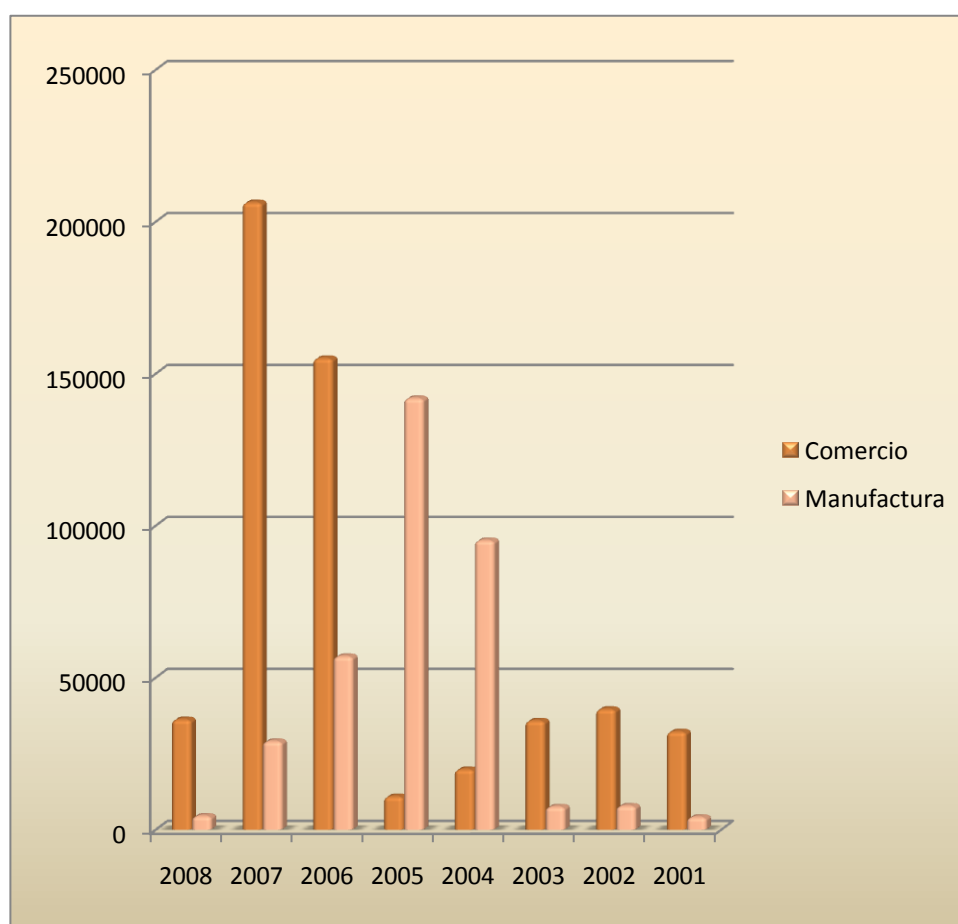
Con este gráfico se visualiza que se da mayor prioridad a los créditos para vivienda y en menor escala a los préstamos comerciales, considerando la cantidad requerida.

Sin embargo, mayor número de operaciones se registra en los créditos de consumo.

Analizado el sector empresarial en general es imperativo verificar cuales grupos son los que reciben el crédito y más aún si los considerados como nicho son tomados en cuenta por el Banco.

Según el gráfico 53, se identifica que el Banco del Pichincha entrega más créditos al sector comercial que al sector de manufacturero, de lo que se deduce que existen más solicitudes para crédito comercial, convirtiéndose en un nicho de mercado atractivo para el banco.

Gráfico 53: Número de créditos entregados al sector comercial y manufacturero.

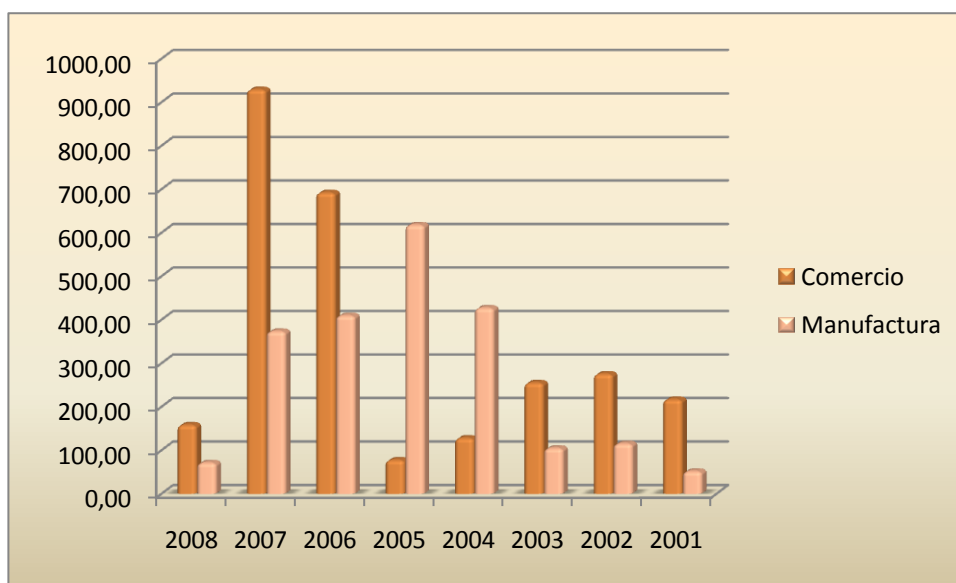


Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros.

Elaboración: El autor.

Así mismo, el monto entregado a cada sector (en millones de dólares) varía de año a año, pero en su mayoría se han entregado la mayor parte al sector comercial, como se aprecia en el gráfico 54., Son los créditos solicitados por los empresarios de las industrias manufactureras los más cuantiosos según se demuestra en el gráfico 55 que indica el promedio de los montos entregados por crédito a cada sector.

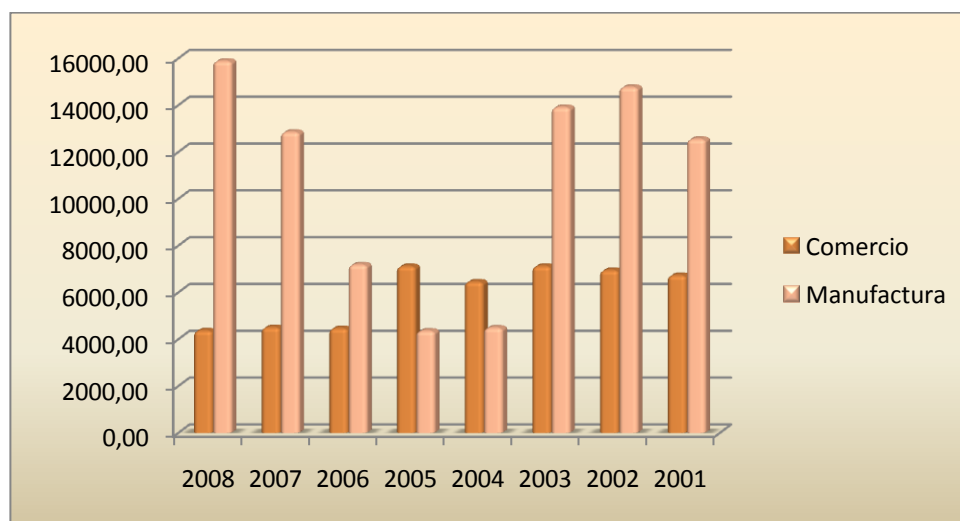
Gráfico 54: Volumen de crédito entregado por sector en millones de dólares.



Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros.

Elaboración: El autor.

Gráfico 55: Promedio del crédito entregado a cada sector en dólares.



Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros.

Elaboración: El autor.

