



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES**

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

TÍTULO DEL PROYECTO:

**ANÁLISIS SOBRE EL ACCESO AL FINANCIAMIENTO CREDITICIO
DE LAS MICROEMPRESAS DEDICADAS AL COMERCIO, PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DEL FACTORING COMO ALTERNATIVA DE
FINANCIACIÓN EN LA MICROEMPRESA VEHICLESERVICE DEL
CANTÓN MILAGRO.**

AUTORES:

**VÁSQUEZ BENAVIDEZ MARIO FABRISIO
COELLO FREIRE GUSTAVO OSWALDO**

MILAGRO, SEPTIEMBRE 2013

ECUADOR

ACEPTACIÓN DE LA TUTORA

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por los Sres. *Mario Fabrisio Vásquez Benavidez* y *Gustavo Oswaldo Coello Freire*, para optar al título de Economista y que acepto tutoriar a los estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, Mayo de 2013

Abg^{da}. Elicza Ziadet Bermudez

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Los autores de esta investigación declaran ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el presente trabajo es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está debidamente referenciado en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 26 días del mes del Mayo de 2013

Mario Fabrisio Vásquez Benavidez
0928425164

Gustavo Oswaldo Coello Freire
0928732916

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Economista otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones

MEMORIA CIENTÍFICA	[]
DEFENSA ORAL	[]
TOTAL	[]
EQUIVALENTE	[]

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Queremos dedicar este importante logro, que es lograr titularnos de Economía: a Dios, a nuestros Padres y demás familiares, quienes han permanecido a lo largo de nuestras vida apoyándonos con mucho amor y sabiduría, guiándonos en cada pasos que dábamos, para que podamos cumplir nuestras metas, y así en un fututo llegar a ser profesionales honorables.

Mario Vásquez,

Gustavo Coello

AGRADECIMIENTO

Profundamente agradecidos con Dios; por estar con nosotros en cada paso que damos y fortalecer nuestros corazones, con amor y sabiduría. Agradecer hoy y siempre a nuestras familias por el esfuerzo realizado por ellos, quienes han sido nuestros apoyos en todo momento velando por nuestro bienestar durante todas nuestras vidas; asimismo profundamente agradecidos con nuestra tutora de tesis la Abg. Elicza Ziadet, por la colaboración, paciencia, apoyo y sobre todo por esa gran amistad que nos brindó y nos brinda, por haber guiado el desarrollo de este trabajo y llegar a la culminación del mismo.

*Mario Vásquez,
Gustavo Coello*

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Lcdo.
Jaime Orozco MSc
Rector de la Universidad Estatal de Milagro.

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derechos de Autor del trabajo realizado como requisito previo a la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue “Análisis sobre el acceso al financiamiento crediticio de las microempresas dedicadas al comercio, del cantón Milagro, y la incidencia en su desarrollo competitivo” y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, de 27 de Septiembre de 2013

Mario Fabrisio Vásquez Benavidez
0928425164

Gustavo Oswaldo Coello Freire
0928732916

INDICE GENERAL

CAPÍTULO I	2
EL PROBLEMA	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1 <i>Problematización</i>	2
1.1.2 <i>Delimitación del problema</i>	4
1.1.3 <i>Formulación del problema</i>	4
1.1.4 <i>Sistematización del problema</i>	5
1.1.5 <i>Determinación del tema</i>	5
1.2 OBJETIVOS	5
1.2.1 <i>Objetivo General</i>	5
1.2.2 <i>Objetivos Específicos</i>	5
1.3 JUSTIFICACIÓN	6
1.3.1 <i>Justificación de la investigación</i>	6
MARCO REFERENCIAL	8
2.1 MARCO TEÓRICO	8
2.1.1 <i>Antecedentes Históricos</i>	8
2.1.2 <i>Antecedentes Referenciales</i>	12
2.1.3 <i>Fundamentación</i>	14
2.2 MARCO LEGAL	29
2.3 MARCO CONCEPTUAL	33
2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES	38
2.4.1 <i>Hipótesis General</i>	38
2.4.2 <i>Hipótesis Particulares</i>	39
2.4.3 <i>Declaración de las Variables</i>	39
2.4.4 <i>Operacionalización de las Variables</i>	41
MARCO METODOLÓGICO	43
3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL	43
3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA	44
3.2.1 <i>Características de la población</i>	44
3.2.2 <i>Delimitación de la población</i>	45
3.2.3 <i>Tipo de muestra</i>	45
3.2.4 <i>Tamaño de la muestra</i>	45
3.2.5 <i>Proceso de selección</i>	46
3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS	47
3.4 EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN	47
CAPITULO IV	49
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	49
4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	49
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS	80
4.3 RESULTADOS	82
4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS	84

CAPÍTULO V	87
PROPUESTA.....	87
5.1 TEMA.....	87
5.2 FUNDAMENTACIÓN	87
5.3 JUSTIFICACIÓN.....	89
5.4 OBJETIVOS.....	90
5.4.1 Objetivo General de la propuesta	90
5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta.....	90
5.5 UBICACIÓN	91
5.6 FACTIBILIDAD.....	91
5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	110
5.7.1 Actividades	113
5.7.2 Recursos, Análisis Financiero.....	114
5.7.3 Impacto.....	122
5.7.4 Cronograma.....	123
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.....	124
CONCLUSIONES	125
RECOMENDACIONES	127
BIBLIOGRAFÍA	128
ANEXOS	134

ÍNDICES DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Acceso al Financiamiento de las MIPYMES.....	16
Gráfico 2 Número de MIPYMES en Milagro.....	26
Gráfico 3 Número de empresas según actividad comercial del Cantón Milagro	28
Gráfico 4 Genero del Administrador	50
Gráfico 5 Edad de los administradores.....	50
Gráfico 6 Nivel de Educación de Los Administradores	51
Gráfico 7 Empresas asociadas a gremios.....	53
Gráfico 8 Número de empleados.....	54
Gráfico 9 Nivel de Educación de empleados de las MIPYMES.....	55
Gráfico 10 Gestión Administrativa de las MIPYMES	57
Gráfico 11 Nivel Competitivo de las MIPYMES	59
Gráfico 12 Tipo de capital inicial de las MIPYMES.....	61
Gráfico 13 Dificultad al acceso financiero empresarial	63
Gráfico 14 Alternativas de Financiamiento.....	65
Gráfico 15 Problemas financieros de las MIPYMES	67
Gráfico 16 Áreas que incrementan la competitividad	69
Gráfico 17 Requerimiento de financiamiento.....	71
Gráfico 18 Preferencia sobre el medio de financiamiento	73
Gráfico 19 Tipos beneficios para Asociarse a un gremio	75
Gráfico 20 Promedio mensual de ventas	77
Gráfico 21 Tipo de comercialización	79
Gráfico 22 Tendencia de Ventas de VEHICLESERVICE S.A.	101
Gráfico 23 Proyección de Ventas	102

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Ranking Del ICG 2012 - 2013.....	10
Cuadro 2 Número de MIPYMES en Milagro	26
Cuadro 3: Número de empresas según actividad comercial del Cantón Milagro	28
Cuadro 4 Operacionalización de las variables	41
Cuadro 5 Empresas asociadas a gremios.....	53
Cuadro 6 Número de empleados	54
Cuadro 7 Fuente: Encuesta realizada a MIPYMES del cantón Milagro	55
Cuadro 8 Gestión Administrativa de las MIPYMES	57
Cuadro 9 Nivel Competitivo de las MIPYMES.....	59
Cuadro 10 Tipo de capital inicial de las MIPYMES.....	61
Cuadro 11 Dificultad al acceso financiero empresarial	63
Cuadro 12 Alternativas de Financiamiento	65
Cuadro 13 Problemas financieros de las MIPYMES	67
Cuadro 14 Áreas que incrementan la competitividad	69
Cuadro 15 Requerimiento de financiamiento.....	71
Cuadro 16 Preferencia sobre el medio de financiamiento	73
Cuadro 17 Tipos beneficios para Asociarse a un gremio	75
Cuadro 18 Promedio mensual de ventas	77
Cuadro 19 Tipo de comercialización	79
Cuadro 20 Verificación de Hipótesis	84
Cuadro 21 Comparación entre las empresas que Ofrecen Factoring	92
Cuadro 22 Operación de Factoring a 12 meses.....	93
Cuadro 23 Operación de Factoring a 24 meses.....	93
Cuadro 24 Cálculo del costo total de financiamiento del total de las cuentas por cobrar.	95
Cuadro 25 Cálculo del costo total de financiamiento del 80% de las cuentas por cobrar.	96
Cuadro 26 Políticas de Crédito	104
Cuadro 27 Porcentaje de descuento en base al tiempo	118

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Ubicación Geográfica de la Microempresa VEHICLESERVICE S.A.....	91
Ilustración 2 Balance General de VEHICLESERVI - Simulación Factoring.....	119
Ilustración 3 Cronograma de Actividades.....	123
Ilustración 4 Encuesta a Microempresarios Milagreños; comerciante de motos.....	134
Ilustración 5 Encuesta a Microempresarios Milagreños; Comercio de Electrodomésticos.....	134
Ilustración 6 Encuesta a Microempresarios Milagreños; Comercio de tecnología.....	134
Ilustración 7 Encuesta a Microempresarios Milagreños; Comercio de Insumos agrícolas.....	135
Ilustración 8 Encuesta a Microempresarios Milagreños; comercio de muebles.....	135
Ilustración 9 Encuesta a Microempresarios Milagreños; Comercio de Cerámicas.....	135
Ilustración 10 Logo de VEHICLESERVICE S.A.	137
Ilustración 11 Exteriores de VEHICLESERVICE S.A.	137
Ilustración 12 Mercadería de VEHICLESERVICE S.A.; Línea Blanca	138
Ilustración 13 Mercadería de VEHICLESERVICE S.A.; Motos	138
Ilustración 14 Mercadería de VEHICLESERVICE S.A.; Equipos telefónicos.....	138

RESUMEN

El limitado acceso al financiamiento crediticio que carecen las microempresas dedicadas al comercio, perjudica a este sector empresarial en su desarrollo, es decir a su productividad y competitividad. Las Instituciones financieras no tradicionales en el Ecuador, han sido poco aplicables debido al tradicional sistema crediticio (Bancos) como medio de financiamiento, pues cuentan con apalancamientos¹ y un enorme poder de negociación dentro de nuestro país, siendo la banca uno de los principales medios que acuden los empresarios. Este hecho perceptible ha provocado una problemática que trunca la utilización de nuevos y más atractivos medios de financiación como Leasing, Factoring y Mercado de valores. La investigación nos enfocamos hacia las microempresas, las cuales les es más difícil acceder a recursos monetarios (Créditos bancarios). Es por ello que el Factoring está dirigido a aquellas empresas que requieren liquidez inmediata, para seguir produciendo mediante la anticipación de la cuentas por cobrar de la empresa (Venta de la cartera), a cambio de una tasa redituable por la cesión y la actividad de cobranza de sus facturas desligándose de la complejidad de cobrar sus ventas a plazo, y no asumiría el riesgo de cobranza la empresa. Con la aplicación de este medio de financiamiento proporcionará inyección de capitales a las microempresas, fomentará la competitividad empresarial y aportará a la incursión de nuevos medios de servicios financieros, dando como resultado mayores oportunidades de crecimiento para los pequeños negocios del cantón Milagro.

Palabras Claves: Competitividad, Financiamiento, Crédito, Factoring, Cobranza, Capitales, Desarrollo Económico.

¹ *El apalancamiento es la relación entre crédito y capital propio invertido en una operación financiera.*

ABSTRACT

The limited access to loan financing which lack the commercial microenterprises, damage to this business sector in its development, it means their productivity and competitiveness. The non-traditional financial institutions in Ecuador, have been not very applicable because to the traditional credit system (banks) as a means of financing, as they have an enormous leverage and bargaining power within our country, being the banks major ways where entrepreneurs apply. This problem has caused noticeable that truncates the use of new and more attractive as a means of financing Leasing, Factoring and stock market. The research we focus on microenterprises, which it is more difficult to access monetary resources (bank loans). This is why factoring is directed to those companies which require immediate liquidity to continue producing through the anticipation of the accounts receivable of the company (sale of the accounts receivable), in return for cost effective rate for the assignment and activity collection of bills disassociating the complexity of forward sales charge, and the company do not assume the cost of collection. With the application of this method of funding will provide capital injection to microenterprises, promote business competitiveness and contribute to the introduction of new financial services ways, resulting in greater growth opportunities for small businesses to Milagro city.

Keywords: Competitiveness, Financing, Credit, Factoring, Collection, Capitals, Economic Development.

INTRODUCCIÓN

Los sistemas financieros han sido desde hace mucho tiempo la única fuente de acceso al financiamiento, con el objetivo de desarrollar la productividad especialmente dentro del sector empresarial, de todas las economías del mundo.

El aumento de la productividad de las micro empresas en el Ecuador, ha enmarcado una serie de inconvenientes por la falta de Liquidez que se han presentado en el sector empresarial ecuatoriano, y con mayor efecto en el sector comercial del país, desacelerando su margen de crecimiento y creando una serie de necesidades que dificultan la permanencia de una competitividad estratégica sustentada en criterios de estabilidad económica.

Es por esto, que las Microempresas en los últimos años, se han visto sometidas a una etapa de transición reflejada, en los altos costos transaccionales² que han tenido que cubrir, por la ausencia de flujos circulante inmediato, además con un complicado acceso crediticio por parte de las instituciones financieras (Bancos), es por este inconveniente que para los empresario se ha constituido en la razón de proponer la ejecución de un contrato de Factoring dentro de estas actividades, el cual es reconocido a nivel mundial como un convenio de estrategia comercial innovador y negociable de gestión de cuentas, obteniendo estas empresas un alto impacto en la productividad de las mismas.

Al contar las empresas con un sistema de factoring estas tendrían liquidez sin caer en endeudamientos, y además con una adecuada técnica administrativa de sus utilidades, permitiría tener efectivo al cobrar al contado sus ventas de crédito, y se desligaría de la complejidad de cobrar sus ventas a plazo y no asumiría el riesgo de cobranza, reduciendo los costos financieros, proveyendo liquidez y rentabilidad a las empresas asociadas.

Sin embargo la propuesta es incursionar en la Microempresa VEHICLESERVICE del cantón Milagro, a que haga uso de esta herramienta financiera, debido a la gran ventaja que tendrá con la aplicación de este sistema de financiamiento, obteniendo mayores posibilidades de crecer y expandir su negocios.

² *SERVICIOS TRANSACCIONALES desarrollo de una plataforma para el manejo y control de los distintos procesos que se requieren para la comercialización de productos físicos.*²

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

Las Micro, Pequeñas Y Medianas Empresas (MIPYMES) han llegado a ser un elemento importante en el desarrollo de las economías mundiales y en Ecuador no es la excepción. Sin embargo para asegurar el desarrollo y crecimiento de las mismas es esencial que cuenten con un sistema financiero bien lubricado³ que asegure las facilidades para la obtención de financiamiento.

En base a un estudio elaborado por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales sede Ecuador (FLACSO – Ecuador) y el Ministerio de Industria y Productividad (MIPRO), sobre: “Factores determinantes de acceso y racionamiento del crédito en las MIPYMES ecuatorianas 2012” se establece que las MIPYMES encuentran dificultades al momento de adquirir un crédito.

En este mismo estudio se manifiesta que las microempresas son las menos atendidas en cuestión de financiamiento, es decir que las instituciones financieras, como los bancos y cooperativas, le dan mayor preferencia a créditos dirigidos a sectores como el inmobiliario y el consumo.

Ahora bien, para el año 2009 los créditos ofrecidos a las microempresas solo fue del 8.77% frente a los otros sectores donde el porcentaje es mayor como por ejemplo: los créditos comerciales los cuales son en su mayoría a grandes empresas representaron el 36.92%, mientras que los créditos de consumo fueron de 23.81%; para el siguiente

³ (Zanzzì)

año, aun siendo las proporciones más altas que el 2009, el sector de créditos a microempresas fue el menos favorecido; aun representando el 95% del universo de empresas que existen en el país y las generadoras del 44% del empleo nacional⁴.

Este tipo de empresa no se encuentra con un mercado financiero enteramente flexible, es decir que no existen ni las preferencias, ni las facilidades para el financiamiento de actividades productivas, dificultando o reduciendo la oferta de empleo.

El financiamiento se vuelve complicado dado a que las instituciones financieras las consideran riesgosas, debido a su débil estructura de organización. Para asegurarse el retorno del capital los prestamistas incrementan la cantidad de requisitos o documentación que en ocasiones no logran cumplir, y si logran acceder a estos créditos la tasa de interés es alta principalmente el segmento de microcrédito.

Esta falta de financiamiento perjudica a las microempresas en su desarrollo, es decir a su productividad y competitividad.

San Francisco de Milagro, es el segundo cantón más importante de la provincia del Guayas, tanto por la cantidad de habitantes como por el crecimiento comercial que ha logrado, además, ha sido considerado como la capital administrativa de la región cinco, cuenta con un extenso conglomerado comercial en donde la mayoría concuerda que para conseguir un crédito, el trámite es algo difícil o muy complicado⁵.

Las limitaciones al financiamiento se puede traducir como una falta de capital, factor que provoca, dificultades económicas, además de reducir la capacidad de producción e implementación de nuevos procesos innovadores que le aseguren ventajas competitivas.