Para concluir cabe indicar que el Banco del Pichincha creó en el 2005 una plataforma de servicios especializada en pymes utilizando las tasas de interés registradas en el siguiente cuadro:

Cuadro 7: Tasa de interés utilizadas por el Banco del Pichincha en el 2005.

	tasa	comisión
CREDITO PRODUCTIVO QUIROGRAFARIO	12.05%	4.74%
CREDITO PRODUCTIVO HIPOTECARIO(Hasta 1 año)	12.00%	4.00%
CREDITO PRODUCTIVO HIPOTECARIO(Más de 1 año)	12.05%	5.00%
CREDITO PYMES FACTORING MAX 180 DIAS	12.00%	5.50%
CREDITO PYMES LEASING	12.05%	3.00%

Fuente: Banco del Pichincha.

Elaboración: El autor.

CAPITULO V: Conclusiones y Recomendaciones.

5.1. Conclusiones.

- 5.1.1. El sector financiero nacional no ha canalizado suficientes recursos económicos para impulsar el desarrollo eficiente y ágil de las pequeñas y medianas empresas del Distrito Metropolitano de Quito. Esta afirmación se la hace en virtud de la diferencia en la cantidad de créditos de consumo y de vivienda entregados, en comparación con los créditos comerciales que se dieron en el periodo 2000 – 2008. Si bien en los últimos años el crédito comercial ha tenido una tendencia a elevarse en comparación del crédito de consumo que ha decaído de manera significativa, no compensa la verdadera importancia que se le debe dar al sector en virtud de los beneficios macroeconómicos que ofrecen. De igual forma los montos entregados para cada sector tienen variaciones muy importantes que indican las diferencias en la canalización del dinero entregado por las distintas instituciones financieras.
- 5.1.2. Las pequeñas y medianas empresas del Distrito Metropolitano de Quito identifican a los bancos como las instituciones que más créditos entregan al sector, sin embargo la canalización de los recursos se hace luego de un proceso de calificación crediticia que no se compadece con su realidad, es decir, las valoraciones no se adaptan a las posibilidades que las pymes pueden ofrecer en su calidad de clientes, indicando que la calificación crediticia no es efectiva. La evaluación de los sujetos de crédito se convierte entonces en una de las principales limitaciones para tener un desarrollo eficiente en el mercado y dificulta el acceso a un proceso de integración comercial que beneficiaría a todos sus integrantes, siendo esta una de las dificultades externas que definen la capacidad de crecimiento de las pymes en virtud al apalancamiento aplicado.
- 5.1.3. No todas las pequeñas y medianas empresas gozan de la misma confianza ...a por parte de las instituciones financieras debido a que no se brinda el mismo nivel de aceptación a todos los sectores productivos, dando la evaluación crediticia, mayor importancia a la reputación de la actividad por el valor de los productos que se van a comercializar o fabricar, envés de dar el peso apropiado a los proyectos de factibilidad y estudios de financiamiento,

proyecciones de ganancias y facilidades operativas que las empresas del nicho de mercado considerado en el estudio (empresas de manufactura y comercio que tienen entre 11 y 100 empleados) pueden presentar.

5.1.4. Las pequeñas y medianas empresas del Distrito Metropolitano de Quito no reconocen al apalancamiento financiero como una alternativa de desarrollo sustentable; las pymes, utilizan en su mayoría capital propio o préstamos a proveedores como recursos de financiamiento, despreciando los beneficios estratégicos que les brindaría el apalancamiento. La gran mayoría de las empresas del sector estudiado no conocen los beneficios financieros y económicos que el apalancamiento les podría ofrecer, por lo que; el desconocimiento del tema se convierte a la vez en un limitante decisivo para el avance de las pymes.

5.1.5. Los gobiernos no han sabido estimular de manera adecuada la creación y el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas durante el periodo 2000 – 2008, prueba de ello son las diferentes opiniones acerca de los limitantes macroeconómicos que expresan los dirigentes de dichas empresas. La variabilidad de los índices económicos unidos a la falta de estabilidad política que ha vivido el país durante los últimos años ha creado incertidumbre dentro aquellas personas que deseaban emprender un negocio propio y también dentro de los empresarios que ya tienen su compañía ocasionando desconfianza en el sector financiero y agravando la falta de credibilidad que tiene el apalancamiento y sus beneficios dentro de las pymes. Adicionalmente, la falta de controles y leyes que permitan un ingreso más fácil al mercado a través de la eliminación de barreras de entrada establecidas por las grandes empresas, atenta contra la capacidad financiera y operativa de quienes desean impulsar el desarrollo empresarial en el país.

5.1.6. No existe un sistema de desarrollo empresarial que tenga como base en el acceso a financiamiento para pymes y que permita una integración comercial por medio de asesorías y consultorías que faciliten el desarrollo tanto de las empresas como de las instituciones financieras y a través de ellas de todo el sistema económico del país. La falta de intermediarios entre las pymes y las Ifis (Instituciones Financieras) fricciona la relación que tienen y agrava las

diferencias de opinión que existen entre ambos sectores en materia crediticia, con lo cual las empresas no acuden a las instituciones financieras y éstas no crean plataformas comerciales que se adapten a las necesidades de las pymes. Complementariamente, la falta de consultorías y asesorías que pueden brindar agentes externos a las empresas dificulta la presentación de información financiera adecuada para el acceso a crédito, como también priva a las empresas de acceder a la oportunidad de conocer acerca de los beneficios de apalancamiento y de las formas como utilizar de manera efectiva el dinero recibido por el crédito solicitado. Adicionalmente la asesoría o consultoría sobre este tema es escasa para las instituciones financieras, por lo que ellas no cuentan con una plataforma de servicio que se especialice en el sector pymes, esto, haciendo referencia al período de estudio. La asesoría para las Ifis debe estar concentrada en el método de evaluación crediticia con la finalidad de poder solicitar a las pymes información adecuada y sobretodo hacer una valoración objetiva de estos datos y poder concretar la relación de negocios con este sector.

5.2. Recomendaciones.

- 5.2.1. Se recomienda realizar una evaluación crediticia más objetiva con las pymes, es decir, tomando en cuenta las diferentes características, potencialidades y amenazas que puede tener el sector. Para llevar a cabo esta valoración es indispensable considerar las 5 C's de crédito (**Anexo1**) (carácter, condiciones, capacidad, colateral y capital) con lo cual se agiliza el proceso para acceder a un crédito y se crea una plataforma comercial exclusiva para pequeñas y medianas empresas dentro de las instituciones financieras.
- 5.2.2. De la mano con la recomendación número uno, es indispensable realizar una evaluación crediticia que estimule el crecimiento económico y financiero de todos los sectores productivos y, de igual forma, se debe eliminar toda clase de preferencia al momento de la aprobación de las solicitudes fijándose en el tipo de actividad que realice la empresa y de los productos que se vayan a fabricar o comercializar, ofreciendo igualdad de condiciones financieras.
- 5.2.3. Es indispensable realizar campañas publicitarias acerca de las formas de financiamiento que tienen las pymes dentro de las instituciones públicas y

privadas, con la finalidad de exponer las distintas alternativas de apalancamiento a las que pueden recurrir, resaltando sobretodo las ventajas y los beneficios que tendrían al aplicar para el acceso de un crédito comercial.

- 5.2.4. Se propone la creación de unidades de consultoría y asesoría especializadas en el sector microempresarial dentro de las instituciones financieras, con el objeto de ofrecer una ayuda técnica y especializada en el manejo de la información necesaria para la obtención de un crédito. Adicionalmente se puede prolongar esta asesoría con un seguimiento a las diferentes actividades y estrategias que realice las pymes con la intención de usar como una herramienta para el desarrollo del negocio y además ser una garantía de recuperación de cartera para las Ifis.
- 5.2.5. Dentro del plano estatal se plantea la creación de un modelo de desarrollo empresarial basado en la misma modalidad sugerida en la recomendación anterior para las empresas privadas, es decir, fortalecer el desarrollo de las pymes por medio de asesoría técnica especializada en el manejo de recursos financieros, lo cual permitiría que las empresas del sector mantengan información financiera actualizada sobre su negocio siendo esta una herramienta fundamental para la aplicación de nuevas estrategias productivas que permitan un manejo operativo eficiente y procure el desarrollo de los negocios. Para ello se plantea dar mayor importancia a las instituciones que se encargan de canalizar recursos a las pymes como en BNF (Banco Nacional de Fomento), el BEDE (Banco del Estado), etc; a través de los cuales se pueden emprender proyectos de financiamiento para planes de negocios que indique una gran probabilidad de éxito luego de ser evaluados objetivamente.
- 5.2.6. Es importante que las personas conozcan los beneficios y las oportunidades de crecimiento profesional y personal que ofrecen las pymes, para lo cual es imperativo la creación de ferias que impulsen el consumo de bienes y servicios que ofrecen las pymes así como de conferencias acerca de las características de las pequeñas y medianas empresas y sobretodo de los pasos que las personas deben seguir para la creación de su propio negocio, incentivando así la creación de nuevas empresas que procuren el desarrollo de la economía nacional. Dentro de estas ferias además, se pueden incluir; las

formas de financiamiento a las cuales pueden recurrir los ciudadanos al momento de empezar su negocio, es decir, crear las oportunidades para que se genere una integración comercial entre: el estado, las instituciones financieras y las pequeñas y medianas empresas que son los tres principales motores de la economía del estado.

CAPITULO VI: Resumen Ejecutivo.

El acceso a crédito es un aspecto imperativo para el desarrollo de toda empresa sea cual sea su sector productivo o condición en el mercado, por lo cual es indispensable verificar y analizar las facilidades que las instituciones privadas y públicas brindan al sector empresarial para que desarrollen ventajas distintivas en virtud a una estrategia de apalancamiento.

Uno de los sectores que necesita mayor apoyo en este tema son las pequeñas y medianas empresas, sobretodo por la falta de capacitación que ellas tienen sobre los efectos del apalancamiento y de la poca información que ellas recibían durante el período de estudio. Adicionalmente el proceso de desarrollo en el ámbito de evaluación crediticia para las instituciones financieras ha tenido varios cambios con el paso de los años, sobretodo por la falta de estructuras comerciales para pymes y empresas que requieran un crédito comercial.

Para la realización adecuada de una análisis que refleje la verdadera situación del sector estudiado, es indispensable definir el pymes para tener una idea objetiva y acertada de las empresas que están dentro de esta denominación:

Según la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha, se consideran pequeñas y medianas empresas a aquellas unidades de transformación de materia prima o prestación de servicios, cuyos activos fijos (excluyendo el valor de terrenos y edificios) totalizan cuando más USD \$350.000⁵².

En el país estas empresas se concentran mayoritariamente en manufactura y comercio, desarrollan sus actividades en el ámbito local y son pocas las que alcanzan un nivel regional. Entre sus principales fortalezas está la generación de empleo, ya que ocupa aproximadamente el 27% de la población económicamente activa y aportan con el 5% del PIB global y aproximadamente el 24% del PIB industrial según datos de la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha.

⁵² Carrillo Ureña Fernando, Pymes, su importancia en el desarrollo de América Latina. Universidad Central del Ecuador. Pp 17.

El otro tema que se relaciona directamente con el estudio es el apalancamiento financiero que es la posibilidad de financiar determinadas compras de activos sin la necesidad de contar con el dinero de la operación en el momento presente.⁵³

Se considera como una herramienta, técnica o habilidad del administrador, para utilizar el costo por el interés financiero para maximizar utilidades netas por efecto de los cambios en las utilidades de operación de una empresa, es decir, los intereses por préstamos actúan como una palanca, contra la cual las utilidades de operación trabajan para generar cambios significativos en las utilidades netas de una empresa.

En resumen, se debe entender por apalancamiento financiero, la utilización de fondos obtenidos por préstamos a un costo fijo máximo, para maximizar utilidades netas de una empresa.

Durante el período 2000 – 2008 las pymes no utilizaron el apalancamiento como una herramienta de desarrollo empresarial, dentro de otros factores por la falta de información y capacitación sobre el tema, pero en una evaluación sobre el sector crediticio ecuatoriano se puede verificar el predominio en el acceso al crédito de consumo y la preferencia de las instituciones financieras hacia la entrega de crédito a personas para el consumo y al mismo tiempo una baja tendencia a la entrega de créditos comerciales destinados al desarrollo empresarial.

Estas circunstancias tienen su origen tanto en la desconfianza mutua entre las instituciones financieras y las pymes, como también en la repercusión que tienen varios aspectos macroeconómicos como la inflación, la variación de tasas de interés, las importaciones, las exportaciones entre otros sobre la valoración crediticia que las IFIS (instituciones financieras) le dan a las pymes.

Finalmente las pymes no veían al apalancamiento como una forma de desarrollo empresarial, lo que las obliga a adoptar diferentes tipos de estrategias como rentabilidad y eficiencia para lograr mantenerse en el mercado lo que se concluye luego de realizar un análisis financiero de sus estados contables y de sus cuentas más importantes.

Al realizar un estudio de campo sobre las pymes y su opinión sobre el apalancamiento, se afirma lo antes expuesto y además se visualizan algunos aspectos

⁵³ Mesa, Jesús de la Caridad. “Apalancamiento financiero”. www.monografias.com

que permiten conocer los temores tanto de las pymes como de las IFIS en momento de la evaluación crediticia.

En el caso de las pymes, ellas no utilizan el apalancamiento por su preferencia en el capital propio, lo que indica su falta de conocimiento sobre las ventajas del apalancamiento. Adicionalmente ellas ven varios obstáculos por las garantías exigidas, la información financiera requerida y las deudas previamente obtenidas, es decir, la reputación y las deudas que las empresas tienen con otras instituciones financieras. A pesar de todo ello las pymes ven en los bancos las instituciones que más dinero entregan por lo que recurren con más periodicidad a este tipo de instituciones que a otras como mutualistas, financieras y cooperativas.

Desde el punto de vista de las instituciones financieras, las deudas anteriores de las pymes con otras instituciones financieras es lo que más afecta la relación comercial entre estos dos sectores ya que las instituciones financieras no veían a las pymes como sujeto de crédito ya sea por la falta de una plataforma comercial exclusiva para el sector, por las deficiencias en la presentación de información financiera o por el poco tiempo de funcionamiento de las pymes.

Por último estas deficiencias en la relación entre las pymes las IFIS se ve deteriorada por la inexistencia de un sistema de desarrollo empresarial basado en el otorgamiento de créditos lo que le da más trabajo a las instituciones financieras con la captación de más clientes y a la vez permite a las pymes obtener el dinero suficiente para tener un desarrollo económico y financiero adecuado por medio del apalancamiento financiero. Sin embargo esta relación tiene que estar acompañada de una asesoría adecuada antes y después del crédito cerrando un sistema que procure el desarrollo de instituciones financieras y de pequeñas y medianas empresas

CAPITULO VII: Bibliografía.