Un estudio realizado por GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM), sobre la Actividad Emprendedora Temprana (TEA), demuestra que en el Ecuador la mayor parte de emprendimiento son realizados por ecuatorianos que no han terminado la secundaria (52.7%), entre los que habían terminado la secundaria representan el 30.5%, los que no habían terminado la universidad son el 10.0%, y por último los que

⁴ (EAyO, 2012)

⁵ (Fernández, 2010)

tenían un grado universitario y postgrado solo son el 6.8%. Por lo que es natural que los administradores de micro negocios solo conozcan al sistema financiero como el único medio de financiamiento, descartando así a los demás medio alternativos de adquisición de capital.

Además al no contar con los conocimientos técnicos necesarios sobre finanzas y otras ciencias administrativas y comerciales, quienes deseen financiarse solo buscaran el medio más conocido, es decir el sistema de crédito bancario. En el momento en que recuran a este medio se encontrarán con las trabas anteriormente expuesta.

Esta situación deja a estas empresas en una precaria posición pues no podrán contar con recursos financieros de forma inmediata, puesto que deberán realizar largos procesos para intentar obtener un crédito financiero, por tanto perderán oportunidades de inversión.

Por lo expuesto solamente desarrollando una cultura de financiamiento para microempresas en la consecución a créditos bancarios permitirá un desarrollo eficiente en el mejoramiento organizacional y comercial de estas entidades.

1.1.2 Delimitación del problema

La investigación se realizara con las microempresas que se dediquen a la actividad de comercio, ubicadas en el cantón San Francisco de Milagro, perteneciente a la provincia del Guayas.

Los datos considerados tendrán un límite histórico de hacía cinco años, con la finalidad de realizar un trabajo lo más ajustado a la realidad.

1.1.3 Formulación del problema

¿Cómo el acceso al financiamiento crediticio incide en el desarrollo competitivo de las microempresas dedicadas al comercio, del cantón Milagro?

1.1.4 Sistematización del problema

- ✓ ¿De qué manera afecta los distintos documentos exigidos por las instituciones financieras en la consecución de créditos productivos para las microempresas?
- ✓ ¿El conocimiento de alternativas de financiamiento, influye en las oportunidades económicas y/o empresariales de la microempresas?
- ✓ ¿Cómo las oportunidades de desarrollo de las microempresas, incide en nivel de oferta laboral?
- ✓ ¿El nivel de formación académica de quienes dirigen las microempresas, incide en la administración del negocio?
- ✓ ¿Cómo las dificultades financieras, influyen en las obligaciones comerciales de las microempresas?

1.1.5 Determinación del tema

Análisis sobre el acceso al financiamiento crediticio de las microempresas dedicadas al comercio, del cantón Milagro, y la incidencia en su desarrollo competitivo.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Analizar como el acceso al financiamiento crediticio incide en el desarrollo competitivo de las microempresas dedicadas al comercio, mediante herramientas y técnicas de investigación que permitan la obtención de información in-sesgada, que sustenten otras alternativas que eleven su capacidad competitiva y por ende el progreso de su negocio.

1.2.2 Objetivos Específicos

- ✓ Analizar cómo afecta los distintos documentos exigidos por las instituciones financieras en la consecución de créditos productivos de las microempresas.

- ✓ Determinar de qué manera el conocimiento de alternativas de financiamiento influye en las oportunidades económicas y/o empresariales de las microempresas.
- ✓ Diagnosticar como las oportunidades de desarrollo de las microempresas incide en la oferta laboral.
- ✓ Evaluar como incide el nivel de formación académica de quienes dirigen las microempresas, en la administración del negocio.
- ✓ Determinar de qué forma las dificultades financieras influye en las obligaciones comerciales de las microempresas.

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación de la investigación

Las empresas de tipo micro representan para la economía nacional una fuente importante de empleo pues conforma el 95% del universo de empresas del país, aportando de esta manera al 44% del empleo nacional, pero la limitación al acceso a créditos para financiar sus actividades económicas pone en dificultades su desarrollo y competitividad de las mismas.

La desvinculación que tiene la banca, principalmente la banca privada, con conseguir una matriz productiva⁶ para el país, se evidencia en la especialización de estas instituciones en los segmentos de crédito de consumo. Este desinterés provoca para la economía un déficit en las balanzas comercial.

La finalidad de los sistemas financieros es que lubriquen la economía nacional y se coadyuven a los diferentes sectores, pero como esa no es la realidad, se deben buscar alternativas de financiamiento.

Es importante que las microempresas sigan en un crecimiento constante, pero además de eso es imprescindible que logren desarrollarse, es decir que logren un desarrollo sostenible y duradero, que solo lo logran si son altamente competitivas.

⁶ (Telégrafo, 2012)

La importancia y justificación de presente proyecto radica en que no se puede lograr un desarrollo económico sin el apoyo de los diferentes sectores socioeconómicos del país, pues las microempresas en la actualidad han logrado ser un eje clave para economías desarrolladas y emergentes. Milagro, por ser uno de los cantones más importantes de la región, no puede dejar de lado esta problemática, sino que se debe asumir las exigencias del mercado actual.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

La evolución del sistema financiero de la economía ecuatoriana se dio en el año de 1927, en la Presidencia Dr. Isidro Ayora con la implementación del Banco Central del Ecuador y demás organismos de control como la Contraloría General del Estado y la Superintendencia de Bancos, como consecuencia de una época de crisis del sistema financiero que vivía nuestro país en la década de los años veinte; llegó la Misión de Kemmerer, logrando importantes transformaciones como modernizar el Estado y reestructurar el sistema bancario del país.

La misión de Kemmerer⁷ consistía en una serie de reformas al sistema monetario, bancario y fiscal que se convirtieron en leyes (algunas de las cuales perduran hasta la actualidad), debido a las deficiencias administrativas en el manejo de las finanzas cuya misión era colocar al Ecuador a la altura de otros países desarrollados.

Entre el año de 1992 y 1994 en la presidencia de Jamil Mahuad el Estado procedió a modernizar la Ley de Régimen Monetario y la Ley General de Bancos, con el fin de establecer un marco legal dirigido a promover el dinamismo y solidez de las entidades que conforman el sistema financiero ecuatoriano.

⁷ (Hoy, La Misión de Kemmerer en Ecuador, 1999)

Este nuevo marco legal permitió al país experimentar un sustancial crecimiento de intermediarios financieros, lo cual incrementó la competencia en la oferta de servicios bancarios del país.

El 10 de Mayo de 1994 entro en vigencia la “Ley General de Instituciones del Sistema Financiero (LGISF) ⁸”, con la nueva ley, se trató de liberalizar los sistemas financieros a través de la desregulación y de la libre competencia entre los agentes financieros, fomentando una liberación financiera lo cual genero un boom de créditos en forma acelerada por parte de las empresas y entidades financieras, reemplazando la Ley General de Bancos de 1927 porque constituían un marco insuficiente para la regulación del sistema financiero y las nuevas condiciones económicas del país y el mundo. Con la aplicación de la nueva Ley “LGISF” se desarrolló el sistema financiero, dinamizando el ahorro y canalizar el mismo hacia actividades productivas y de inversión lo cual favoreció al crecimiento del crédito interno del país.

Se buscó preservar la igualdad de los participantes en el mercado y asegurar la homogeneidad de las condiciones y oportunidad del sector financiero, configurándolo en un esquema de banca universal y grupos financieros para enfrentar la globalización⁹.

Con las nuevas reformas al sistema financiero del país los sectores contaron desde entonces con mayores posibilidades de acceso a operaciones crediticias, creando un ambiente de estabilidad económica, social y política.

Esto dio lugar a la formación de un motor enorme de emprendimientos, denominadas MIPYME (Pequeñas y medianas empresas), que han impulsado en su desarrollo la mayoría de países latinos dando un crecimiento enorme en sus economías y en la calidad de vida de sus habitantes.

Las MIPYME se han convertido en una de las principales protagonistas de emprendimientos en las nuevas economías mundiales en los inicios del nuevo siglo. Al analizar la historia mundial reciente aparecen las MIPYME en las economías como detonadoras de empleo y desarrollo.

⁸ (Hoy, Concentración de Capitales, 1994)

⁹ (Frixiones, 1998)

Según el estudio realizado por Deloitte nos indica que el nivel de emprendimiento en el Ecuador ha mejorado sustancialmente su competitividad, avanzando 15 puestos en el 2012, alcanzado el puesto 86 de 144 economías analizadas por el ICG (informe de competitividad global).¹⁰

Cuadro 1 Ranking Del ICG 2012 - 2013

PAÍS	ICG 2012 - 2013		ICG 2011 - 2012	Variación 2011-2012
	Posición	Puntaje	Posición	
SUIZA	1	5,72	1	→ 0
SINGAPUR	2	5,67	2	→ 0
FINLANDIA	3	5,55	4	↑ 1
SUECIA	4	5,53	3	↓ -1
HOLANDA	5	5,50	7	↑ 2
EE.UU.	7	5,47	5	↓ -2
CHILE	33	4,65	31	↓ -2
PANAMÁ	40	4,49	49	↑ 9
BRASIL	48	4,40	53	↑ 5
MÉXICO	53	4,36	58	↑ 5
COSTA RICA	57	4,34	61	↑ 4
PERÚ	61	4,28	67	↑ 6
COLOMBIA	69	4,18	68	↓ -1
URUGUAY	74	4,13	63	↓ -11
ECUADOR	86	3,94	101	↑ 15
ARGENTINA	94	3,87	85	↓ -9
BOLIVIA	104	3,78	103	↓ -1
NICARAGUA	108	3,73	115	↑ 7
PARAGUAY	116	3,67	122	↑ 6
VENEZUELA	126	3,46	124	↓ -2

Fuente: DELOITTE

¹⁰ (Guayas, Informe de Competitividad Global , 2012)

Durante el 2012, el Ecuador ha mostrado un desempeño macroeconómico relativamente estable¹¹. No obstante el sector financiero en el país se fortaleció durante el año 2012, con relación al año pasado. Los depósitos en el sistema financiero privado crecieron a una tasa superior a 15% durante este año, demostrando un incremento de confianza de los cuentahabientes (Es la persona natural o jurídica que es titular de una cuenta de ahorros o corriente) en las instituciones financieras.¹² Los créditos han aumentado de manera similar a los depósitos, otorgando liquidez a la economía y aportando al crecimiento económico.

En Ecuador, las microempresas han sido históricamente actores importantes en la generación de empleos y proveedores de bienes y servicios básicos para la sociedad.

Pero este sector no cuenta con el impulso necesario por parte de las Instituciones Financieras, debido a que las entidades bancarias las consideran riesgosas, debido a su débil estructura de organizacional.

La evolución que ha tenido el financiamiento crediticio, en el sector de las microempresas despliega un bajo nivel de impulso y reducidos niveles de acceso al crédito para las empresas de menor tamaño. La baja participación de las microempresas en el acceso al crédito en el sector privado es un problema que aqueja a todas las economías emergentes.

Esta baja participación se debe a las dificultades para cumplir con los requisitos que solicitan las instituciones bancarias en cuanto a información y garantías exigidas, además de las altas tasas de interés, figuran entre las principales causas por las cuales estas empresas no recurren al crédito bancario.

Se debe a que las instituciones privados como bancos comerciales son reacios en la concesión crediticia, sobre que si no son clientes frecuentes y carecen de cierta antigüedad en los negocios, les imponen dificultades en la obtención del crédito.

¹¹ (Hoy, Como mejorar la competitividad en el Ecuador, 2011)

¹² (Ecuador, asobancos, 2012)

Los programas de crédito diseñados por instituciones se difunden a través de los bancos comerciales y generalmente presentan un sesgo que favorece el financiamiento a las empresas de mayor tamaño.

Por tal motivo con el adecuado impulso por parte de las instituciones financiamiento las microempresas maximizarían el comercio y otorgaría un mayor impulso a los emprendimientos, ya que conjuntamente impulsarían una modernización, alentando la inversión, pues estas empresas son consideradas como la columna vertebral de las economías, el empleo y el desarrollo regional.

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Existen muchos estudios acerca de la importancia que tienen las microempresas en las economías y lo importante que es el desarrollo de las mismas en cada país. Varios estudios apuntan a desarrollar estrategias que mejoren el financiamiento de estas organizaciones, pues es difícil acceder a créditos productivos a través del mercado financiero convirtiéndose en una problemática latente en América latina.

El proyecto presentado por los Ingenieros Santiago Andrade Guerrón y Edison Calero García sobre: “El mercado de Valores como alternativa de Financiamiento para las MIPYME¹³”, destacan que este tipo de organizaciones enfrentan innumerables desafíos como permanecer en los mercados o ganar nuevos, optimizar procesos productivos o de distribución (logística), mejorar sus estrategias que le aseguren su permanencia y éxitos en los diferentes mercados, pero todo esto no se puede lograr, si no se cuenta con un buen sistema financiero. Por esta razón en su investigación, estos profesionales, proponen presentar el mercado de valores ecuatoriano como alternativa de financiamiento para las pequeñas y medianas empresas, además reconocen de la importancia que tienen este tipo de empresas para economías en vía de desarrollo como nuestro país.

Dentro de su estudio hacen referencia sobre las dificultades que existe para acceder a créditos productivos, esta carencia de créditos no les ha permitido modernizarse,

¹³ (García, 2008)

aun siendo de gran relevancia la presencia de este tipo de empresas para nuestra economía, por el gran aporte en la generación de empleos directos e indirectos.

Dentro de la fundamentación del mencionado trabajo, se sostiene que la falta al acceso de financiamiento convencional, es decir por medio del mercado financiero, sobre todo para las microempresas agudizando así los problemas de estas empresas en relación a su crecimiento, exigencias gerenciales a nivel competitivo, y las relaciones y reacciones al entorno, es decir su nivel de flexibilidad y adaptación al mercado.

Este trabajo se sustenta aún más con la propuesta del Ministerio de Industrias y Productividad, en conjunto con la Subsecretaría de MIPYME y Artesanías, “ALTERNATIVAS DE FINANCIAMIENTO A TRAVÉS DEL MERCADO DE VALORES PARA MIPYME”¹⁴. En este trabajo se plantea, de igual manera que el trabajo anterior, la utilización del mercado de valores ecuatoriano se utilizaría como un medio de financiamiento para las MIPYME.

El Banco Mundial (BM) a través de su división Corporación Financiera Internacional publicó en el 2009 una Guía Informativa de Banca Pyme, en la que destaca que la gran relevancia que tienen las pequeñas y medianas empresas para economías desarrolladas como en las emergentes, debido a que estas organizaciones son uno de los principales factores en la creación de empleo y crecimiento del producto interno bruto (PIB), en su estudio, este organismo expone que el desarrollo de este tipos de empresas es un gran desafío, por su falta de escala (dimensiones) se ven limitadas en su acceso a los mercados, las capacidades y el capital. Además considera que la falta al acceso de financiamiento es una de las principales barreras para su crecimiento, puesto que las instituciones financieras y bancos comerciales las suelen considerar como riesgosas y costoso el otorgamiento de crédito a estas empresas, por ende se contrae la oportunidad de incrementar su productividad y competitividad, introducirse a nuevos mercados y contratar más mano de obra.

¹⁴ (PRODUCTIVIDAD, 2012)

La finalidad de esta investigación fue de crear una guía que sirva a diferentes tipos de instituciones financieras, para que estas complementen sus servicios o amplíen según requiera el caso, en lo referente a créditos para las MIPYME.

En la actualidad los gobiernos entienden de la importancia que tiene el segmento microempresarial en las economías, por esto se han dedicado en mejorar su acceso al financiamiento ocupándose de barreras legales o contribuyendo a la infraestructura crediticia. Sin embargo la clave para lograr el crecimiento de las MIPYME y mejorar su nivel competitivo está en que las instituciones financieras privadas entiendan las reales necesidades de las MIPYME y les den las preferencias debidas, formulando enfoques que permitan superar inconvenientes como el riesgo crediticio y los elevados costos.

2.1.3 Fundamentación

La banca dentro de cualquier sistema financiero juega un rol protagónico pues el desarrollo de una nación se respalda en gran parte al funcionamiento de las entidades crediticias.

En el Ecuador, aproximadamente el 60% de la población pertenece a la clase media o media-baja y su principal fuente de actividades son los negocios informales, comerciales, sector agrícola, servicios, es decir, actividades relacionadas con la pequeña y mediana empresa¹⁵. Para realizar actividades económicas, esta parte mayoritaria de la población solicita financiamiento a distintas instituciones, con el objetivo de instaurar o renovar sus negocios.

Un factor decisivo en el mercado crediticio es el racionamiento de crédito. Las instituciones financieras podrían estar seleccionando sus prestatarios según su grado de importancia, es decir los bancos segmentan a sus clientes de tal modo que impondrían más barreras a aquellos clientes más pequeños o “riesgosos” y se asegurarían con clientes más grandes y poderosos.

¹⁵ (Ecuador B. c., Información estadística mensual, 2012)

Este fenómeno podría concluir en un debilitamiento de la micro, pequeña y mediana empresa ya que según lo expuesto, serían los grupos más perjudicados, y debido al hecho de que la mayor parte de la población del país se desarrolla económicamente en estos tipos de empresa, se estaría tratando de un fenómeno de grandes consecuencias.