- Acosta Campo, Ivonne; Pérez Prieto, María Elena. Revista Cambiemos Ecuador 18-01-2005.
- Boch, Roberto; Granata, Leonardo. Revista OIDLES - Vol 1, N° 2 (diciembre 2007)
- Brealy, Richard y Myers Stewart. Principios de Finanzas Corporativas, 4 ed, España, McGraw Hill.
- Calva, José Luis. Financiamiento del crecimiento económico. UNAM. 2007.
- Colohua Xotlanihua, Néstor. “Finanzas públicas: fuentes de financiamiento a largo plazo”.www.gestiopolis.com
- Domínguez Gómez, Efrén. “El financiamiento empresarial: algunas consideraciones”.www.monografias.com
- Garrido, Celso. Desarrollo económico y procesos de financiamiento en México. Siglo XXI. 2005.
- Gutierrez Kafati Elizabeth; Wikipedia.org; 02/08/2008
- Gutiérrez Marulanda, Luis Fernando. Decisiones financieras y costo del dinero en economías inflacionarias. Bogotá, Norma.
- Mesa, Jesús de la Caridad. “Apalancamiento financiero”. Ww.monografias.com
- Ortiz, Gómez Alberto. Gerencia Financiera Un enfoque estratégico, McGraw Hill.
- Rodrigo Gallegos Riofrío, Ecuador, país innovador y emprendedor.
- Rodríguez Martínez, Mauricio. El nuevo sistema de gestión para PYMES. Grupo Editorial Norma. 2006.
- s/a, Diario El Mercurio 2009-03-19.
- s/a. Seminario taller: Mecanismos de promoción de exportaciones para las pequeñas y medianas empresas en los países de la ALADI, Montevideo – Uruguay, 13 y 14 de septiembre del 2001.
- www.geocities.com
- www.superban.gov.ec
- www.bce.fin.ec

- Zorrilla Salgado, Juan Pablo. www.diariojuridico.com

ANEXOS

ANEXO 1

Anexo 1. Formato de calificación de crédito.

PONDERACION Y CALIFICACION DE LA INFORMACION OBTENIDA		
CLIENTE:		
		PTOS
1	CARÁCTER	
A	EXPERIENCIA CREDITICIA	-
A1	RESPONSABILIDAD Y CUMPLIMIENTO	-
	Oportuna ligeras deficiencias medianas deficiencias altas deficiencias	☐ ☐ ☐ ☐
A2	RECURSOS CON QUE CANCELA SUS OPERACIONES	-
	Propios Accionistas Firamas Relacionadas Otras Instituciones Financieras Otros Acreedores	☐ ☐ ☐ ☐ ☐
A3	ESTADO DE SITUACION DE SU CARTERA ACTUAL	-
	Créditos con riesgo Normal Crédito con riesgo potencial créditos deficientes créditos de dudoso recaudo pérdidas	☐ ☐ ☐ ☐ ☐
B	REFERENCIAS	-

B1	REFERENCIAS BANCARIAS	-
	Excelentes Buenas Escasas Ninguna	☐ ☐ ☐ ☐
B2	REFERENCIAS COMERCIALES	-
	Excelentes Buenas Escasas Ninguna	☐ ☐ ☐ ☐
B3	DIVERSIFICACION DE RIESGOS CON OTRAS INSTITUCIONES FINANCIERAS	-
	Ninguna Mediana Baja Alta	☐ ☐ ☐ ☐
C	HABILIDAD EMPRESARIAL	-
	Excelente Mediana Regular Deficiente	☐ ☐ ☐ ☐
TOTAL		-

PONDERACION Y CALIFICACION DE LA INFORMACION OBTENIDA

CLIENTE:

		PTJE
2 CAPACIDAD EMPRESARIAL		
A	ACTIVIDAD DE LA EMPRESA	0
A1	IDENTIFICACION DE LOS SOCIOS CON LA ACTIVIDAD	0
	Alta Aceptable Regular Deficiente	
B	ORGANIZACION ADMINISTRATIVA	0
	Eficiente Aceptable Deficiente Regular Pésima	
C	CAPITAL SOCIAL	0
C1	COMPOSICION ACCIONARIA	0
	Capital abierto sin concentración accionaria Capital familiar sin concentración accionaria	

	Estrecha		
	Ninguna		
D	CAPACIDAD EMPRESARIAL		0
	Fuerte	☐	
	Mediana	☐	
	Débil	☐	
E	CAPACIDAD DE VENTAS Y MERCADO		0
E1	TIPO DE PRODUCTO		0
	Fácil realización	☐	
	Limitada realización	☐	
	Difícil Realización	☐	
E2	ESTRUCTURA DE MERCADO		0
	Alta concentración	☐	
	Mediana Concentración	☐	
	Baja Concentración	☐	
E3	DISTRIBUCION DE LOS PRODUCTOS		0
	Propia	☐	
	Empresa relacionada	☐	
	Distribuidores indirectos	☐	
E4	CANALES DE DISTRIBUCION		0
	Eficientes	☐	
	Medianamente eficientes	☐	
	Ligeramente eficientes	☐	
	deficientes	☐	
E5	TERMINOS DE VENTAS		0
	Optimos	☐	
	ligeramente altos	☐	
	Medianamente altos	☐	
	Altos	☐	
F	CAPACIDAD TECNICA DE LA EMPRESA		0
F1	INFRAESTRUCTURA		0
	Optima	☐	
	Aceptable	☐	
		☐	
		☐	

	Limitada		
	Deficiente		
F2	CONOCIMIENTOS TECNICOS		0
	Excelentes	☐	
	Buenos	☐	
	Regulares	☐	
	Deficientes	☐	
	Nulos	☐	
F3	DIVERSIFICACION DE LA PRODUCCION		0
	Muchos productos	☐	
	Algunos productos	☐	
	Pocos productos	☐	
	Un producto	☐	
F4	EFICIENCIA		0
	Optima	☐	
	Alta	☐	
	Media	☐	
	Baja	☐	
TOTAL			0

PONDERACION Y CALIFICACION DE LA INFORMACION OBTENIDA

CLIENTE:

INDICADORES FINANCIEROS

	FECHA 1	FECHA 2	FECHA 3
INDICES DE LIQUIDEZ:			
CAPITAL DE TRABAJO			
INDICE DE SOLVENCIA			
INDICE ACIDO			
ROTACION DE CARTERA			
ROTACION DE INVENTARIO			
INDICES DE SOLIDEZ:			
PASIVO TOTAL/PATRIMONIO			
PASIVO TOTAL/ACTIVO TOTAL			
PAS.CTE./PAS.L.P.			
INDICES DE RENTABILIDAD:			
SOBRE VENTAS			
SOBRE EL ACTIVO TOTAL			
SOBRE EL PATRIMONIO			
DU PONT			
FLUJO DE FONDOS GENERADO:			
UTILIDAD NETA			
(+) DEPRECIACION			
(-,+) INV.A.F., VENTA A.F.			
(+,-) - CAPITAL DE TRABAJO			
FLUJOS DE FONDOS GENERADO			
COBERTURA DE INTERESES			
INDICE COBERTURA			

PERFIL DE LA POSICION FINANCIERA DE LA EMPRESA

INDICADORES	PESO	FECHA 1	FECHA 2	FECHA 3
DE LIQUIDEZ	30,00%			
DE SOLIDEZ	30,00%			
DE RENTABILIDAD	20,00%			
GENERACION DE FONDOS	10,00%			
GESTION DE VENTAS	10,00%			
CALIFICACION PROMEDIO	100,00%	0%	0%	0%

PONDERACION Y CALIFICACION DE LA INFORMACION OBTENIDA

CLIENTE:

-

GARANTIAS CONSTITUIDAS Y POR CONSTITUIRSE		MONTO	% VALORACION	VALOR REAL
GARANTIAS AUTOLIQUIDABLES				
			100%	0
			100%	0
			100%	0
			100%	0
			100%	0
			100%	0
Subtotal		0		0
HIPOTECARIAS				
BIENES INMUEBLES				
			70%	0
			70%	0
			70%	0
			70%	0
			70%	0
Subtotal		0		0
CERTIFICADOS DE DEPOSITO EN ALMACENERA				
			70%	0
			70%	0
			70%	0
			70%	0
			70%	0
Subtotal		0		0
PRENDARIAS				
			50%	0
			50%	0
			50%	0
			50%	0
			50%	0
Subtotal		0		0
OTRAS GARANTIAS				
Fianzas Solidarias			100%	0
Créditos documentarios irrevocables			100%	0
Cartas de crédito stand by			100%	0
Mercaderías a importar mediante			100%	0

crédito documentario				
Subtotal				0
TOTAL		0		0
(+) Patrimonio Total 0				
Total riesgos a la fecha (+) línea de crédito propuesta Riesgos Netos 0 Cobertura 0,00%				