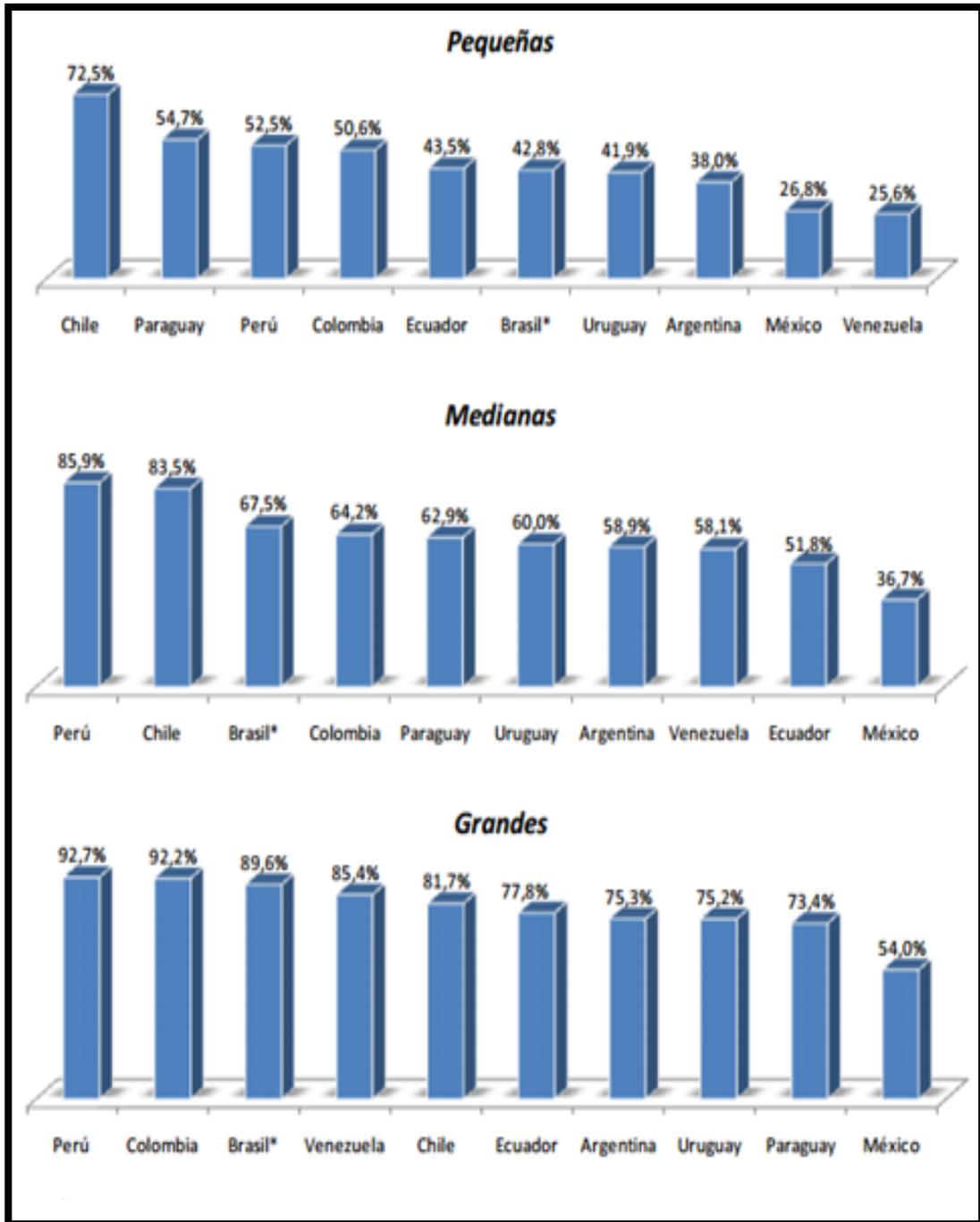
El Acceso al Financiamiento de las microempresas, a través del sistema bancario, es un tema de interés a nivel de los países latinoamericanos, debido a su gran diversidad de factores de crecimiento económico. En el caso de las pequeñas empresas la proporción que acceden al financiamiento bancario es respectivamente baja, (Gráfico 1) salvo el caso de Chile en el cual más de 72% de las empresas lo hace. En Ecuador solo un 43.5% de las pequeñas empresas acceden a financiamiento bancario, siendo las medianas y grandes más favorecidas. Si estas son las proporciones para este grupo de empresas, las tipo micro serían las que menos posibilidades de conseguir un crédito para capital de trabajo.

Al considerar las medianas empresas se observa en general que todos los países presentan mejores indicadores de acceso al crédito y se presenta menos heterogeneidad. En Ecuador, el 51,8% de las empresas medianas acceden a este financiamiento.

Por su parte, en el caso de las grandes empresas, presentan indicadores más elevados aún, en relación con las pequeñas y medianas empresas, representando en casi todos los países latinoamericanos más del 70% del acceso a préstamos bancarios o líneas de crédito.

Independientemente del país que se haga el análisis, las microempresas tienen un menor acceso crediticio por parte de las instituciones financieras, en relación con las grandes empresas, debido a que su débil estructura organizacional, por ende las instituciones financieras con el fin de asegurarse el retorno del capital incrementan la cantidad de requisitos o documentación que en ocasiones no logran cumplir, y si logran acceder a estos créditos la tasa de interés es alta principalmente el segmento de microcrédito, por lo que las instituciones bancarias son reacias y desmotivadoras por su complejidad al momento de solicitar un crédito y deja a un lado este sector empresarial.

Gráfico 1 Acceso al Financiamiento de las MIPYMES



Fuente: Banco Mundial 2010

Ecuador se encuentra entre los países que acceden a préstamos bancarios (43.5%), en comparación a sus países vecinos (Perú-Colombia).

Uno de los factores relacionados con el fenómeno de racionamiento de crédito es la Administración Tributaria, y el bajo nivel educativo de sus empleados afecta a las prácticas de las empresas del Sector.

Adicionalmente, la no regulación de una mejor Legislación Laboral y las constante Inestabilidad Política que ha afrontado el país se han convertido en uno de los principales obstáculos a superar, ubicándoles en los primeros niveles de importancia para el desarrollo de las empresas, sin embargo al realizar la comparación internacional se aprecia que la proporción de empresas que los señalan como obstáculos es bajo en relación con los otros países vecinos.

El presente trabajo pretende determinar si la concentración bancaria o tamaño de las instituciones bancarias privadas influye o no en el racionamiento del crédito hacia clientes microempresariales.

La ocurrencia de este fenómeno en una economía como la ecuatoriana tendría consecuencias importantes, ya que no todas las personas podrían contar con financiamiento para sus negocios y muchas actividades quedarían interrumpidas. Según evidencia empírica, la existencia de muchas nuevas instituciones crediticias más pequeñas que los bancos (mutualistas, cooperativas, etc.) cubrirían la demanda de crédito del tipo de clientes antes mencionados, pero a un costo mucho más alto que el que cobraría un banco, de esta manera el margen de ganancia que al final obtendrían estas personas sería en muchos casos no significativo.

En el caso de determinar la existencia de este fenómeno, se hace necesaria la implantación de nuevas regulaciones en el sector financiero, con el propósito de controlar la discriminación de parte de los bancos sobre el tipo de créditos que los mismos ofrecen, esto como una posible solución al problema planteado. Es trascendental considerar que la importancia de las microempresas no reside únicamente en su potencial redistributivo ni en su capacidad para generar empleo, sino también en su competitividad empresarial cuando es incorporada al proceso productivo en condiciones apropiadas.

El desarrollo de este sector en la economía del país, se ha caracterizado por una gran variedad de iniciativas realizadas, por una gran diversidad de actores; sin embargo en medida que crece la microempresa tomando un mayor rol dentro de la economía, también crece la demanda de servicios de apoyo a este sector, ya sea por parte del estado, de instituciones pública - privadas, cooperación internacional y asociaciones gremiales, involucradas con el desarrollo del sector, pero este impulso no ha tenido el impacto necesario para desarrollar este sector empresarial. Debido que no existe una cultura financiera y que los empresarios solo recurren a los sistemas financieros tradicionales.

La creación de las microempresas se desarrolla en base a una idea o experiencia ajena, que se da como consecuencia del descubrimiento de una oportunidad de negocio (emprender). Entre los factores que pueden llevar a una persona a inclinarse por un negocio son:

- ✓ Repetición de experiencias ajenas.
- ✓ Incursionar en mercados no explotados y poco abastecidos, o de nueva creación con un alto porcentaje de crecimiento.
- ✓ Conocimientos técnicos de administración empresas (mercados, sectores o negocios concretos).
- ✓ La experiencia laboral, que haya sido trabajador o directivo de otro negocio y que pretende independizarse.

INDICADORES

La situación actual de la microempresa se resume a continuación:

- ✓ Escaso nivel tecnológico.
- ✓ Baja calidad de la producción, debido a los altos costos operativos.
- ✓ Falta de concesión de crédito de las instituciones financieras, debido a los altos costos y difícil acceso (documentación) que imponen.

- ✓ Mano de obra sin calificación artesanal.
- ✓ La producción se sitúa más al mercado interno.
- ✓ Ausencia de políticas (Leyes) y estrategias para el desarrollo de este sector.
- ✓ Son escasos los mecanismos de apoyo para el financiamiento, capacitación, y uso de tecnología.

Las microempresas comerciales ecuatoriana cuenta con un sin número de potencialidades que son pocas conocidas y aprovechadas en el medio. Principalmente se refieren a:

- ✓ Son componentes claves para generar riqueza y empleo.
- ✓ Diluye los problemas y tensiones sociales (regiones y provincias deprimidas), mejorando la gobernabilidad.
- ✓ Requiere menores costos de inversión.
- ✓ Tiene posibilidades de obtener nichos de mercados para bienes no tradicionales generados en el sector.
- ✓ Su nivel de su producción contribuye al reparto más equitativo del ingreso.
- ✓ Su sistema es flexible ya que puede asociarse y enfrentar exigencias del mercado.

Varios son los factores que se han considerado a nivel mundial para poder determinar las MIPYMES, en nuestro país son los siguientes:

- ✓ Cantidad de personal
- ✓ Monto y volumen de la producción
- ✓ Monto y volumen de las ventas

- ✓ Capital productivo administrado por los propietarios (Administración independiente).
- ✓ La mayor parte son empresas familiares que se constituyen como Compañía Limitada y también las que operan como Persona Natural.
- ✓ En cuanto a obreros/empleados tenemos que las microempresas hasta 10, las pequeñas albergan hasta 49, mientras que las medianas desde 50 hasta 250.
- ✓ Otra característica es el mercado al que han orientado sus productos, que básicamente es el local o regional; siendo muy pocas las empresas que se expanden geográficamente.

En vista de que estas empresas no cuentan con grandes facilidades de financiamiento, ayudas gubernamentales o socios inversionistas; buscan desarrollarse por medio de la reinversión de sus utilidades.

En Ecuador y en los países latinoamericanos según la CEPAL establece que las microempresas encuentran dificultades al momento de adquirir un crédito debido a que las consideran peligrosas por su débil estructura organizacional, provocando un estancamiento económico en el país.

En lo relacionado con la administración, el dueño de la empresa es quien está al frente de la misma; además de esto, las empresas no cuenta con áreas definidas como ventas, administración, producción y recursos humanos.

Su contabilidad no es tan detallada; debido a que no existe un registro diario de transacciones, balances financieros específicos, estados de resultados que le permitan llevar un estricto control de sus recursos financieros y sus movimientos.

Según la Superintendencia de Compañías tiene registradas 38,000 compañías, de las cuales el 96% se consideran PYMES, de éstas el 56% se consideran microempresas; 30% pequeñas empresas; 10% medianas empresas y 4% grandes empresas¹⁶, cada una contribuyendo así al desarrollo económico del país.

¹⁶ (Senplades, 2007)

La áreas de mayor importancia y básicamente la base de estas empresa son las de ventas y producción; ya que de ellas depende el proceso de elaboración y colocación del producto o servicio, y la satisfacción que éste genere en el cliente.

Año tras año se ha registrado un incremento en las MIPYMES, tanto como generadoras de empleo como también en su contribución al desarrollo de la economía nacional, registrando un 14% del PIB (Producto Interno Bruto) y un 5% de las exportaciones ecuatorianas; según la Cámara de la Pequeña Industria del Guayas.

A través de nuestro campo de Investigación de micro empresa puede ser el primer paso de un emprendedor a la hora de organizar un proyecto y llevarlo cabo. Se trata de compañías que no tienen una incidencia significativa en el mercado (no vende en grandes volúmenes) y cuyas actividades no requieren de grandes sumas de capital (en cambio, predomina la mano de obra).

La principal característica de las micro - empresas es su tamaño acortado, este tipo de empresas tiene una gran importancia en la vida económica de un país, en especial para los sectores más vulnerables desde el punto de vista económico.

Esto ocurre debido a que la microempresa puede ser una salida laboral para un desempleado, un ama de casa, atreves de la elaboración de artesanías, gastronomía a pequeña escala, entre otras como la consultoría profesional son algunos de los campos más usuales en el desarrollo de micro empresas. Con el tiempo, una micro - empresa exitosa puede convertirse en una PYME de mayor envergadura.

Es de vital importancia el sector micro empresarial de un país, pues constituye un desarrollo, como medio para adelantar procesos eficientes de distribución del ingreso y generación de empleo.

El sociólogo chileno Oscar Mac-Clure, en su trabajo “Las microempresas: ¿una solución a los problema de empleo?”¹⁷. Las microempresas cumplen un rol primordial en la generación del empleo, ya que son percibidas como una nueva y potente alternativa de crecimiento empresarial, mediante el cual ayuda a enfrentar los

¹⁷ (Mac-Clure, 2001)

problemas de desigualdad económica y reducción de la pobreza, a escala nacional y mundial.

Desventajas Micro Empresas

El obstáculo prioritario que enfrentan este tipo de empresas es la falta de financiamiento, lo que incurre en muchas ocasiones en no poder imponerse objetivos más altos, en un plazo de tiempo más corto, limitando las posibilidades de crecimiento, en donde la microempresa encuentra problemas de competitividad y se ve obligada en gran número de ocasiones a limitar su mercado al consumo interno (por ejemplo, a nivel local). Analizando la competitividad y productividad de las microempresas, del tipo tradicional observamos que está siendo amenazada por la incorporación de modernos conceptos de negocio, que demuestran:

- ✓ Limitada profesionalización.
- ✓ Crecimiento desordenado.
- ✓ Rezago tecnológico.
- ✓ Mala imagen comercial.
- ✓ Administración informal ("de cajón").
- ✓ Limitados accesos al financiamiento.

Pequeña Empresa

Es una entidad independiente con fines de lucro, creada para ser rentable, pero que no predominan en el mercado a la que pertenece, cuya venta anual en valores no excede más de 1 millón de dólares¹⁸ y el número de personas que la conforma es hasta un límite de 40, y como toda empresa, tiene aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras, todo lo cual, le permite dedicarse a la producción, transformación y/o prestación de servicios para satisfacer determinadas necesidades y deseos existentes en la sociedad".

Importancia De La Pequeña Empresa

1. Las pequeñas empresas desempeñan un rol protagónico en el proceso del cambio tecnológico, ya que impulsan procesos de innovación.

¹⁸ (boletincontable, 2011)

2. Sirven como agentes de cambio en una economía globalizada, debido a su flexibilidad al cambio siendo más competente e impulsar el desarrollo económico y generación de empleo.
3. A nivel nacional crea un nivel de posicionamiento en el mercado por la competencia y promoción que genera, creando un desarrollo regional y local.
4. Genera empleos debido a que estas empresas le es muy sencillo ajustarse a los requerimientos del mercado y de los clientes.

Desventajas de la pequeña empresa.

- ✓ Pagan en efectivo sus prestaciones, reinvertiendo de sus utilidades.
- ✓ El 25% de estos empleos generados son de medio tiempo.
- ✓ Sus empleados al no contar con un nivel de educación superior no cumplen con las reglas de modelo corporativo.
- ✓ Debido a su débil estructura organizacional las posibilidades de financiamiento no son tan accesibles como las de las grandes empresas.

Mediana Empresa

La mediana empresa es una actividad económica, ya sea de cualquier tipo actividad (comercial-industrial-agrícola) que se dedique, otorga una oportunidad de desarrollar su competitividad en base a la mejora de su organización y procesos, así como de mejorar sus habilidades empresariales.

Características de la mediana empresa

Se caracterizan por:

- ✓ Posee un número entre 41 a 100 empleados.
- ✓ Existen mayores exigencias en todos los departamentos con el objetivo de otorgarle al cliente una atención óptima.
- ✓ Posee un nivel de complejidad organizacional.
- ✓ El propietario ejercitar él sólo la gestión de decisiones y control.
- ✓ El propietario incorpora personas que puedan asumir las funciones de coordinación y control y, paulatinamente, funciones de decisión; lo que implica

redefinir el punto de equilibrio y aumentar simultáneamente el grado de compromiso de la empresa.

Desventajas De La Mediana Empresa

El acceso a mercados ya establecidos o nuevos, con una cartera reducida de clientes aumenta el riesgo de quiebra de estas empresas, por lo que es importante que amplíen su cartera de clientes. Por lo que es necesario tomar en consideración varios factores:

- ✓ **Empleo:** Son empresas con mucha rigidez laboral, ya que tienen dificultades para encontrar mano de obra calificada (capacitación constante).
- ✓ **Tecnología:** Estas empresas no pueden dedicar fondos a la exploración científica, por lo que tienen que asociarse con centro de investigaciones (universidades) o con otras empresas.
- ✓ **Financiamiento:** Debido a su estructura organizacional estas empresas encuentran dificultad de encontrar financiación a un coste y plazo adecuados, debido a las constantes reinversiones que tienen que llevar a cabo para la satisfacción de los clientes y empleados.
- ✓ **Acceso a mercados internacionales:** El menor tamaño complica su entrada en otros mercados. Debido a que estas empresas tienen que adaptarse a las filosofías culturales de los otros países.