			MES 1	MES 2
ANEXOS AL FLUJO DE CAJA⁵⁴				
PRESUPUESTO DE PRODUCCION				
A	VENTAS PRESUPUESTADAS			
B (% A)	(+) INV FINAL DESEADO			
C	(-) INV. INICIAL			
D (A+B-C)	TOTAL PRODUCCION PROD TERMINADOS		0	0
E (% D)	REQUERIMIENTOS DE MATERIA PRIMA			
F (% E)	(+) INV. FINAL DESEADO MP			
G	(-) INV. INICIAL DE MP			
H (E+F-G)	COMPRAS DE MP		0	0
FLUJO DE CAJA PROYECTADO				
		% FACTUR.		
	INGRESOS OPERACIONALES			
	VENTAS			
	LOCALES		0	0
	Efectivo		0	0
	a 30 días			0
	a 45 días			0
	a 60 días			
	a 90 días			
	Subtotal		0	0
	EXTERNAS		0	0
	Efectivo		0	0
	a 30 días			0
	a 45 días			0
	a 60 días			
	a 90 días			
	Subtotal		0	0
	RECUP.PERIODOS ANTER.			
	TOTAL INGRESOS OPERACIONALES		0	0
	EGRESOS OPERACIONALES			
	PROVEEDORES MP, SUMINISTROS Y MAT			
	LOCALES		0	0
	Efectivo		0	0
	a 30 días			0
	a 45 días			0

⁵⁴ Se toma para 12 meses.

a 60 días			
a 90 días			
Subtotal		0	0
EXTERNOS		0	0
Efectivo		0	0
a 30 días			0
a 45 días			0
a 60 días			
a 90 días			
Subtotal		0	0
CTAS POR PAGAR PROV. AÑO ANTER.			
MANO DE OBRA DIRECTA			
MANO DE OBRA INDIRECTA			
GASTOS DE VENTAS			
GASTOS DE ADMINISTRACION			
GASTOS DE FABRICACION			
TOTAL EGRESOS OPERACIONALES		0	0
FLUJO OPERACIONAL		0	0
INGRESOS NO OPERACIONALES			
Créditos a contratarse a corto plazo			
Dolares			
Otras monedas			
Subtotal		0	0
Créditos a contratarse a largo plazo			
Dolares			
Otras monedas			
Subtotal		0	0
Total Préstamos Bancos		0	0
Aportes accionistas			
Recuperación de otros activos			
Recuperacion de Inv, Temporales			
Recuperación de otras ctas x cobrar			
Otros ingresos			
TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES		0	0
EGRESOS NO OPERACIONALES			
Pago de intereses			
Pago de créditos de corto plazo			
Pago de créditos a largo plazo			
Pago de dividendos			
Pago de impuestos			
Reparto utilidades trabajadores			
Pago al IESS			
Adquisición de activos fijos			
Pago otras ctas por pagar			
Otros egresos			
TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES		0	0
FLUJO NO OPERACIONAL		0	0
FLUJO NETO GENERADO		0	0
SALDO INICIAL DE CAJA			0
SALDO FINAL DE CAJA		0	0

CALIFICACION DEL CLIENTE			
CLIENTE: -			
	PTJE OBTENIDO	PESO	PTJE PONDERADO
FLUJO DE CAJA		30,00%	0
CAPACIDAD EMPRESARIAL		17,50%	0
SITUACION FINANCIERA		17,50%	0
COLATERALES		17,50%	0
CARACTER		17,50%	0
TOTAL		100,00%	0%
CALIFICACION DE CREDITO ALTAMENTE RIESGOSO <50% RIESGOSO 51-69% RIESGO MANEJABLE 70-89/ RIESGO CONTROLADO 90-100%			

ANEXO 2

Anexo 2: Cuadros de índices y análisis financiero.

Volumen de crédito por institución financiera

Institución	2002	2003	2004
Bancos	2.524.552.957	5.179.699.312	6.806.469.016
Cooperativas	2.524.554.959	5.179.701.315	6.806.471.020
Financieras privadas	5.049.109.919	10.359.402.630	13.612.942.039
Financieras públicas	10.098.219.837	20.718.805.260	27.225.884.079
Mutualistas	20.196.437.673	41.437.608.518	54.451.766.154
Total	40.392.877.348	82.875.219.038	108.903.534.312
2005	2006	2007	2008
7.861.989.231	8.620.104.745	9.011.925.639	12.429.257.637
7.861.991.236	8.620.106.751	9.011.927.646	12.429.259.645
15.723.982.472	17.240.213.501	18.023.855.291	24.858.519.290
31.447.964.945	34.480.427.003	36.047.710.582	49.717.038.581
62.895.927.885	68.960.851.999	72.095.419.157	99.434.075.153
125.791.857.775	137.921.706.005	144.190.840.321	198.868.152.314

Volumen de crédito por tipo

Tipo de crédito	2002	2003	2004
Consumo	642.604.303	943.498.381	1.450.693.639
Comercial	1.944.988.036	4.676.626.759	5.826.712.655
Microcrédito	58.764	201.360	587.813
Vivienda	326.015.518	249.787.556	991.048.047

Total	2.913.666.621	5.870.114.056	8.269.042.154
--------------	----------------------	----------------------	----------------------

2005	2006	2007	2008
1.941.291.171	1.946.049.699	1.754.430.835	2.141.403.517
6.564.571.526	7.166.790.624	7.924.860.540	11.341.532.539
1.010.482	1.152.745	1.200.928	854.059
488.780.768	664.295.231	699.201.101	783.879.710
8.995.653.948	9.778.288.299	10.379.693.404	14.267.669.826

Número de operaciones por tipo de crédito

Tipo de crédito	2002	2003	2004
Consumo	1.205.525	2.632.875	3.572.176
Comercial	162.311	620.418	632.353
Microcrédito	67.184	117.903	348.488
Vivienda	36.217	20.688	29.681
Total	1473239	3393887	4584702

2005	2006	2007	2008
4.915.182	2.285.843	1.236.262	1.150.472
597.404	569.609	643.406	631.978
747.908	749.589	805.519	863.737
23.633	29.346	26.456	25.473
6286132	3636393	2713650	2673668

Promedio de volumen de crédito por tipo

Tipo de crédito	2002	2003	2004
Consumo	533	358	406

Comercial	11.983	7.538	9.214
Microcrédito	1	2	2
Vivienda	9.002	12.074	33.390
Total	1.978	1.730	1.804
2005	2006	2007	2008
395	851	1.419	1.861
10.988	12.582	12.317	17.946
1	2	1	1
20.682	22.637	26.429	30.773
1.431	2.689	3.825	5.336

Tasas de interés

Año	Institución		
	Bancos	Sociedades financieras	Mutualistas
2000	16,76	14,18	17,62
2001	16,97	18,99	16,16
2002	16,57	20,15	20,21
2003	14,56	16,12	17,16
2004	11,89	14,63	14,51
2005	10,27	13,21	12,07
2006	9,89	13,8	13,29
2007	12,78	15,57	10,5
2008	10,31	11,38	11,5

Tasas de interés

Año - Mes	Tipo de tasa		
	Básica	Activa	Máxima convencional
2000			
Marzo	9,42	15,87	0
Abril	8,79	16,31	24
Mayo	8,76	14,19	22
Junio	7,92	15,37	20
Julio	7,54	15,75	20
Agosto	8,41	16,74	20
Septiembre	7,76	15,56	25,11