Importancia De Mediana Empresa

Las medianas empresas cumplen un rol importante en la economía de todos los países avanzados y en vía de desarrollo. Ya que la producción de estas empresas ayudan al crecimiento local y regional, reactivando plazas de empleo y sectores desatendidos. Además sirven de tejido auxiliar de las grandes empresas. Ya que la mayoría de las grandes empresas se valen de empresas subcontratadas menores (pequeñas empresas) para realizar servicios u operaciones que de estar incluidas en el tejido de la gran corporación redundaría en un aumento de coste.

Las MIPYMES establecen dos formas, de surgimiento:

- ✓ Aquellas que se originan como empresas propiamente dichas (Legales según el marco regulatorio de la Ley), es decir, son las que se puede distinguir correctamente una organización y una estructura, donde existe una gestión empresarial (propietario de la firma) y el trabajo remunerado. Estas, en su mayoría, son de capital intensiva y se desarrollan dentro del sector formal de la economía.
- ✓ Aquellas empresas de origen familiar caracterizadas por una gestión a lo que solo se le preocupa la supervivencia sin prestar demasiada atención a herramientas administrativas tales como el costo de oportunidad de capital, o la inversión que permite el crecimiento tanto a corto como a largo plazo.

Las Pequeña y Mediana Empresa en el Ecuador de acuerdo a investigaciones orientadas a las PYMES del Ecuador, se obtuvo información a través de páginas web económicas como el INEC (instituto nacional de estadística y censo)¹⁹. Además en el Ecuador, de acuerdo con el actual régimen legal, existen como apoyo a este sector la Ley de Fomento Artesanal²⁰ y la cámara de la pequeña Industria, mediante el cual se estructuró una clasificación de los principales conceptos relacionados con las Pymes (micros, pequeñas, medianas y grandes empresas). De acuerdo a su estructura, las empresas tienen las siguientes categorías:

- ✓ **Microempresas:** posee hasta 10 trabajadores, y sus ingresos son hasta 100 mil dólares anuales.
- ✓ **Pequeña:** puede tener hasta 40 obreros, y sus ingresos son hasta 1 millón de dólares anuales.
- ✓ **Mediana:** alberga de 41 a 100 obreros, y sus ingresos son hasta 5 millones de dólares anuales.
- ✓ **Grandes:** cuentan con un personal mayor a 100 empleados, y sus ingresos sobrepasan los 5 millones de dólares anuales.

¹⁹ (INEC, 2007)

²⁰ (ARTESANAL, 1986)

Según el estudio realizado por el Eco. Mario Fernández docente de la Universidad estatal de Milagro sobre “Estudio del desarrollo productivo y socioeconómico de las MIPYMES (micro, pequeñas, medianas empresas) del Cantón Milagro”. Nos indica los siguientes indicadores:

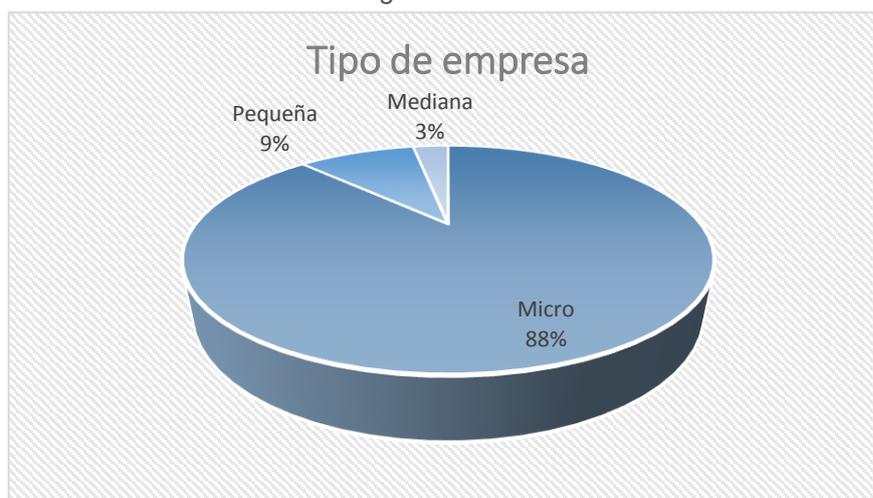
Cuadro 2 Número de MIPYMES en Milagro

Tipo de Empresa	Número empresas	Porcentaje
<i>Micro</i>	1809	88%
<i>Pequeña</i>	197	10%
<i>Mediana</i>	60	3%
Total general	2066	100%

Fuente: Estudio del desarrollo productivo y socioeconómico de las pequeñas, medianas y microempresas del Cantón Milagro y cantones aledaños, y análisis de factibilidad para Interacción Institucional de Fortalecimiento.

Autor: Econ. Mario Fernández

Gráfico 2 Número de MIPYMES en Milagro



Fuente: Estudio del desarrollo productivo y socioeconómico de las pequeñas, medianas y microempresas del Cantón Milagro y cantones aledaños, y análisis de factibilidad para Interacción Institucional de Fortalecimiento.

Autor: Econ. Mario Fernández

Al revisar podemos observar, que en el tipo de empresa “micro” el porcentaje es superior a las pequeña y mediana. Debido a que las instituciones financieras son muy rígidas con estas empresas, cuentan con un capital mínimo para invertir en su negocio, dando como resultado un notable crecimiento en el número de las MICRO EMPRESAS.

Las micro, pequeñas y medianas empresas MIPYME dentro del tejido empresarial ecuatoriano tienen un aporte significativo; según el último Censo Nacional Económico del 2010, alrededor de 89 de cada 100 establecimientos se encuentran dentro de la categoría de MIPYME. Esta tendencia se convierte en un dato duro sobre la importancia que tienen las microempresas a la hora de contribuir al proceso de consolidación del sistema productivo nacional.

Además, los recursos que se destinan a inversiones de mediano y largo plazo son insuficientes para desarrollar este sector, como en el caso de Milagro siendo una ciudad intermedia, que brinda bienes y servicios a una población o región, para el desarrollo del cantón o país.

La economía del cantón San Francisco de Milagro se basa fundamentalmente en el comercio que se desarrolla de manera muy importante.

En las principales zonas de comercio se encuentra asentadas sucursales de los principales bancos del país. Sin embargo la gran mayoría de estos sectores productivos ejercen sus actividades de manera empírica, sin los conocimientos necesarios para un proceso de tecnificación tanto administrativo como comercial.

Como podemos visualizar que en las calles de Milagro, el sector que más se desempeña por nuestros ciudadanos es el comercio ya sea laborando en su negocio propio, familiar o con mercadería a crédito.

La investigación se realizara con las microempresas que se dediquen a la actividad de comercio, del cantón San Francisco de Milagro, perteneciente a la provincia del Guayas.²¹ Según el estudio realizado por el Eco. Mario Fernández docente de la Universidad estatal de Milagro nos indica los siguientes indicadores:

²¹ (Milagro, Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial , 2011)

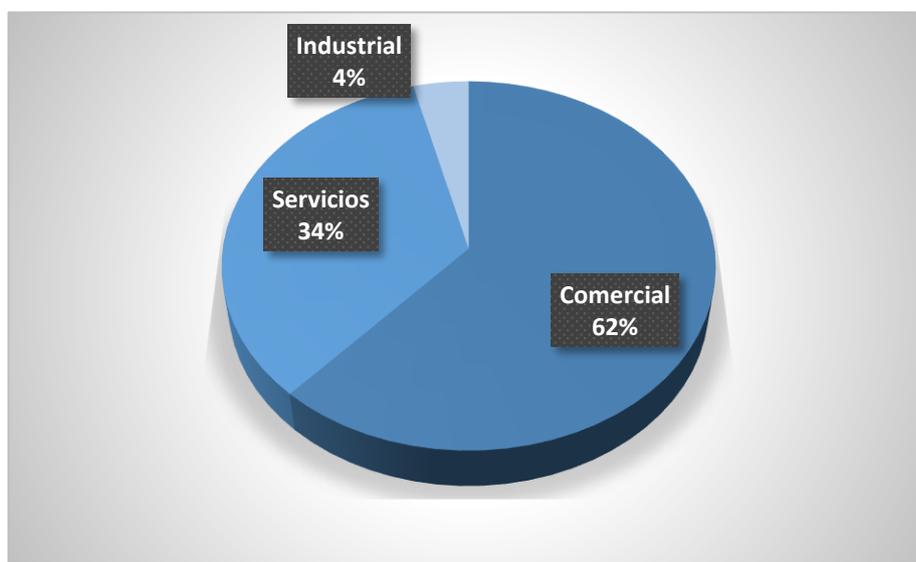
Cuadro 3: Número de empresas según actividad comercial del Cantón Milagro

Clase de empresa	Número	Porcentaje
Comercial	1277	62%
Servicios	707	34%
Industrial	82	4%
Total general	2066	100%

Fuente: Estudio del desarrollo productivo y socioeconómico de las pequeñas, medianas y microempresas del Cantón Milagro y cantones aledaños, y análisis de factibilidad para Interacción Institucional de Fortalecimiento.

Autor: Econ. Mario Fernández

Gráfico 3 Número de empresas según actividad comercial del Cantón Milagro



Fuente: Estudio del desarrollo productivo y socioeconómico de las pequeñas, medianas y microempresas del Cantón Milagro y cantones aledaños, y análisis de factibilidad para Interacción Institucional de Fortalecimiento.

Autor: Econ. Mario Fernández

Como podemos observar, las empresas comerciales se presentan en mayor porcentaje, en comparación a las de servicio y a las industriales en la Ciudad de Milagro.

Lo cual nos indica, que las empresas comerciales tienen un mayor crecimiento y cobertura en la Ciudad, puesto que en esta actividad, no todas las personas que laboran en la misma, son reconocidas como trabajadores formales, porque existen también los llamados trabajadores “informales”, los cuales han instalado sus puestos de trabajo en la parte céntrica de Milagro.

Los habitantes milagreños están más dedicados al comercio en un 62% en relación a las demás actividad, y por esta misma se han implementado varios sistemas de financiamiento como bancos y cooperativas de ahorro y crédito, ofertando microcréditos y compitiendo entre ellas, tentando a los pequeños inversionistas de nuestra ciudad.

Otro problema actual que tiene el sector comercial de Milagro es la aparición de los vulgarmente dichos chulqueros que facilitan dinero más un interés, a pesar del alto interés que cobran a los pequeños inversionistas les resulta más atractivos por las facilidades que brindan a las personas porque se ahorran un gran trámite en bancos y cooperativas que muchas veces suelen ser muy exigentes al momento de dar un crédito.

Puesto que las microempresas son actores importantes en la generación de empleos y desarrollo empresarial, ha sido la base para la generación de producción, riqueza y empleo, por lo tanto con el impulso adecuado de otras fuentes de financiamiento alternativo al convencional, mejoraría el nivel competitivo y le otorgaría a Cantón Milagro un desarrollo sostenible.

2.2 MARCO LEGAL

Según la constitución de la república del Ecuador (2008) nos indica en el capítulo sexto “Derecho de Libertad” del Art.66, literal 15: El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

Además en el mismo capítulo y artículo nos indica en el literal 25: El derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características.

En el capítulo cuatro “Soberanía Económica” de la constitución de la república del Ecuador (2008) nos indica en el Art. 284, literal 2: Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémicas, la acumulación del conocimiento científico

y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional.

Además en el mismo capítulo y artículo nos indica en el literal 6: Impulsar el pleno empleo y valorar todas las formas de trabajo, con respeto a los derechos laborales.

En el mismo capítulo y artículo nos indica en el literal 8: Propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes.

En el capítulo sexto “Trabajo y Producción” de la constitución de la república del Ecuador (2008) nos indica en la primera sección “Formas de organización de la producción y su gestión” del Art. 319: Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

En el capítulo sexto “Trabajo y Producción” de la constitución de la república del Ecuador (2008) nos indica en la segunda sección “Tipos de propiedad” en el Art. 321: El Estado reconoce y garantiza el derecho a la propiedad en sus formas pública, privada, comunitaria, estatal, asociativa, cooperativa, mixta, y que deberá cumplir su función social y ambiental.

En el capítulo sexto “Trabajo y Producción” de la constitución de la república del Ecuador (2008) nos indica en la tercera sección “Formas de trabajo y su retribución” del Art. 326, literal 7: Se garantizará el derecho y la libertad de organización de las personas trabajadoras, sin autorización previa. Este derecho comprende el de formar sindicatos, gremios, asociaciones y otras formas de organización, afiliarse a las de su elección y desafiliarse libremente. De igual forma, se garantizará la organización de los empleadores.

Debemos aclarar que las políticas y artículos anteriormente expuestos fueron tomadas de manera literal.

De acuerdo a lo determinado por el Superintendente de Compañías mediante Resolución No. 06. Q.ICI.004 de 21 de agosto del 2006, publicada en el Registro Oficial No. 348 de 4 de Septiembre del mismo año, adoptó las Normas Internacionales de Información Financiera “NIIF” y determinó que su aplicación sea obligatoria por parte de las compañías y entidades (MIPYME) sujetas al control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías, para el registro, preparación y presentación de estados financieros a partir del 1 de enero del 2009.

Debemos aclarar que las políticas y artículos anteriormente expuestos fueron tomadas de manera literal.

Código de la Producción, artículo 4, este código, I literal B: “Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, así como de los actores de la economía popular y solidaria.”

El trabajo de investigación a desarrollar, se sustenta con lo dicho en el Plan Nacional Para El Buen Vivir 2009 – 2013, en el apartado *Democratización de los medios de producción, re-distribución de la riqueza y diversificación de las formas de propiedad y organización*: “Aparte de ser un asunto de justicia social, se ha comprobado que aquellos países que cuentan con mejores coeficientes de distribución de los activos productivos, no solo crecen más, sino que su crecimiento es más equilibrado y democrático, lo que les permite construir sociedades más igualitarias.

El Gobierno Nacional se ha planteado impulsar un proceso sostenido de democratización de los medios de producción con especial énfasis en la tierra, el agua y los activos productivos que no cumplen su función social. Promoverá cambios fundamentales en la producción industrial, artesanal, de servicios, la estructura agraria, reconociendo especialmente la potencialidad de la ruralidad, de la pesquería artesanal y de las agriculturas y economías familiares campesinas, implicando la diversificación productiva, la diversidad étnico cultural, el desarrollo institucional, el acceso a oportunidades y activos productivos, la participación ciudadana y el uso sostenible de los recursos naturales. Esto se realizará a través de la radicalización en

la re-distribución: democratización del crédito, la tecnología, la asistencia técnica y la capacitación, entre otros. Además impulsará la comercialización con énfasis en cadenas cortas y la sinergia productores-consumidores. Asimismo se garantizará la satisfacción de las necesidades básicas a través de la prestación universal de servicios públicos de calidad en educación y salud, vivienda, alimentación, vestido y a través del trabajo digno productivo y reproductivo (SENPLADES, 2009).”

Además de esto, en el Plan De Desarrollo 2007 – 2010, nuestra investigación se liga directamente con el objetivo número 11: “Establecer Un Sistema Económico Solidario Y Sostenible”, específicamente en las siguientes políticas:

- ✓ **Política 11.2** Fomentar actividades con gran demanda de mano de obra, fuertes encadenamientos productivos y amplia localización geográfica. El combate al desempleo, más y mejores incentivos para los productores de bienes y servicios, y el desarrollo equitativo y armónico de todas las regiones requieren el apoyo planificado del Estado. Dentro de esta política nos apegaremos a la estrategia que consiste en el Impulso a programas de reactivación de pequeñas y medianas empresas del Ministerio de Industria y Competitividad, y de la artesanía.

- ✓ **Política 11.3.** Capacitar de manera continua a la fuerza de trabajo para lograr incrementos constantes de la productividad laboral. La capacitación es una tarea conjunta de la fuerza de trabajo y de los sectores público y privado; debe ser orientada de acuerdo a los objetivos de desarrollo y ejecutada continuamente. Sus costos constituyen una inversión social prioritaria para obtener ganancias en productividad y competitividad.

- ✓ **Política 11.12.** Modernizar el sistema financiero, reactivar el sistema financiero público, permitir la libre competencia en el sistema financiero privado y ampliar las micro finanzas. Donde nos apegamos a las siguientes estrategias:
 - Establecimiento de programas públicos extensivos de capacitación financiera para calificar y dotar de registro crediticio a los demandantes

de microcrédito, y evitar que los costos correspondientes influyan en el crédito.

- Unificación de las bolsas de valores para aprovechar economías de escala y profundización de mecanismos alternativos de capitalización empresarial.

- ✓ **Política 11.19.** Fomentar la demanda interna de bienes y servicios producidos por las micro, pequeñas y medianas empresas mediante sistemas de compras públicas, para dinamizar la producción nacional y promover la participación de pequeños y medianos empresarios, garantizando la transparencia de los procedimientos.

- ✓ **Política 11.23.** Garantizar la sostenibilidad macroeconómica, evitando la pérdida del poder adquisitivo del dólar, reduciendo la incertidumbre y ampliando las posibilidades de inversión social y productiva, y manteniendo la viabilidad de la balanza de pagos. Donde nos enmarcaremos en las siguientes estrategias:
 - Impulso al crecimiento productivo y generación sostenida del empleo.
 - Manejo eficiente, equilibrado y transparente de las finanzas públicas.
 - Redistribución de los recursos a favor de la inversión social y productiva.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

ACTIVO FIJO: Denominado también activo inmovilizado, está formado por aquellos bienes y derechos que están destinados a permanecer en la empresa durante varios períodos y que tienen un grado de liquidez bajo, comprende el activo inmovilizado material, el activo inmovilizado inmaterial, el inmovilizado financiero y los gastos amortizables.

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.- Consiste en la unión eficiente, lógica e inteligente de los procesos de planificación, organización, ejecución, dirección, control y evolución de los recursos que destinados para un mismo objetivo u empresa, que se emplean bajo un mismo liderazgo.

ANÁLISIS DE MERCADO.- El análisis de mercado supone el estudio de la posición relativa de la empresa en el mismo, la evolución previsible de la demanda, la estructura de la oferta y la evolución de las cuotas de mercado, la situación tecnológica, la política de precios, el análisis de la red de distribución, la importancia de las marcas, y la exposición ante la competencia exterior y el Mercado Único y su repercusión en posibles alianzas, concentración de empresas, internacionalización, etc.

ARTESANÍA: La artesanía es la actividad que se ejerce en forma individual o colectiva en la transformación de materia prima destinada a la producción de bienes, servicios o artística con predominio de la labor manual, con auxilio o no de máquinas, equipos y herramientas.

AUTOSUFICIENCIA: Capacidad de alcanzar metas presentes sin comprometer la capacidad de alcanzar futuras metas u objetivos. Para las instituciones financieras y las empresas en general, este concepto implica autosuficiencia económico-financiera. La autosuficiencia financiera se obtiene si el retorno al capital neto de cualquier subsidio recibido, es igual o mayor al costo de oportunidad de los fondos en el mercado.

BANCA COMERCIAL: cuyas operaciones típicas son la captación de fondos mediante depósitos a la vista disponibles mediante cheques y más modernamente, mediante libretas de ahorro, depósitos a plazo y las inversiones mediante el descuento de papel comercial, el crédito a corto plazo a comerciantes industriales y los servicios de caja. La banca comercial no es igual que la banca al por menor, puesto que puede desarrollar operaciones de gran volumen. El distintivo más significativo es el de no poseer inversiones industriales.

COLATERAL: Activo que se utiliza como garantía para respaldar un crédito o una emisión de bonos.

COMERCIO: Es la actividad socioeconómica consistente en la compra y venta de bienes, sea para su uso, para su venta o para su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor.

CRÉDITO: Es la operación que incrementa el activo de una empresa. Se contrapone al término "débito" que registra una operación contraria. Toda operación económica en la que exista una promesa de pago con algún bien, servicio o dinero en el futuro. El crédito, al implicar confianza en un comportamiento del deudor, significa un riesgo y requiere alguna garantía o colateral.

CUENTA A COBRAR: Aquélla del activo circulante que recoge los saldos a deudores/as o clientes/as a corto plazo.

CUENTAHABIENTE: Es la persona natural o jurídica que es titular de una cuenta de ahorros o corriente en alguna de las entidades financieras con las cuales posee un acuerdo para recibir pagos de Productos o Servicios a través de Internet.

ECONOMÍA.- Es la ciencia de la elección: la ciencia que explica las elecciones que hacemos, y como esas elecciones cambian conforme nos enfrentamos a la escasez relativa de algún recurso.

ECONOMÍA DE LIBRE MERCADO: Sistema económico que se basa en la libre actuación de las fuerzas del mercado

ENDEUDAMIENTO: Pasivo total exigible, bajo forma de créditos o préstamos con entidades financieras o terceras personas.

ESTADÍSTICA.-La Estadística es la ciencia cuyo objetivo es reunir una información cuantitativa concerniente a individuos, grupos, series de hechos, etc. y deducir de ello gracias al análisis de estos datos unos significados precisos o unas previsiones para el futuro.

FACTORING: Término de origen inglés, sin equivalente en castellano, que se utiliza para designar un servicio financiero especial, mediante el cual una empresa usuaria del factoring cede sus facturas o créditos comerciales a corto plazo a otra empresa, la Sociedad-Factor, que se encarga de su cobro, pagando por ello una determinada comisión.

FACTURA: Documento justificativo del valor de un producto o servicio, que es extendido por una empresa cuando ha realizado la venta correspondiente.

FACTURA PROFORMA: Documento extendido por el/la vendedor/a de un producto o servicio, en el que se indica el importe que tendrá el suministro o la prestación de los mismos.

FINANZAS CORPORATIVAS.- Son un área de las finanzas que se centra en la forma en la que las empresas pueden crear valor y mantenerlo a través del uso eficiente de los recursos financieros.

INVERSIÓN: Compra de bienes de capital para producir bienes de consumo. Se destina a aumentar la producción.

INVERSIONISTAS.- Son aquellas personas naturales o jurídicas que disponen de recursos económicos y los destinan a la compra de valores, con el objeto de lograr una rentabilidad adecuada en función del riesgo adquirido. Para participar en el mercado de valores no se requiere de montos mínimos de inversión.

IMPUESTO: Tributos que afectan a un determinado hecho imponible y determinan un sujeto pasivo. Son creados por Ley y de obligado cumplimiento, determinando un pago a la Hacienda Pública.

LIQUIDEZ: Es la propiedad que tienen determinados activos de poder transformarse a corto plazo en dinero. En otro sentido, se refiere a la capacidad que tiene una empresa para hacer frente a sus compromisos de pagos inmediatos a corto plazo.

MACROECONOMÍA.- Es el estudio de las decisiones de los individuos y empresas, y la interacción de esas decisiones en los mercados.

MEDIANA EMPRESA: Para que a una empresa se le considere como Mediana Empresa, se tiene en cuenta el número de empleados entre 50 y 100, según el criterio de los asesores de la CAPIG (Cámara de la Pequeña Industria del Guayas).

MERCADO DE CAPITALES.- Denominación que se utiliza para designar las diferencias operaciones financieras que se efectúan a medio y largo plazo y el conjunto de instituciones que facilitan la realización de tales operaciones.

MERCADO PRIMARIO.- Es aquel en el cual se realiza la primera venta o colocación de valores que hace el emisor con el fin de obtener directamente los recursos. Suele

llamarse también Mercado de nuevas emisiones. También se habla de un Mercado primario cuando se colocan obligaciones gubernamentales y cuando se venden al público por primera vez ciertos bienes de uso corriente.

MERCADO SECUNDARIO.-Comprende las negociaciones posteriores a la primera colocación de valores. Es aquel donde los propietarios originales de activos nuevos los intercambian con nuevos compradores. El mercado secundario está conformado por las negociaciones que se realizan con títulos que se han emitido y colocado previamente, constituyéndose así en una prolongación del Mercado Primario. Tales negociaciones se efectúan por lo regular en las bolsas de valores, por lo que no existe ninguna diferenciación física entre el mercado primario y el secundario.

MICROECONOMÍA.-Es el estudio de la economía nacional y de la economía global. Busca explicar los precios promedio y el empleo, ingreso y producción totales.

MICROEMPRESA: Es una unidad económica productiva y puede ser de producción, comercio o servicios, cuyas características básicas son el manejo operacional y administrativo lo realiza generalmente una persona.

Sus activos no sobrepasan los US \$ 20.000. El número de trabajadores es máximo de 10 personas incluido el propietario.

MIPYME: A las MIPYME se las define como un conjunto de pequeñas y medianas empresas que se miden de acuerdo al volumen ventas, el capital social, el número de personas ocupadas, el valor de la producción o el de los activos. Así también se toma como referencia el criterio económico y el nivel tecnológico.

PEQUEÑA INDUSTRIA: Se la define como aquella empresa con predominio de la operación de la maquinaria sobre la manual, que se dedique a actividades de transformación de materia prima en artículos finales siempre su activo fijo, excluyéndose terrenos y edificios, no sea mayor del valor que el Comité Interministerial de Fomento de la Pequeña Industria, fije anualmente, es decir no será mayor de US \$ 112.000.

PEQUEÑA EMPRESA: Para los asesores de la Cámara de la Pequeña Industria de Guayas (CAPIG) Pequeña Empresa es una unidad de producción que tiene de 5 a 40

y un máximo de 50 empleados, su capital no tiene piso pero su patrimonio tiene un techo de \$ 150.000.

PRESTAMISTA: Quién entrega una cosa a título de préstamo, y más concretamente, el que da dinero a préstamo con interés.

PRESTATARIO: Persona que recibe una cantidad de dinero como préstamo con la obligación de devolver la cosa u otro tanto de la misma especie y cantidad al término de un plazo previamente fijado.

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA): “La población activa de un país es la cantidad de personas que se han incorporado al mercado de trabajo, es decir, que tienen un empleo o que lo buscan actualmente.”

POLÍTICA ECONÓMICA.-Conjunto de medidas que implementa la autoridad económica de un país tendiente a alcanzar ciertos objetivos o a modificar ciertas situaciones, a través de manejos de algunas variables llamadas instrumentos.

PYMES: Son las pequeñas y medianas empresas que ejercen una actividad económica en forma regular, independientemente de su forma jurídica, pudiendo ser de producción, comercio y servicios.

VENTA: Es un contrato por el que la persona que vende se obliga a transmitir una cosa o un derecho a la persona que compra, a cambio de una determinada cantidad de dinero.

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

El acceso al financiamiento crediticio incide en el mejoramiento y desarrollo competitivo de las microempresas dedicadas al comercio del cantón Milagro.

2.4.2 Hipótesis Particulares

- ✓ Los documentos exigidos por las instituciones financieras, afecta la obtención de créditos productivos de las microempresas.
- ✓ El conocimiento de alternativas de financiamiento, influye en las oportunidades económicas y/o empresariales de las microempresas.
- ✓ Las oportunidades de desarrollo de las microempresas, incide en el nivel de oferta laboral.
- ✓ El nivel de formación académica de quienes dirigen las microempresas, incide en la administración del negocio.
- ✓ Las dificultades financiera, influye en las obligaciones comerciales de las microempresas.

2.4.3 Declaración de las Variables

Hipótesis General

El acceso al financiamiento crediticio incide en el mejoramiento y desarrollo competitivo de las microempresas dedicadas al comercio del cantón Milagro.

Variable Independiente: Financiamiento crediticio

Variable Dependiente: Mejoramiento y desarrollo competitivo

Hipótesis Particulares

- ✓ Los documentos exigidos por las instituciones financieras, afecta la obtención de créditos productivos de las microempresas.

Variable Independiente: Documentos (documentación requerida)

Variable Dependiente: Créditos productivos.

- ✓ El desconocimiento de alternativas de financiamiento, influye en las oportunidades económicas y/o empresariales de las microempresas.

Variable Independiente: Alternativas de financiamiento

Variable Dependiente: Oportunidades económicas y/o empresariales

- ✓ Las oportunidades de desarrollo de las microempresas, incide en el nivel de oferta laboral.

Variable Independiente: Crecimiento de las MIPYMES

Variable Dependiente: Nivel de oferta laboral

- ✓ El nivel de formación académica de quienes dirigen las microempresas, incide en la administración del negocio.

Variable Independiente: Formación académica

Variable Dependiente: Administración del negocio

- ✓ Las dificultades financiera, influye en las obligaciones comerciales de las microempresas.

Variable Independiente: Dificultades financiera

Variable Dependiente: Obligaciones Comerciales

2.4.4 Operacionalización de las Variables

Cuadro 4 Operacionalización de las variables

HIPÓTESIS	VARIABLES	CONCEPTUALIZACIÓN	INDICADORES	TÉCNICA O INSTRUMENTO
GENERAL	V.I. Financiamiento crediticio	Se refiere a la consecución de recursos (monetarios) para la operación o para proyectos especiales de la organización ²² .	Tasa activa. Nivel de créditos otorgados.	- Encuesta - Entrevista
	V.D. Desarrollo competitivo	Es el proceso de innovación sistemática y sistémica que sirve para lograr sus objetivos económicos y mantener esos logros en el tiempo. La creación de valor económico sustentable depende de la capacidad de aumentar el valor en el tiempo.	Acceso a financiación (medios). Nivel de liquidez, pago de nómina. Nivel de solvencia. Estrategias de comercialización (publicidad)	- Encuesta - Entrevista
PARTICULAR 1	V.I. Documentos exigidos por las instituciones financieras (requisitos de crédito)	Hace referencia al tipo de oportunidades de crecimiento expansión, comercialización, nuevos mercados, capacitación, innovación.	Sucursales, puntos de ventas. Inversiones en publicidad. Numero de capacitaciones realizadas	- Encuesta - Entrevista
	V.D. Obtención de créditos productivos	Tipos de creditos otorgados a personas naturales o jurídicas que están vinculadas con actividades económicas como: producción, comercio y servicios.	Créditos obtenidos	- Encuesta - Entrevista
PARTICULAR 2	V.I. Desconocimiento de alternativas de financiamiento	Los administradores desconocen de otras fuentes para la obtención de capital.	Aumento de capital, Deuda bancaria (pública privada). Emisión de Bonos. Leasing, Factoring etc.	- Encuesta
	V.D. Oportunidades económicas y/o empresariales	Hace referencia al tipo de oportunidades de crecimiento expansión, comercialización, nuevos mercados, capacitación, innovación.	Sucursales, puntos de ventas. Inversiones en publicidad. Numero de capacitaciones realizadas	- Encuesta

²² Reestructuración integral de las empresas. Dr. Luis Jaime Levy. Edición Agosto 2004. Editorial ISEF Empresa Líder. México

PARTICULAR 3	V.I. Desarrollo de las microempresas	Ejecución de nuevos proyectos.	Nuevas tiendas o sucursales. Nivel de ventas	- Encuesta - Entrevista
	V.D. Nivel de oferta laboral	Expresa el nivel de desocupación entre la población económicamente activa ²³ .	Contratos de nuevo personal	- Encuesta
PARTICULAR 4	V.I. Formación académica	Nivel de escolaridad logrado por los administradores de la MIPYMES.	Nivel de educación	- Encuesta
	V.D. Administración del negocio	Proceso de estructurar y utilizar conjuntos de recursos orientados hacia el logro de metas, para llevar a cabo las tareas en un entorno organizacional ²⁴ .	Incentivos de personal. Control interno de dinero. Análisis de ratios	- Encuesta
PARTICULAR 5	V.I. Dificultades financiera	Situación negativa para un organismo no pueda hacer frente a sus obligaciones de forma inmediata.	Prueba acida	- Encuesta - Entrevista
	V.D. Obligaciones Comerciales	Son todos aquellos elementos que representen deudas u obligaciones pendientes de pago.	Crédito deteriorado con proveedores. Empleados inconformes	- Encuesta

Autor: Mario Vásquez
Gustavo Coello

²³ (CEPAL, 2009)

²⁴ (Michael A. Hitt, 2006)

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

En esta investigación se comprobó las hipótesis que se plantearon anteriormente, para esto se siguió varias líneas de investigación que a continuación se detallan.

Es muy difícil que una investigación sea únicamente de tipo cuantitativo o cualitativo²⁵, por tanto estimamos a ambas tipos para nuestro estudio.

Se consideró a la investigación Cuantitativa debido a que se realizó una medición de las variables y tratamiento de los datos, llevándolos a gráficos para mejor comprensión de los mismos. Además se utilizó a la investigación cualitativa por el hecho de que se llevó a cabo entrevistas para profundizar más en la problemática, por ende el análisis y entendimiento de los resultados fue una herramienta indispensable en el trabajo.

La investigación se enmarcó en el tipo de investigación no experimental, puesto que se plantearon hipótesis, las cuales, mediante otros tipos de investigación como la descriptiva y correlacional, se les dio convalidación. El diseño que se usó fue de tipo transversal²⁶.

Se utilizó a la investigación Descriptiva puesto que permitió, realizar mediciones de las variables del estudio, por tanto se pudo estimar de forma cuantitativa los datos recogidos, para su análisis. Otra razón más por la que este tipo de investigación se volvió fundamental, es por el hecho que ofreció la posibilidad de realizar predicciones

²⁵ (Pita Fernández, 2002)

²⁶ (HERNANDEZ SAMPIERI Roberto, 2006)

con los datos obtenidos, es decir pudimos realizar inferencias con la muestra, hacia la población de estudio.

Se recurrió a la investigación de tipo correlacional porque permitió ver en qué forma y medida pueden estar o no, relacionadas nuestras variables, es decir vimos el comportamiento que tiene una variable dependiente frente a la variable independiente, esto con la finalidad de determinar tendencias entre las mismas. Estamos conscientes que mediante la aplicación de este tipo de investigación se pudo obtener un valor de explicación parcial, pero esto no significa que los resultados obtenidos son erróneos, por el contrario, se prestó mayor atención al momento de realizar este procedimiento, evitando así este problema y las correlaciones espurias (falsas).

Se utilizó a la investigación Explicativa puesto que se dio explicaciones sobre las causas por las que se da el problema y sus efectos, es decir respondimos a la formulación y sistematización del problema planteado.