Octubre	7,66	14,27	23,34
Noviembre	7,55	13,16	21,41
Diciembre	7,7	14,52	19,74
2001			
Enero	7,12	16,42	21,78
Febrero	7,02	16,64	24,63
Marzo	7,17	15,27	24,96
Abril	7,18	16,14	22,91
Mayo	7	14,7	24,21
Junio	6,92	15,76	22,05
Julio	6,4	14,52	23,64
Agosto	5,9	14,28	21,78
Septiembre	6,74	14,57	21,42
Octubre	6,18	16,54	21,86
Noviembre	6,83	16,44	24,81
Diciembre	5,05	15,1	24,66
2002			
Enero	5,55	15,31	22,65
Febrero	5,19	16,24	24,36
Marzo	4,99	15,42	23,13
Abril	5,09	15,24	22,86
Mayo	4,72	13,67	20,51
Junio	5,05	13,93	20,90
Julio	5,42	13,79	20,69
Agosto	4,95	14,14	21,21
Septiembre	5,17	13,52	20,28
Octubre	5,74	13,73	20,60
Noviembre	5,09	14,55	21,83
Diciembre	4,97	12,77	19,16
2003			
Enero	5,57	12,45	19,16
Febrero	5,27	12,68	18,68
Marzo	5,20	11,88	19,02
Abril	5,16	12,60	17,82
Mayo	5,55	12,22	18,90
Junio	4,83	12,16	18,33
Julio	3,95	12,14	18,24
Agosto	3,95	12,42	18,21
Septiembre	3,82	11,29	18,63
Octubre	3,59	11,55	16,94
Noviembre	3,40	11,80	17,33
Diciembre	2,75	11,19	17,70
2004			
Enero	2,50	11,31	16,79
Febrero	2,52	13,18	16,97

Marzo	2,40	10,84	19,77
Abril	2,20	10,44	16,26
Mayo	2,05	9,77	15,66
Junio	2,00	10,16	14,66
Julio	2,00	10,69	14,66
Agosto	2,00	10,76	14,66
Septiembre	2,00	9,65	14,66
Octubre	2,05	9,93	14,66
Noviembre	2,06	9,86	14,66
Diciembre	2,15	8,03	14,66
2005			
Enero	2,32	8,14	12,05
Febrero	2,40	8,59	12,21
Marzo	2,50	9,00	12,89
Abril	2,38	8,95	16,13
Mayo	2,68	10,65	13,43
Junio	2,67	8,88	13,43
Julio	2,87	9,23	13,43
Agosto	3,08	8,24	13,43
Septiembre	3,15	7,77	13,43
Octubre	3,26	8,07	13,43
Noviembre	3,00	9,61	13,43
Diciembre	2,99	8,99	13,43
2006			
Enero	2,99	8,29	13,49
Febrero	3,00	8,76	12,44
Marzo	2,95	8,90	13,14
Abril	2,95	8,11	13,35
Mayo	2,94	9,17	12,17
Junio	2,94	8,51	13,76
Julio	2,93	8,53	12,77
Agosto	2,95	9,42	12,80
Septiembre	3,03	8,77	14,13
Octubre	2,93	8,60	13,16
Noviembre	2,92	9,22	12,90
Diciembre	2,92	9,86	13,83
2007			
Enero	2,93	8,90	14,79
Febrero	4,93	9,51	13,35
Marzo	5,33	9,38	14,27
Abril	5,44	9,98	14,07
Mayo	4,92	10,26	14,97
Junio	5,23	8,99	15,39
Julio	5,07	9,97	16,28
Agosto	5,53	10,92	22,50

Septiembre	5,61	10,82	14,03
Octubre	5,63	10,70	13,04
Noviembre	5,79	10,55	12,28
Diciembre	5,64	10,72	12,28
2008			
Enero	5,91	10,74	11,81
Febrero	0,00	10,50	11,55
Marzo	0,00	10,43	11,26
Abril	0,00	10,17	10,90
Mayo	0,00	10,14	10,00
Junio	0,00	9,59	10,00
Julio	0,00	9,52	9,83
Agosto	0,00	9,31	9,66
Septiembre	0,00	9,31	9,50
Octubre	0,00	9,24	9,33
Noviembre	0,00	9,18	9,33
Diciembre	0,00	9,14	9,33

Evolución agregados macroeconómicos:

Año	Indicador	
	Subempleo	
	Nacional	Quito
2000	65,90%	40,59%
2001	47,40%	33,97%
2002	32,90%	21,88%
2003	54,88%	45,30%
2004	54,17%	40,35%
2005	55,96%	45,58%
2006	56,67%	42,97%
2007	50,22%	35,78%
2008	48,78%	41,59%

Año	Indicador	
	Desempleo	
	Nacional	Quito
2000	10,3%	13,36
2001	8,10%	9,77
2002	7,70%	9,03
2003	11,54%	9,43
2004	8,57%	8,8
2005	7,89%	7,55
2006	7,81%	9,17
2007	6,06%	6,05

2008	7,30%	5,76
-------------	-------	------

Año	Indicador
	Inflación
2000	91%
2001	22,40%
2002	9,40%
2003	6,10%
2004	1,90%
2005	3,13%
2006	2,87%
2007	3,32%
2008	8,83%

Año	Indicador
	PIB
2000	15933,66
2001	16784,09
2002	17.496,67
2003	18.122,31
2004	19.572,23
2005	20.747,17
2006	21.553,30
2007	22.090,18
2008	23.264,43

Año	Indicador
	Importaciones
2000	3721,15
2001	5362,8
2002	6431
2003	6534,35
2004	8226,21
2005	10286,83
2006	11973,14

2007	13.546,64
2008	18.691,68

Año	Indicador
	Salario mínimo
2000	56,7
2001	85,70
2002	121,30
2003	138,20
2004	158,10
2005	166,10
2006	174,90
2007	183,50
2008	200,00

Año	Indicador
	Exportaciones
2000	4926,57
2001	4678,37
2002	5036,08
2003	6038,44
2004	7752,84
2005	10099,97
2006	12.728,25
2007	16113,79
2008	16.612,57

ANEXO 3

Anexo 3. Matriz de requisitos de crédito.

Requisitos	Bancos	Cooperativas	Instituciones públicas
Copia de cédula	X	X	X
Copia de papeleta de votación	X	X	X
Declaración impuesto a la renta	X	X	X
Copia comprobante pago servicio básico		X	X
RUC o RISE	X	X	X
Contrato de arrendamiento o título de propiedad	X	X	X
Factura o proforma de bienes a adquirirse			X
Calificación A, B o C en el BNF			X
Solicitud de crédito	X	X	X
Estado de situación financiera personal		X	X
Cuenta corriente o de ahorros activa	X	X	X
Garantía prendaria o hipotecaria	X	X	X
Estudio de factibilidad de la actividad productiva			X
Referencias bancarias	X	X	X
Escritura constitución de la empresa	X		
Reformas de estatutos	X		
Última nómina presentada a la Sup. De Compañías	X		
Balances internos últimos dos años	X	X	X
Flujo de caja proyectado correspondiente a 1 año	X		
Nombramientos actualizados representantes legales	X		X
Detalle accionistas		X	

ANEXO 4

Anexo 4: Formato de la encuesta.

La encuesta que se aplicó tiene como objetivo obtener información relacionada a la realidad crediticia que viven las pymes en Quito, por ende se la dividió en cuatro partes: datos de identificación de las empresas, dentro del cual se podrá reconocer el

número exacto de empresas que pertenecen al nicho de mercado es decir, que estén dentro de los sectores de manufactura y comercio y cuyo número de empleados oscila entre 11 y 99, con lo cual se puede revisar los criterios objetivos de quienes se encuentran en el nicho sobre el cual se realizó el estudio.