Por último se consideró a la investigación de campo, debido a que la obtención de los datos fue a través de encuestas y entrevistas, directamente desde las microempresas objeto de investigación.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

En la ejecución de esta investigación, se consideró como población a todas las microempresas que cumplieron con las siguientes características:

- ✓ MICROEMPRESAS:
 - ✓ Microempresa: considerando un rango entre 1 a 10 trabajadores incluyendo al propietario.
 - Pequeña empresa: considerando un rango entre 11 a 40 trabajadores incluyendo al propietario.
 - Mediana: considerando un rango entre 41 a 100 trabajadores incluyendo al propietario.

- ✓ Que tenga como actividad principal el comercio, es decir compra y venta de bienes.
- ✓ Con actividades económicas dentro del cantón Milagro
- ✓ Indiferentemente el tiempo de constitución.
- ✓ Tipo de comercialización de los productos: venta al contado, venta a crédito.

3.2.2 Delimitación de la población

La investigación se la realizó en el cantón San Francisco de Milagro, de la Provincia de Guayas. Donde se tomó la respectiva muestra, para el estudio descriptivo.

La población que se estimó es finita puesto que conocía el universo total a investigar, es decir se sabía cuántas microempresas hay en la ciudad que se dedican a la actividad comercial. En el “Estudio del desarrollo productivo y socioeconómico de las pequeñas, medianas y microempresas del Cantón Milagro y cantones aledaños, y análisis de factibilidad para Interacción Institucional de Fortalecimiento, 2010” presentado por el Econ. Mario Fernández, docente de la Universidad Estatal de Milagro y coordinador del departamento de investigación de la misma institución, se determina que existen un total de 1115 microempresas dedicadas a la actividad comercial dentro del cantón.

3.2.3 Tipo de muestra

El tipo de muestra que se utilizó fue probabilístico, para que de esta manera los elementos a investigar tuviesen la misma posibilidad de ser elegidos, evitando cualquier sesgo que pueda surgir en la investigación.

3.2.4 Tamaño de la muestra

Debido a que se conocía el tamaño de la población se aplicó la siguiente fórmula con la finalidad de obtener el número de elementos que conformaran la muestra.

$$n = \frac{Npq}{\frac{n-1 E^2}{Z^2} + pq}$$

Dónde:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

p: Posibilidad de que ocurra un evento, $p = 0.50$

q: Posibilidad de ocurrencia de un evento, $q = 0.50$

E: Error, se considerará el 5% de error; $E = 0.050$

Z: Nivel de confianza estimado será de 95%, por tanto, $Z = 1.96$

Por tanto:

$$n = \frac{1115(0.50)(0.50)}{\frac{(1115-1)(0.05)^2}{1.96^2} + (0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{278.75}{0.72496 + 0.25}$$

$$n = \frac{278.75}{0.97496} = 285.90965 \approx 286$$

$$n = 286$$

Por tanto el tamaño de la muestra fue, de acuerdo a la aplicación de la fórmula, de $285.91 \approx 286$. Para incrementar la confianza de los datos se consideraran un total de 300 microempresas a estudiar.

3.2.5 Proceso de selección

El proceso de selección de los individuos se realizó de forma aleatoria simple, de esta manera todos los elementos de la población a estudiar tuvieron la misma probabilidad de ser seleccionados para la muestra.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

En esta investigación fueron necesarias la utilización de diferentes métodos y técnicas, con la finalidad de obtener datos más precisos y confiables, evitando sesgos, e incrementado la certeza al dar conclusiones, y sobre todo la convalidación de las hipótesis.

Métodos teóricos

Deductivo: La investigación se llevó a cabo bajo el método deductivo debido a que este trabajo va de lo general a lo particular, es decir hacemos referencia en una teoría básica general, y lo particularizamos hacia las microempresas del cantón Milagro.

Analítico – Sintético: De acuerdo con las definiciones de cada uno de estos métodos, se realizó una descomposición en partes, sobre el problema (analítico), y luego reunir esas partes en un todo y llegar a conclusiones generales (sintético)²⁷.

Métodos empíricos

Encuesta: Este método empírico será utilizado para obtención de información en el campo a través de un cuestionario, que permitirá la medición y comparación de las variables, será aplicada al número de elementos que conforman la muestra ya establecida.

Entrevista: Este método no se lo realizo por medio de un cuestionario, esto con finalidad de que sea una conversación del tema a investigar; esta entrevista no estructurada estuvo dirigida a dos actores (involucrados) de la problemática, es decir se entrevistara quienes ofrecen los créditos productivos, como gerentes de instituciones financieras y/o cooperativas de ahorro y creditito, y por otra parte a empresarios que hayan solicitado este tipo de crédito.

3.4 EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Los datos recogidos a través de las encuestas, fueron tabuladas y ejecutadas en un formato de Excel 2013, de igual manera se hizo con los datos que se obtuvieron de

²⁷ (LOPERA ECHAVARRÍA, 2010)

las observaciones de campos realizadas. Se llevaron los datos de tipo cuantitativos a gráficos estadísticos, para su interpretación.

La entrevista, debido a que es una herramienta de tipo cualitativo, no se la tabulo, sin embargo se las analizó para realizar comparaciones con los datos obtenidos a través de la encuesta y llegar a conclusiones generales.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Este trabajo investigativo requería de levantamiento de información, los mismos que fueron obtenidos a través de herramientas investigativas de campo como la entrevista y la encuesta, este último método de tipo cuantitativo, fue aplicada a una muestra estimada de 300 empresas de tipo micro dentro del cantón Milagro.

La encuesta tuvo como objetivo: “Recabar información cuantitativa para determinar cómo el acceso al financiamiento incide en el desarrollo competitivo de las microempresas del Cantón Milagro”

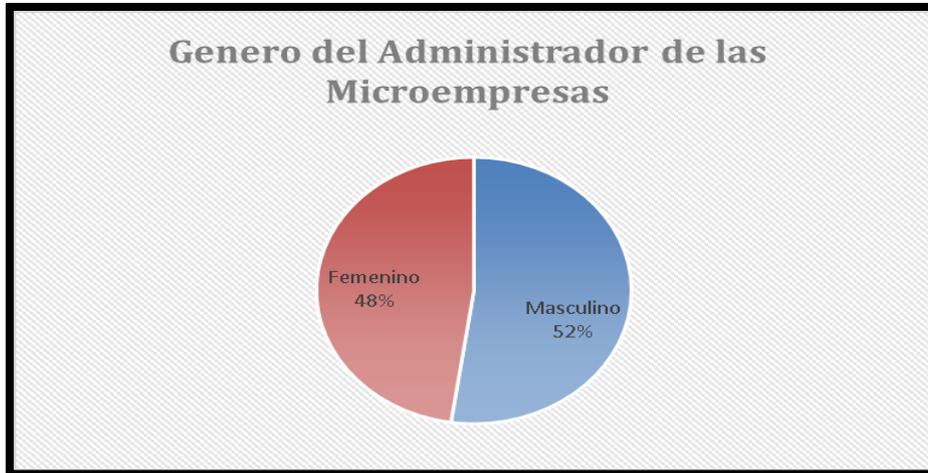
La ejecución de la encuesta se llevó a cabo con total normalidad en varios puntos geográficos del cantón, considerando únicamente a las empresas que cumplieron con las características mencionadas en capítulo III de esta tesis. Las encuestas no fueron entregadas a los administradores para que ellos respondiesen, el motivo principal por lo que se decidió hacer de esta manera, es para que ellos nos conversen algo más a cerca de su empresa a modo de conversación y obtener así mayor información.

La encuesta estaba dividida en dos partes, la primera se trataba de una ficha técnica con la cual se pretendía obtener información referente al administrador de la empresa; la segunda parte entraba en materia con respecto al negocio, objeto principal de la investigación.

Ficha Técnica:

Genero

Gráfico 4 Genero del Administrador



Fuente: Encuesta realizada a microempresas del cantón Milagro
Autor: Mario Vásquez

La diferencia entre qué genero tiene mayor representación al momento de dirigir o administrar una empresa es bajo, puesto que con un 52.33% el sexo masculino sitúa en primer lugar, y con apenas una diferencia del 6% les sigue el sexo femenino (47.67%). Los datos obtenidos son muy semejantes a los publicados por Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, del Censo Nacional Económico 2010.

Edad

Gráfico 5 Edad de los administradores

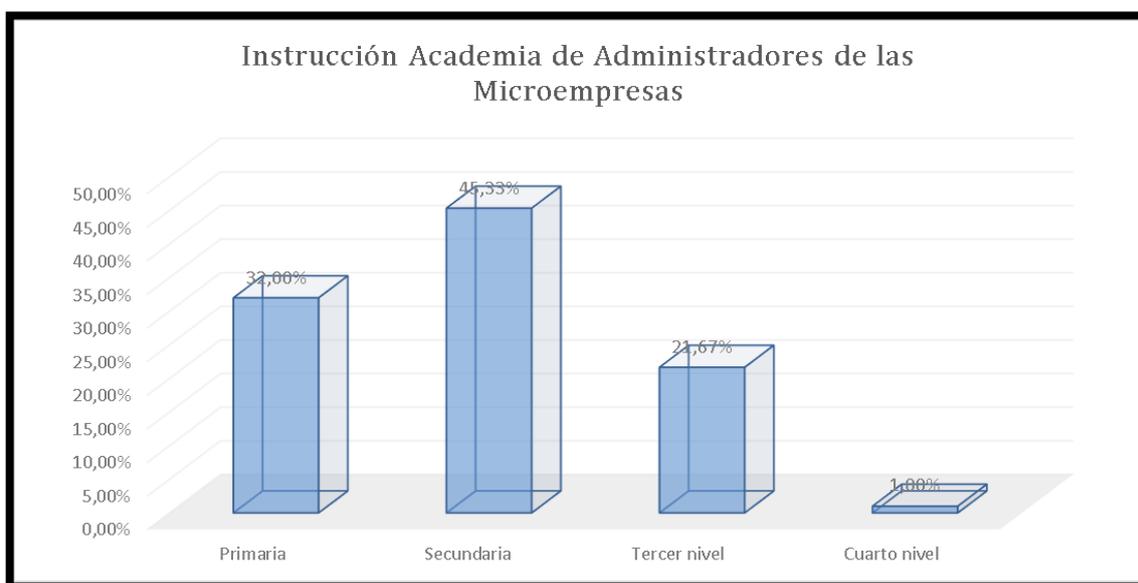


Fuente: Encuesta realizada a microempresas del cantón Milagro
Autor: Gustavo Coello

Las personas en edad madura, son las encargadas de gestionar o dirigir a una empresa, de acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta, el 50% de los administradores se encuentra en un rango de edad que va desde los 41 a 60 años. Seguido de las personas de mayores de 61 años quienes representan el 29.67% de la población. La población joven con edades de 20 a 40 años solo figuran en un 20.33%. Estos datos demuestran que la población joven no es considerada para cargos o puestos gerenciales, una de las razones es su falta de preparación y de experiencia. En lo que respecta a su nivel de experiencia no es comparable a la que poseen las personas de mayor edad. Por otro lado las personas que son dueñas de las empresas, son ellas mismas quienes dirigen los establecimientos y toman decisiones desde sus inicios como empresarios.

Instrucción académica

Gráfico 6 Nivel de Educación de Los Administradores



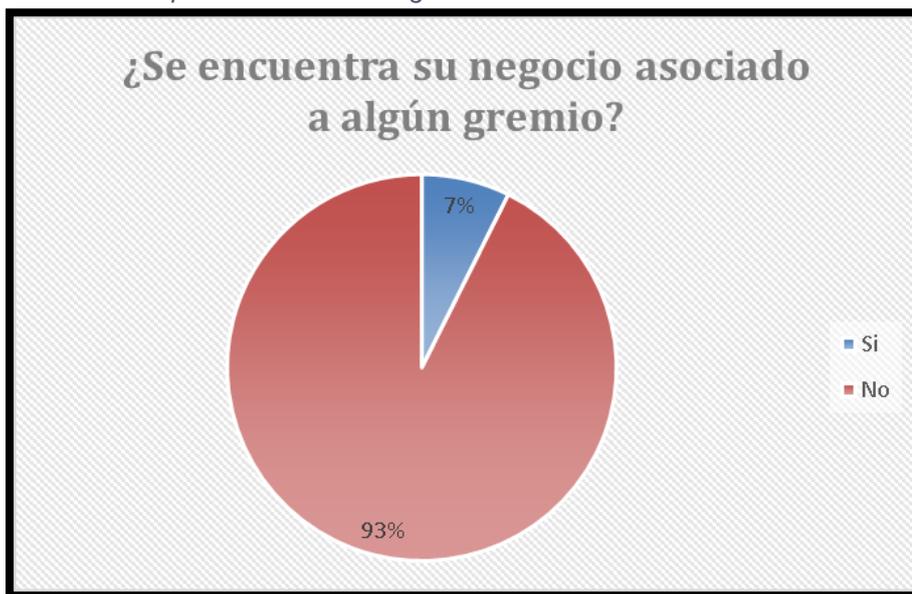
Fuente: Encuesta realizada a microempresas del cantón Milagro
Autor: Mario Vásquez

Los emprendedores, en su mayoría, suelen tener únicamente estudios secundarios, esto se comprueba en la presente investigación. Un 45% de los encuestados registran un nivel de educación secundario; mientras quienes poseen un nivel primario de educación representan un 32%. Las personas con un tercero o cuarto nivel de

educación, juntos, apenas representan un 23%, esto se debe a que los universitarios en su mayoría dedican su tiempo a conseguir empleo de acuerdo a sus especializaciones o al menos esas son sus expectativas, con esto no se quiere dar a entender que son menos emprendedores, sino que la necesidad va de la mano con la oportunidad, es decir las personas con educación primaria o secundaria no tienen las mismas “oportunidades” de conseguir un buen empleo como lo tendría un universitario o maestrante, en estas condiciones y la necesidad de ingresos los lleva a emprender.

1. ¿Se encuentra su negocio asociado a algún gremio?

Gráfico 7 Empresas asociadas a gremios



Fuente: Encuesta realizada a microempresas del cantón Milagro
Autor: Mario Vásquez

Cuadro 5 Empresas asociadas a gremios

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	22	7,33%
NO	278	92,67%
TOTAL	300	100.00%

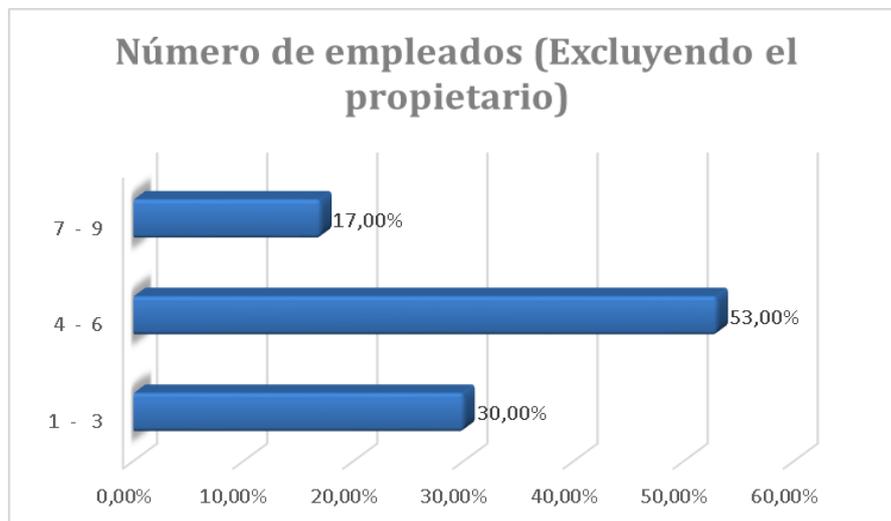
Fuente: Encuesta realizada a microempresas del cantón Milagro
Autor: Mario Vásquez

Interpretación: En el Cantón 7 de cada 100 MIPYMES se encuentran asociadas a algún gremio, mientras que 93 de cada 100 no lo están.

Análisis: Para que una empresa sienta la motivada a asociarse a algún organismo como los gremios, esta debe estar de acuerdo con los beneficios que le puede otorgar, si estos beneficios no superan al valor o al costo, simplemente no aceptaran, por ende esta es la razón por las que las empresas en Milagro no sienten la necesidad de pertenecer asociadas a este tipo de organizaciones.