El formato de la encuesta es el siguiente:

UNIVERSIDAD PLITECNICA SALESIANA		Encuestas Num.
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS		
ESTUDIO DE ACCESO A FINANCIAMIENTO PARA PYMES EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL PERIODO 2000 - 2008		
PROBLEMAS QUE ENFRENTAN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS E INDUSTRIAS EN EL PAIS Y POSIBLES SOLUCIONES		
A.- DATOS DE IDENTIFICACION DE LA EMPRESA		
A01.- NOMBRE DE LA EMPRESA		
A02.- A QUE SECTOR O RAMA DE ACTIVIDAD PERTENECE SU EMPRESA		
B02.1	agricultura, avicultura, pesca, ganadería, caza, silvicultura y floricultura	☐
B02.2	comercio al por mayor y menor	☐
B02.3	Construcción	☐
B02.4	Explotación de minas y canteras y serv petroleros	☐
B02.5	Industria Manufacturera	☐
B02.6	servicios varios y asesoría	☐
B02.7	Transporte y comunicación	☐
B02.8	OTRAS	☐
A03.- ESPECIFIQUE LA ACTIVIDAD QUE REALIZA SU EMPRESA		
A04.- APROXIMADAMENTE CUAL ES EL NUMERO DE EMPLEADOS DE SU EMPRESA?		
☐ 1 - 10	☐ 11 - 50	☐ 51 - 99
☐ 100 - 199	☐ MAS 200	
%		
B.- DATOS DE IDENTIFICACION DEL ENTREVISTADO		
B01.- NOMBRE DEL ENTREVISTADO		
B02.- SEXO	HOMBRE ☐	MUJER ☐
B03.- EDAD	20 - 30 ☐	30 - 40 ☐
	40 - 50 ☐	50 - 60 ☐
	MAS DE 60 ☐	
B04.- PROFESION		
B05.- CARGO:		
B06.- INSTRUCCIÓN	☐ MEDIA	☐ SUPERIOR
	☐ POSGRADO	☐
	☐ OTROS	☐ NINGUNA

C- PROBLEMAS QUE AFECTAN A LA EMPRESA

C01. ¿COMO CREE USTED QUE LIMITAN CADA UNO DE LOS SIGUIENTES ASPECTOS AL DESARROLLO Y ACTIVIDAD DE SU EMPRESA?

	NO LIMITA	LIMITA ESCASAMENTE	LIMITA MEDIANAMENTE	LIMITA GRAVEMENTE	NO CONTESTA
	1	2	3	4	5
COMPETENCIA DESLEAL					
SITUACION ECONOMICA DEL PAIS					
CORRUPCION					
LEGISLACION LABORAL					
APERTURA COMERCIAL					
CONDICIONES DE FINANCIAMIENTO/CREDITO					
BUROCRACIA ESTATAL					
PAGO DE IMPUESTOS					
APOYO GUBERNAMENTAL AL SECTOR					
FALTA DE PERSONAL CALIFICADO					
REPRESENTACION GREMIAL					
CONCENTRACION DE CLIENTES					
INESTABILIDAD POLITICA					
ACCESO A TECNOLOGIA					
CALIDAD DE INFRAESTRUCTURA					
ESCASA OFERTA DE CAPACITACION					
ACCESO A MERCADOS DE EXPORTACION					
RELACION CON PROVEEDORES					
RELACION CON DISTRIBUIDORES					

C02.- CUANDO SE PLANTEA LOS PROBLEMAS QUE ENFRENTAN LAS EMPRESAS CON LA COMPETENCIA, QUE TAN GRAVE SON PARA USTED LOS SIGUIENTES PROBLEMAS?

	MUY GRAVE	GRAVE	POCO GRAVE	NADA GRAVE	NO CONTESTA
	1	2	3	4	5
PRECIOS BAJOS DE LA COMPETENCIA/COMPETENCIA DESLEAL					
CONTRABANDO					
INFORMALIDAD EN EL MERCADO					
FALTA DE CONTROLES					
IMPORTACIONES SUBSIDIADAS					
LIBRE IMPORTACION					
INCUMPLIMIENTO DE LEYES					
FALTA DE INFORMACION					
PIRATERIA					
OTROS (Especifique)					

C03.- CUANDO SE PLANTEA LOS PROBLEMAS QUE ENFRENTAN LAS EMPRESAS POR LA SITUACION MACROECONOMICA ACTUAL DEL PAIS, QUE TAN GRAVE SON PARA USTED LOS SIGUIENTES PROBLEMAS?

	MUY GRAVE	GRAVE	POCO GRAVE	NADA GRAVE	NO CONTESTA
	1	2	3	4	5
DESEMPLEO					
INFLACION					
CAIDA DEL CONSUMO					
NIVEL DE SUELDOS					
TASAS DE INTERES					
GASTO PUBLICO					
IMPORTACIONES					
MIGRACION					

C04. EN LOS ULTIMOS 3 AÑOS USTED HA SOLICITADO UN CREDITO?

SI ☐ CONTINUE
NO ☐ ¿POR QUÉ?

C05.- A QUE INSTITUCION FINANCIERA USTED SOLICITO EL CREDITO?

BANCO	☐
COOPERATIVA	☐
FINANCIERAS	☐
MUTUALISTAS	☐

C06.- EL CREDITO QUE USTED SOLICITO FUE APROBADO O NEGADO

	APROBADO	NEGADO
BANCO	☐	☐
COOPERATIVA	☐	☐
FINANCIERAS	☐	☐
MUTUALISTAS	☐	☐

C07.- ¿CUALES SON LAS PRINCIPALES FUENTES DE FINANCIAMIENTO QUE HA UTILIZADO SU EMPRESA?

CAPITAL PROPIO	☐
PRESTAMOS BANCARIOS	☐
CREDITO DE PROVEEDORES	☐
SOBREGIROS	☐
CHEQUES DIFERIDOS	☐
TARJETAS DE CREDITO	☐
INVERSIONISTAS PRIVADOS	☐
OTROS	☐

RESPUESTA MULTIPLE

ESPECIFIQUE _____

C08.- EN SU OPINION, EN QUE FORMA LOS SIGUIENTES ASPECTOS LIMITAN A LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS (IFIS) PARA OTORGAR UN CREDITO A LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS?

	NO LIMITA	LIMITA ESCARA MENTE	LIMITA MEDIANA MENTE	LIMITA GRAVEMENTE	NO CONTESTA
LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS NO CUENTAN CON ESTRUCTURAS COMERCIALES APTAS PARA ATENDER A LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS					
LAS INS. FINANCIERAS NO VEN COMO SUJETOS DE CREDITO A LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS					
LA INFORMACION DEL CLIENTE REGISTRADA EN LA CENTRAL DE RIESGOS					
LOS REQUERIMIENTOS DE GARANTIAS QUE EXIGEN AL CLIENTE					
REQUERIMIENTO DE INFORMACION FINANCIERA ESPECIFICA DEL CLIENTE					
EL SOLICITAR LA PRESENTACION DE PROYECTOS DE FACTIBILIDAD O VIABILIDAD					
QUE EL CLIENTE TENGA DEUDA EN OTRA INSTITUCION FINANCIERA					
QUE EL CLIENTE TENGA POCO TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO EN SU NEGOCIO					
LA EDAD QUE TIENE EL PROPIETARIO DEL NEGOCIO					

C09.- DE IGUAL MANERA, EN QUE FORMA LE LIMITAN A SU EMPRESA LOS SIGUIENTES ASPECTOS PARA OBTENER UN CREDITO POR PARTE DE UNA INSTITUCION FINANCIERA?

	NO LIMITA	LIMITA ESCARA MENTE	LIMITA MEDIANAMENTE	LIMITA GRAVEMENTE	NO CONTESTA
GARANTIAS EXIGIDAS					
TASAS DE INTERES					
COMISIONES Y GASTOS					
TIEMPO DE TRAMITES					
FALTA DE INFORMACION					
PLAZOS					
INFORMACION FINANCIERA					
OFERTA DE FINANCIAMIENTO INADECUADO					
DOCUMENTACION EXIGIDA					
NO APERTURA AL SECTOR					
DOCUMENTOS EXIGIDOS					

C10.-¿CUALES HAN SIDO LAS GARANTIAS QUE MAS HA UTILIZADO PARA FINANCIAR SU EMPRESA?

	SI	NO
SOLO CON LA FIRMA		
PRENDAS O HIPOTECAS DE BIENES DE LA EMPRESA		
PRENDAS O HIPOTECAS DE BIENES PERSONALES		
GARANTE		
LEASING (ARRENDAMIENTO MERCANTIL)		
DESCUENTO DE FACTURAS		
TODAS		
NINGUNA		
OTRAS		

ESPECIFIQUE _____

C11.-SE ESTA HABLANDO MUCHO DE LA APERTURA COMERCIAL Y QUE EL ECUADOR ESTA INMERSO EN ESTE CONCEPTO. DENTRO DE LOS OBSTACULOS QUE SE PUEDEN SEÑALAR CON EL MERCADO EXTERNO. COMO CREEN QUE LE LIMITAN LOS SIGUIENTES ASPECTOS PARA PODER INCORPORARSE EN ESTE PROCESO?

	NO LIMITA	LIMITA ESCASAMENTE	LIMITA MEDIANAMENTE	LIMITA GRAVEMENTE	NO CONTESTA
	1	2	3	4	5
FALTA DE INFORMACION					
COSTO DEL TRANSPORTES					
COSTOS FINANCIERO					
EXIGENCIAS DE CALIDAD					
MODALIDAD DE PAGOS					
FALTA DE INTERMEDIARIOS					
TRABAS ARANCELARIAS					
TRABAS NO ARANCELARIAS					
TRAMITES					

C12.- HA ESCUCHADO USTED DE ALGÚN MECANISMO DE FOMENTO A LA PEQUEÑA INDUSTRIA?

SI ☐ CUALES? _____

NO ☐ PASE A LA PREG. C14

C13.- HA UTILIZADO ALGUNA VEZ MECANISMOS DE FOMENTO DEL ESTADO AL SECTOR DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA?

SI ☐ ¿CUÁLES? _____

NO ☐ ¿POR QUÉ? _____

C14.- ESTA AFILIADO HA ALGUN GREMIO?

SI ☐ A CUAL? _____

NO ☐ ¿POR QUÉ NO? _____ PASE A LA PREG. C16

C15.- QUE TAN SATISFECHO SE ENCUENTRA USTED CON SU GREMIO EN CUANTO A: (LEAS LAS ALTERNATIVAS)

	NADA SATISFACTORIO	POCO SATISFACTORIO	SATISFACTORIO	MUY SATISFACTORIO
INFORMACION QUE LE BRINDA				
SERVICIOS QUE LE BRINDA				
ASESORAMIENTO				
REPRESENTATIVIDAD				
CAPACITACION				

C16.- HABLANDO DEL NUMERO DE PROVEEDORES CON QUE USTED CUENTA EN QUE RANGO CLASIFICARIA USTED AL NIVEL DE CONCENTRACION DE ESTOS EN SU NEGOCIO?

1 a 2 Proveedores	
3 - 5 Proveedores	
6 - 10 Proveedores	
11 - 20 Proveedores	
> - 21 Proveedores	

C17. DE LAS COMPRAS QUE REALIZA A SUS PROVEEDORES QUE PORCENTAJE REPRESENTA PRODUCTOS LOCALES Y QUE PORCENTAJE PRODUCTOS IMPORTADOS?

% LOCALES	
% EXTRANJEROS	

C18. DE LAS VENTAS QUE REALIZA SU EMPRESA QUE PORCENTAJE LO HACE LOCALMENTE Y QUE PORCENTAJE EXPORTA?

% LOCALES	
% EXTRANJEROS	

D.- CONSULTORIA

D01.- ¿Ha utilizado alguna vez o utiliza actualmente su empresa servicios de consultoría?

Si ha utilizado alguna vez ☐ Si utiliza actualmente ☐ No ha utilizado ☐ Pase a la D11.

D02.- ¿Para que área utilizó o utiliza su empresa los : RESPUESTA MULTIPLE

Marketing	
Informática	
Comercio Exterior	
Finanzas	
Contabilidad	
Gestión	
Calidad Total	
Otros	
Cuáles	

D03.- ¿Qué tipo de consultor contrató su empresa?

Persona natural	
Empresa privada	
Empresa pública	
Consultoría del gremio	
Otros. Cuáles?	

D04.- ¿Cómo seleccionó al consultor?

Por propuesta del consultor	
Recomendación de un colega	
A través del gremio	
Prensa escrita	
Revista especializada	
Ofrecimiento de entidad de crédito	
Sector público	
Directorio telefónico	
Directorio de consultores	
Otros. Cuáles?	

D05.- Para quienes no cuentan actualmente con asesoría ¿Qué tiempo promedio duró la asesoría o consultoría en su empresa?

D06.- Para quienes cuentan actualmente con asesoría ¿Cuánto tiempo lleva su empresa contratando servicios de asesoría?

Menos de un mes	
De 1 a 3 meses	
De 4 a 6 meses	
De 7 a 1 año	
Más de 1 año	

D07.- ¿Qué es lo que usted generalmente busca de un servicio de consultoría o asesoría? Indique por orden de importancia, donde 1 es más importante y 9 es menos importante.

Identificación con el consultor	
Conocimiento del sector	
Precio	
Calidad	
Enfoque	
Plazo	
Forma de pago	
Amistad	
Otros. Cuál?	

D08.- ¿Cómo califica usted los servicios de consultoría obtenidos?

Muy satisfactorios ☐ Satisfactorios ☐ Poco satisfactorios ☐ Nada satisfactorios ☐

D09.-¿Qué tan importante considera usted contar con servicios de asesoría o consultoría?

Muy importante ☐ Medianamente importante ☐ Poco importante ☐ Nada importante ☐

D10.- ¿Cuánto ha aportado los servicios de consultoría a su empresa?

Mucho ☐ Poco ☐ Nada ☐

D11.- ¿Por qué no ha utilizado servicios de consultoría o asesoría?

Es cara	☐
Es para empresas de mayor tamaño	☐
No conoce el alcance de la consultoría	☐
El nivel técnico no es suficiente	☐
No la necesita	☐
No tiene recursos humanos que haga contraparte	☐
Por temor a que se divulgue la información	☐
No había pensado	☐
Otra?	☐

D12.- ¿Cuáles serían las razones por las cuales usted pudiera decidirse a contratar servicios de consultoría o asesoría?

D13.- ¿Con qué tipo de consultor le gustaría trabajar?

Persona natural	☐
Empresa privada	☐
Empresa pública	☐
Consultoría del gremio	☐
Institución financiera	☐
Otros. Cuáles?	☐
No le interesa	☐

D14.- ¿En qué área de su empresa le interesaría ser asesorado?

Marketing	☐
Informática	☐
Comercio Exterior	☐
Finanzas	☐
Contabilidad	☐
Gestión	☐
Calidad Total	☐
Otros	☐
Cuáles	☐
No le interesa	☐

D15.- ¿Le gustaría que una entidad financiera le proporcione servicios de asesoría?

Si ☐ Con qué tipo de institución financiera?
No ☐

Banco	☐
Cooperativas	☐
Mutualistas	☐
Financieras	☐