2. Número de empleados (Excluyendo el propietario)

Gráfico 8 Número de empleados



Fuente: Encuesta realizada a microempresas del cantón Milagro
Autor: Gustavo Coello

Cuadro 6 Número de empleados

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
1 - 3	90	30,00%
4 - 6	159	53,00%
7 - 9	51	17,00%
	300	100,00%

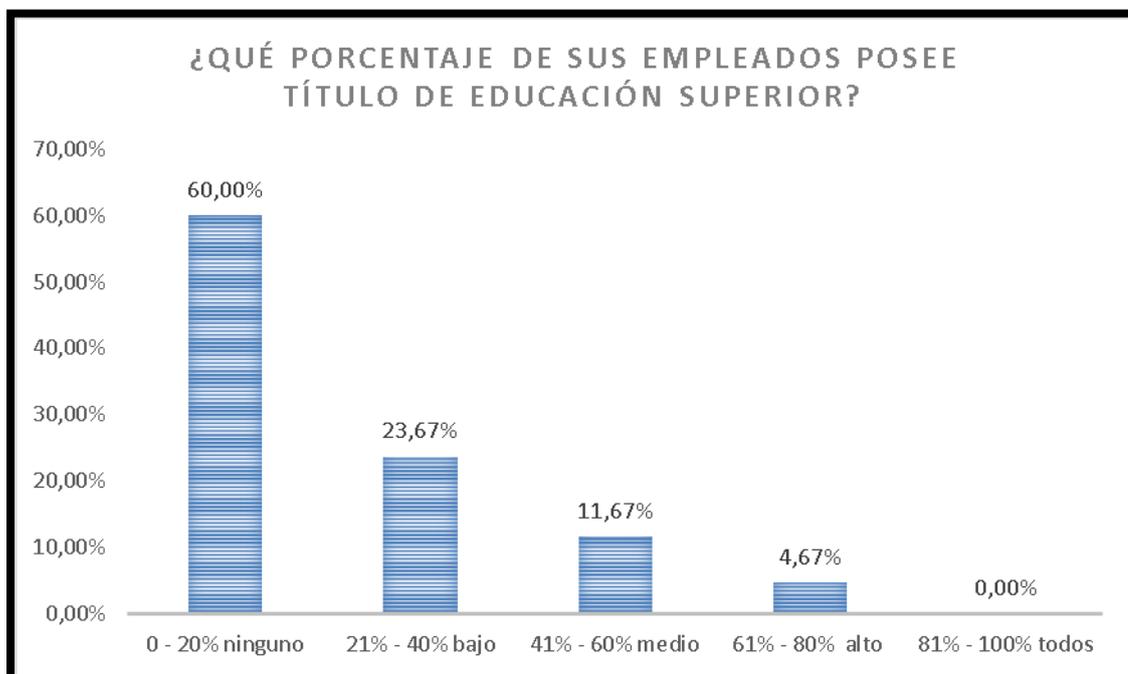
Fuente: Encuesta realizada a microempresas del cantón Milagro
Autor: Gustavo Coello

Interpretación: El 30 % de las microempresas poseen de 1 a 3 colaboradores, un 53% tiene de 4 a 6 empleados y por ultimo solo un 17% registran de 7 a 9 trabajadores.

Análisis: Las empresas son consideradas de tipo micro, cuando poseen un rango de trabajadores que va de 1 a 10, por esta razón solo se preguntó el número de empleados excluyendo al propietario. Por ser de naturaleza micro no requieren de mucho recurso humano, por esta razón son pocas las empresas que casi tienen un total de 9 empleados.

3. ¿Qué porcentaje de sus empleados posee título de educación superior?

Gráfico 9 Nivel de Educación de empleados de las MIPYMES



Fuente: Encuesta realizada a microempresas del cantón Milagro
 Autor: Mario Vásquez

Cuadro 7 Fuente: Encuesta realizada a MIPYMES del cantón Milagro

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
0 - 20% NINGUNO	180	60,00%
21% - 40% BAJO	71	23,67%
41% - 60% MEDIO	35	11,67%
61% - 80% ALTO	14	4,67%
81% - 100% TODOS	0	0,00%
	300	100,00%

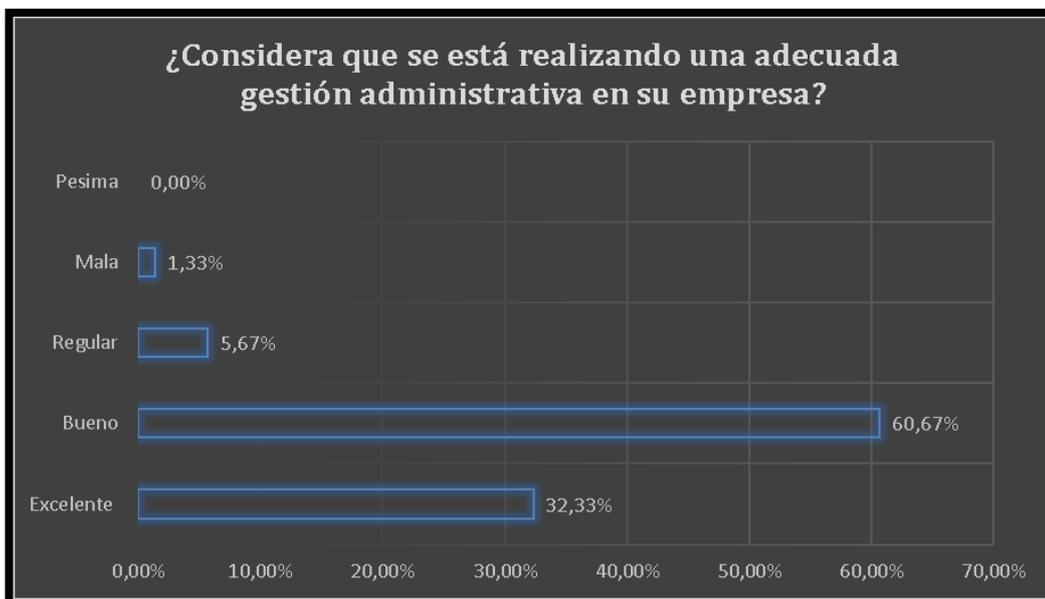
Fuente: Encuesta realizada a microempresas del cantón Milagro
 Autor: Mario Vásquez

Interpretación: El 60% de administradores indicaron que hasta un 20% de sus empleados tienen estudios universitarios, el 24% de empresas poseen hasta un 40% de colaboradores con estudios superiores; el 12% de empresas tienen hasta un 60% de empleados con estudios de este nivel; las organizaciones con el 80% a 100% de dependientes con estudios universitarios representan únicamente el 4% del universo de empresas estudiadas.

Análisis: Las microempresas son quienes tienen mayor representación dentro de la economía del cantón, la estructura organizativa de las mismas es básica, al decir básica, se refiere específicamente a que no cuentan con un diseño organizativo estratégico, no poseen departamentos como financiero, contabilidad, logística, entre otros, como lo tuviese una mediana o grande empresa. Por tal motivo no requieren que su personal sea altamente calificado o con estudios superiores. Las micros y pequeñas, en muchos casos solo logran dar como único beneficio a sus colaboradores es un sueldo básico, aunque en esta economía es algo que se desea, profesionalmente no es lo que se busca, por último estas empresas solo necesitan de profesionales quienes les asesoren con la parte tributaria y contables del negocio. Es por todo esto que se ve mayor porcentaje de colaboradores con estudios superiores en empresas medianas o grandes.

4. ¿Considera que se está realizando una adecuada gestión administrativa en su empresa?

Gráfico 10 Gestión Administrativa de las MIPYMES



Fuente: Encuesta realizada a microempresas del cantón Milagro
Autor: Gustavo Coello

Cuadro 8 Gestión Administrativa de las MIPYMES

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
EXCELENTE	97	32,33%
BUENO	182	60,67%
REGULAR	17	5,67%
MALA	4	1,33%
PÉSIMA	0	0,00%
	300	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a microempresas del cantón Milagro
Autor: Gustavo Coello

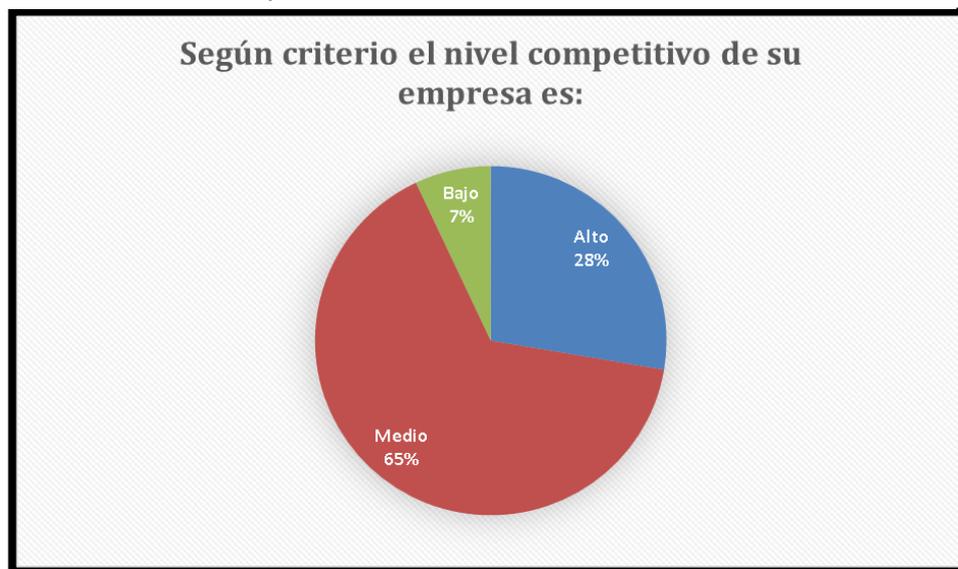
Interpretación: El 61% de los administradores consideran que la gestión que llevan a cargo del negocio es *buena*; un 32% piensan que esa gestión es *excelente*; un 6% estima la gestión como *regular* y solo 1% la considera *pésima*.

Análisis: Las perspectivas de quienes dirigen las microempresas sobre su gestión administrativa, es muy positiva a pesar de las dificultades económicas de la región, puesto que un 60.67% de los empresarios concuerdan que su administración es

buena, esta visión se debe que el nivel de ventas y constancia en el mercado es aceptablemente optima, por otra parte quienes tienen una apreciación negativa de su gestión debido a que los niveles de ventas son lo que ellos anhelan.

5. Según criterio el nivel competitivo de su empresa es:

Gráfico 11 Nivel Competitivo de las MIPYMES



Fuente: Encuesta realizada a microempresas del cantón Milagro
Autor: Mario Vásquez

Cuadro 9 Nivel Competitivo de las MIPYMES

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
ALTO	83	27,67%
MEDIO	196	65,33%
BAJO	21	7,00%
	300	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a microempresas del cantón Milagro
Autor: Mario Vásquez

Interpretación: 28 de cada 100 empresas consideran que tiene un nivel alto de competitividad, 65 de cada 100 indica un nivel medio de competitividad y 7 de cada 100 mencionaron tener un nivel bajo de competitividad.

Análisis: Para medir los niveles de competitividad es necesario tomar en consideración varios factores internos y externos de las empresas, por ende esta pregunta solo es un dicaron en base a criterios personales (empírico) de quienes dirigen los negocios mas no posee un criterio fundamental como lo tuviese al realizar

una auditoria estratégica, aun así no es menos significativa. En base a la opinión de los empresarios las MIPYMES del cantón tienen un nivel de competitivo medio, es decir que quienes dirigen las empresas están conscientes de que aún falta mucho para llegar a ser altamente competitivos; las empresas que indicaron tener un nivel competitivo bajo, es porque no se sienten confortables con los resultados obtenidos.

6. ¿Con que tipo de recursos inició su actividad económica?

Gráfico 12 Tipo de capital inicial de las MIPYMES



Fuente: Encuesta realizada a microempresas del cantón Milagro

Autor: Gustavo Coello

Cuadro 10 Tipo de capital inicial de las MIPYMES

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
CAPITAL PROPIO	137	45,67%
CREDITOS POR FINANCIERAS	61	20,33%
CREDITOS POR TERCEROS	17	5,67%
APORTACIONES DE SOCIOS	0	0,00%
CAPITAL PROPIO Y CREDITOS	85	28,33%
APORTACIONES DE SOCIOS Y CREDITOS	0	0,00%
	300	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a microempresas del cantón Milagro

Autor: Gustavo Coello

Interpretación: Un 46% de las empresas han usado sus propios recursos para iniciar sus actividades comerciales, el 20% de los establecimientos lo han realizado por préstamos con instituciones financieras, un 6% de los negocios iniciaron con préstamos a usureros (terceros), el 28% lo iniciaron sus actividades con capital propio y créditos.

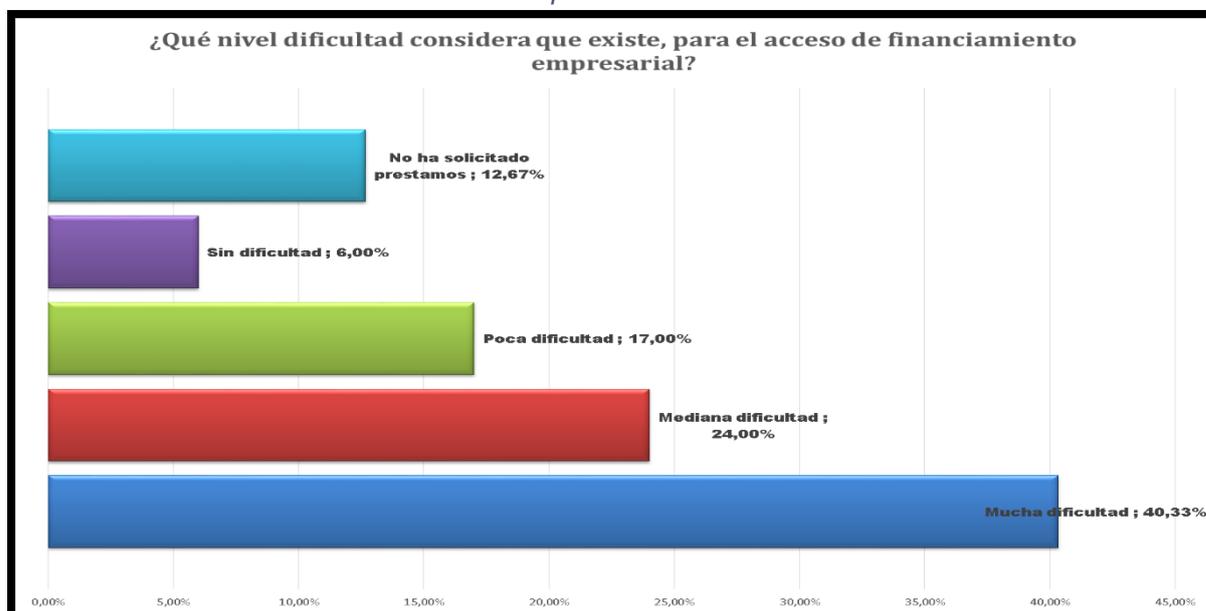
Análisis: Los emprendedores en su mayoría (45%) deciden comenzar sus iniciativas con recursos propios y de forma individual²⁸, es decir sin la colaboración de socios, es por esto que se registra un 0% a las alternativas *aportación de socios* y *aportación de socios y créditos*. Son pocos los empresarios que inician sus actividades comerciales con préstamos a instituciones financieras, debido a la dificultad que existe para la obtención de este tipo de financiamiento.

Uno de los porcentajes que se estimaba sea del 0%, no lo fue; los usureros están presente en la economía local y representan el 5%, quienes ofrecen estos tipos de préstamos son a tasas altas de interés, además son personas peligrosas que son capaces de amenazar y causar daño físico con la finalidad de recuperar sus dinero, puesto a que su actividad no está sujeta a la ley sienten temor a denunciar. Las dificultades para acceder a un financiamiento legal son evidente, puesto que si fuese más simple, los empresarios no recurrieran a los usureros para solicitarlos.

²⁸ “de forma individual” se refiere específicamente a la no intervención de socios, pero si a la intervención societaria familiar.

7. ¿Qué nivel dificultad considera que existe, para el acceso de financiamiento empresarial?

Gráfico 13 Dificultad al acceso financiero empresarial



Fuente: Encuesta realizada a microempresas del cantón Milagro
 Autor: Mario Vásquez

Cuadro 11 Dificultad al acceso financiero empresarial

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
MUCHA DIFICULTAD	121	40,33%
MEDIANA DIFICULTAD	72	24,00%
POCA DIFICULTAD	51	17,00%
SIN DIFICULTAD	18	6,00%
NO HA SOLICITADO PRESTAMOS	38	12,67%
	300	100,00%

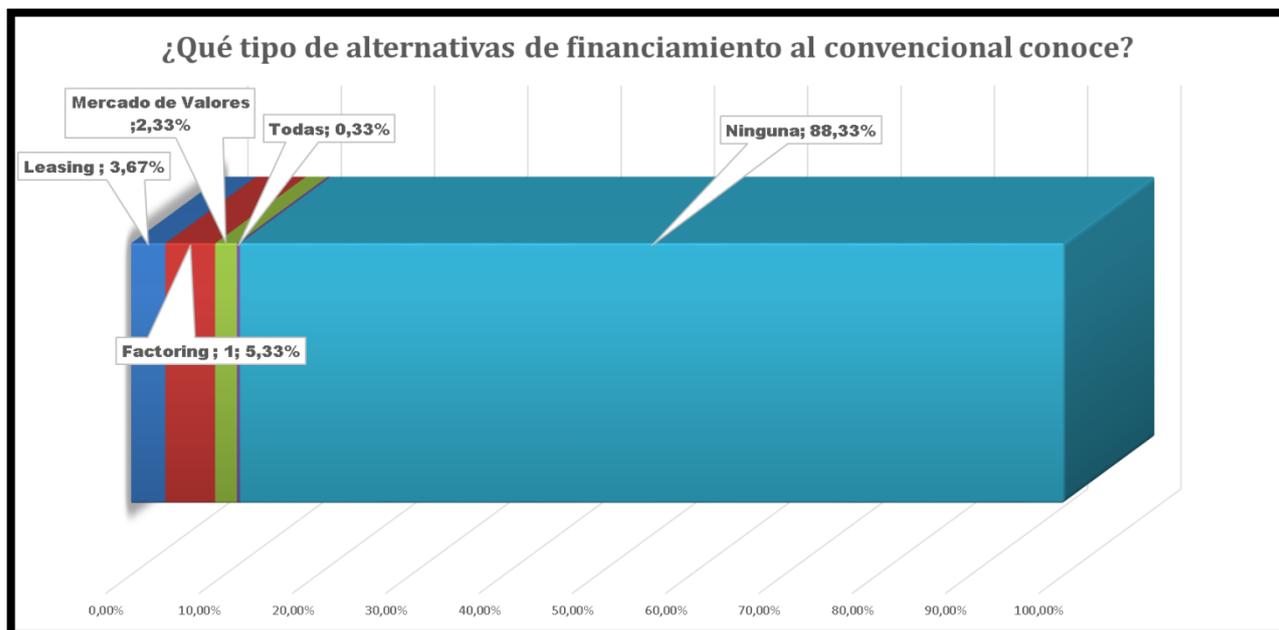
Fuente: Encuesta realizada a microempresas del cantón Milagro
 Autor: Mario Vásquez

Interpretación: El 40% de las microempresas indicaron que existe *mucha dificultad* para solicitar un préstamo, el 24% señalaron una *mediana dificultad*, el 17% de las empresas mencionaron que han tenido *poca dificultad*, solo un 6% de los encuestados indicaron no tener dificultad al adquirir un préstamo, por otro lado 13% de las empresas no han solicitado préstamos.

Análisis: El 87% de las empresas en el cantón has solicitado en algún momento préstamos, entonces nos encontramos bajo un panorama donde la necesidad de financiamiento es evidente, pero acceder a ellos no es sencillo, puesto que un 64% considera que existe gran dificultad.

8. ¿Qué tipo de alternativas de financiamiento al convencional conoce?

Gráfico 14 Alternativas de Financiamiento



Fuente: Encuesta realizada a microempresas del cantón Milagro
 Autor: Gustavo Coello

Cuadro 12 Alternativas de Financiamiento

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
LEASING	11	3,67%
FACTORING	16	5,33%
MERCADO DE VALORES	7	2,33%
TODAS	1	0,33%
NINGUNA	265	88,33%
	300	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a microempresas del cantón Milagro
 Autor: Gustavo Coello

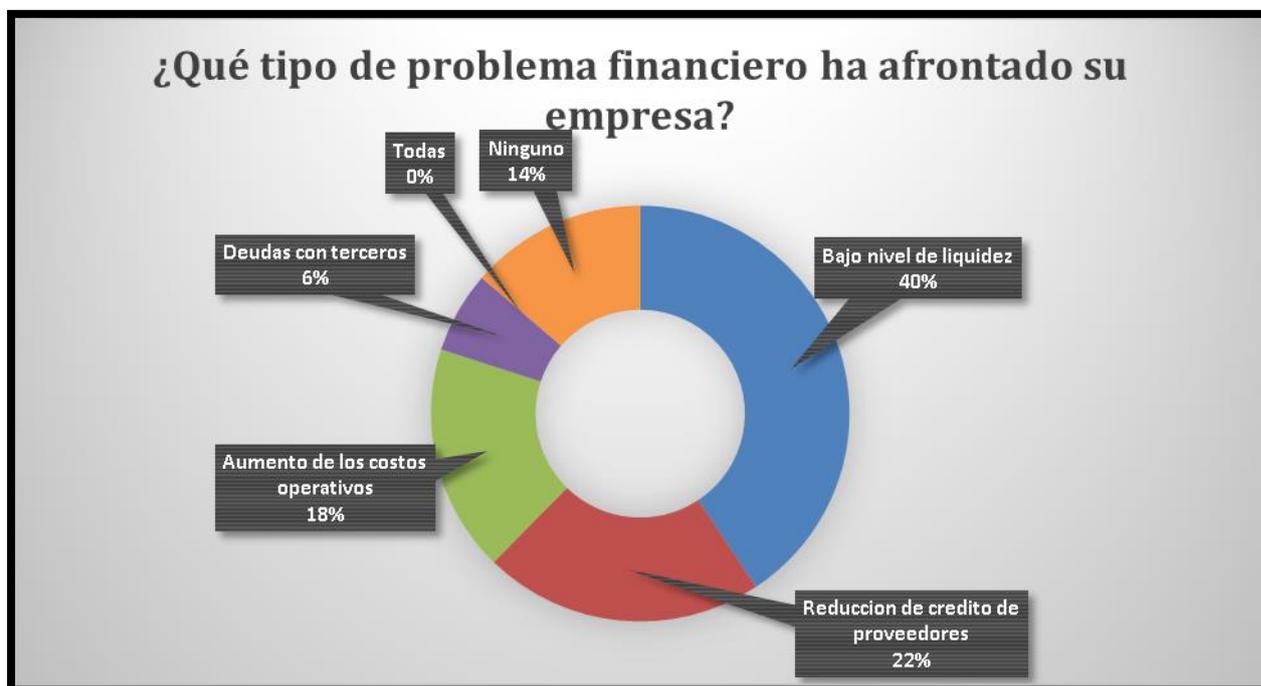
Interpretación: Los administradores, en un 88.33%, no conocen *ninguna* alternativa de financiamiento, el 3.67% conoce al *leasing* como una alternativa, 5.33% de saber algo acerca del *factoring*, por último el 2.33% conoce el *mercado de valores*.

Análisis: Las microempresas en su mayoría (88.33%) no conocen alternativas al financiamiento convencional, por tanto qué hacen cuando requieren recursos financieros y no lo consiguen, pues las empresas tienen la opción de pedir a usureros, o

trabajar únicamente con sus recursos, aunque este los lleve a recortar costo, limitando su avance o desarrollo competitivo en el mercado. La importancia de conocer y utilizar otros medios, puede marcar seriamente una ventaja competitiva entre las empresas.

9. ¿Qué tipo de problema financiero ha afrontado su empresa?

Gráfico 15 Problemas financieros de las MIPYMES



Fuente: Encuesta realizada a microempresas del cantón Milagro

Autor: Mario Vásquez

Cuadro 13 Problemas financieros de las MIPYMES

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
BAJO NIVEL DE LIQUIDEZ	122	40,67%
REDUCCIÓN DE CRÉDITO DE PROVEEDORES	65	21,67%
AUMENTO DE LOS COSTOS OPERATIVOS	53	17,67%
DEUDAS CON TERCEROS	19	6,33%
TODAS	0	0,00%
NINGUNO	41	13,67%
	300	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a microempresas del cantón Milagro

Autor: Mario Vásquez

Interpretación: Un 40.67% de las empresas registran un *bajo nivel de liquidez*, el 21.67% de estas tienen *reducción de créditos de proveedores*, el 17.67% ha registrado *aumento de los costos operativos*, un 6.33% de las empresas poseen *deudas con terceros*, el 13.67% de las empresas no tienen problemas de tipo financiero.

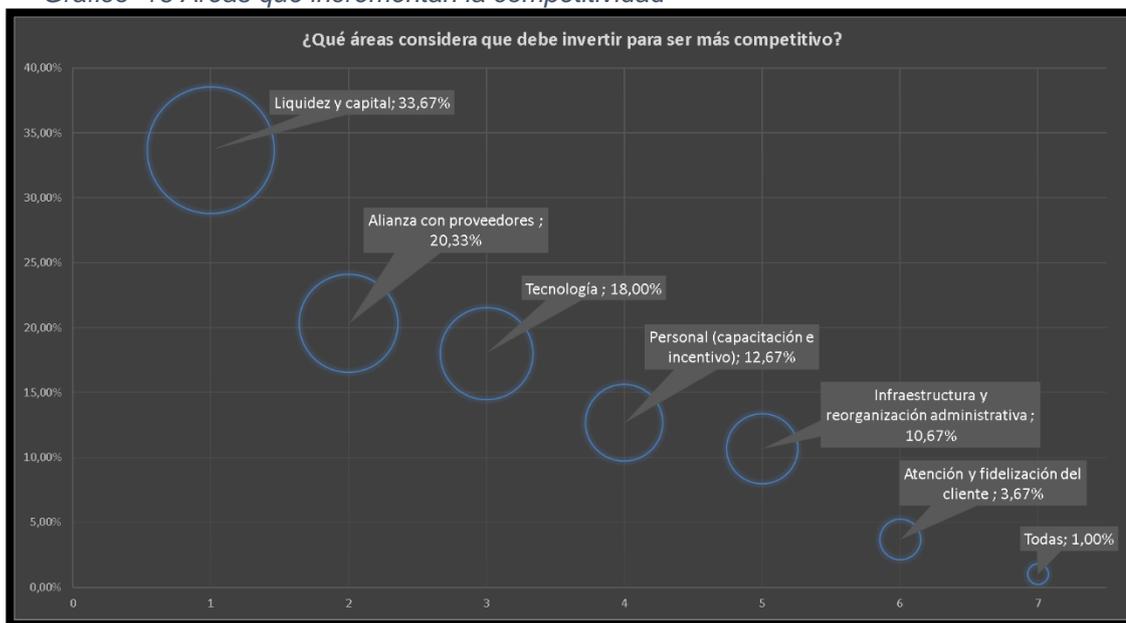
Análisis: Los problemas de liquidez son uno de las principales dificultades financieras de las empresas estudiadas, tener bajo nivel de liquidez implica no poder hacer frente a las obligaciones comerciales que tengan las organizaciones; las relaciones con los proveedores, puede convertirse en una ventaja, siempre y cuando estas relaciones sean positivas, al referirse que existe reducción de créditos de proveedores implica que las relaciones comerciales se están deteriorando. Los costos operativos, o los gastos que incurren las empresas como el arriendo, en Milagro el 43.26% de las empresas alquilan o arriendan locales²⁹.

Son pocas las empresas que poseen deudas con terceros, esto es porque no son muchas quienes no pueden acceder a créditos. Un 14% de las se encuentran en condiciones financieras óptimas.

²⁹ (INEC, 2010)

10. ¿En qué áreas considera que debe invertir para ser más competitivo?

Gráfico 16 Áreas que incrementan la competitividad



Fuente: Encuesta realizada a microempresas del cantón Milagro
 Autor: Gustavo Coello

Cuadro 14 Áreas que incrementan la competitividad

ALTERNATIVAS	ORDEN DE PREFERENCIA	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
LIQUIDEZ Y CAPITAL	1	101	33,67%
ALIANZA CON PROVEEDORES	2	61	20,33%
TECNOLOGÍA	3	54	18,00%
PERSONAL (CAPACITACIÓN E INCENTIVO)	4	38	12,67%
INFRAESTRUCTURA Y REORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA	5	32	10,67%
ATENCIÓN Y FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE	6	11	3,67%
TODAS	7	3	1,00%
		300	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a microempresas del cantón Milagro
 Autor: Gustavo Coello

Interpretación: El 33.67% considera que necesita *liquidez y capital* para ser más competitivo, el 20.33% piensa que mejorar las *alianzas con proveedores*, el 18% considera que debe invertir en tecnología, un 12.67% de las empresas reparan en que

deben invertir en capacitación e *incentivos a su personal*, un 10.67% de las empresas piensan en mejorar su *infraestructura y reorganizar la administración* de sus establecimientos, un 3.67% considera en optimizar la *atención y fidelización del cliente*. Únicamente un 1% considera que para ser más competitivo debe invertir en todas las alternativas expuestas en la encuesta.

Análisis: Las empresas necesitan de mayor capital para sus operaciones, inclusive si desean ampliar o simplemente realizar cambios, necesitan de recursos extras; esto no lleva a pensar que los ingresos netos no son suficientes y que solo cubren la parte operativa y en algo de ganancias.

Las microempresas están conscientes de que las relaciones con sus proveedores es clave para el éxito y sobrevivencia de sus establecimientos, por tanto podemos decir que un 20% de las empresas no tienen buenas relaciones comerciales con estos. No todas las empresas piensan en su talento humano como un capital exclusivo puesto que solo un 13% de estas piensan en dar incentivos y capacitaciones.

Nuestras empresas consideran, en su gran mayoría, que su organización administrativa está bien y no debe ser cambiada, esto se debe por el sentido de pertenencia de los administradores sobre todo cuando son los dueños del establecimiento.

El cliente, factor vital de toda empresa, no tiene tanta importancia para los administradores, pero esto no deber ser preocupante, puesto que para atraer a los clientes, se requiere de precios competitivos y esto se lo logra con mejor negociaciones con los proveedores; otra forma de atraerlos es mediante una excelente atención y para lograrlo se debe tener al personal adecuado y capacitado.

Un 1% de las empresas en el cantón puede decirse que está en una situación *crítica* pues requieren una mejoría en todas las opciones anteriormente expuestas de esta pregunta.

11. ¿Qué tipo de financiamiento requiere para mejorar su nivel de competitividad?

Gráfico 17 Requerimiento de financiamiento



Fuente: Encuesta realizada a microempresas del cantón Milagro
Autor: Mario Vásquez

Cuadro 15 Requerimiento de financiamiento

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
MICROCRÉDITO MINORISTA (MENOR IGUAL A \$ 3000)	42	14,00%
MICROCRÉDITO (\$3.000 A \$20.000)	159	53,00%
PRODUCTIVO PYMES (\$20.000 A \$200.000)	65	21,67%
PRODUCTIVO EMPRESARIAL (\$200.000 A 1'000.000)	2	0,67%
NO REQUIERE FINANCIAMIENTO	32	10,67%
	300	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a microempresas del cantón Milagro
Autor: Mario Vásquez

Interpretación: Un 14% de las empresas requieren un microcrédito minorista, el 53% considera necesario un microcrédito, un 22% estima indispensable un crédito de tipo Productivo MIPYMES, menos de un 1% considera necesario un financiamiento de tipo Productivo Empresarial, y un 11% no requiere financiamiento.

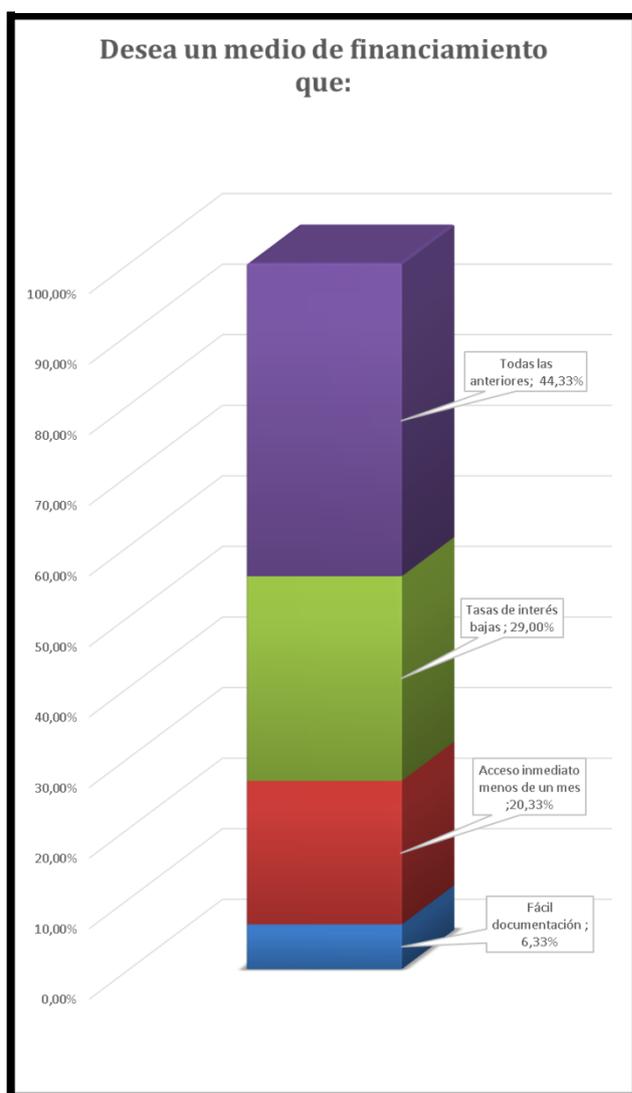
Análisis: Las necesidades de financiamiento las tienen un 89,34% de las empresas del cantón, aun así cada empresa requiere diversos tipos de créditos, que varían de acuerdo a su monto; el financiamiento más apetecido es el *microcrédito*, pero el

problema con este, es su tasa de interés son altas para este segmento y para el segmento microcrédito minorista.

Con respecto a financiamiento de tipo *productivo pymes* solo un 21.67% lo requiere, es decir que las empresas requieren de capital pero no mayor a 20.000 dólares. Alrededor de un 11% de las empresas no necesitan de capital por ende se asume que no tienen ninguna dificultad financiera y trabaja con sus propios recursos.

12. Desea un medio de financiamiento que:

Gráfico 18 Preferencia sobre el medio de financiamiento



Cuadro 16 Preferencia sobre el medio de financiamiento

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
FÁCIL DOCUMENTACIÓN	19	6,33%
ACCESO INMEDIATO MENOS DE UN MES	61	20,33%
TASAS DE INTERÉS BAJAS	87	29,00%
TODAS LAS ANTERIORES	133	44,33%
	300	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a microempresas del cantón Milagro
Autor: Gustavo Coello

Fuente: Encuesta realizada a microempresas del cantón Milagro
Autor: Gustavo Coello

Interpretación: 1 de cada 10 empresas desean un medio de financiamiento que sea de fácil documentación, 2 de cada 10 consideran necesario un financiamiento con acceso inmediato (menos de un mes), 3 de cada 10 tienen preferencia sobre las tasa de interés bajas, por ultimo 4 de cada 10 empresas en el cantón opinan que todas las alternativas son deseables.

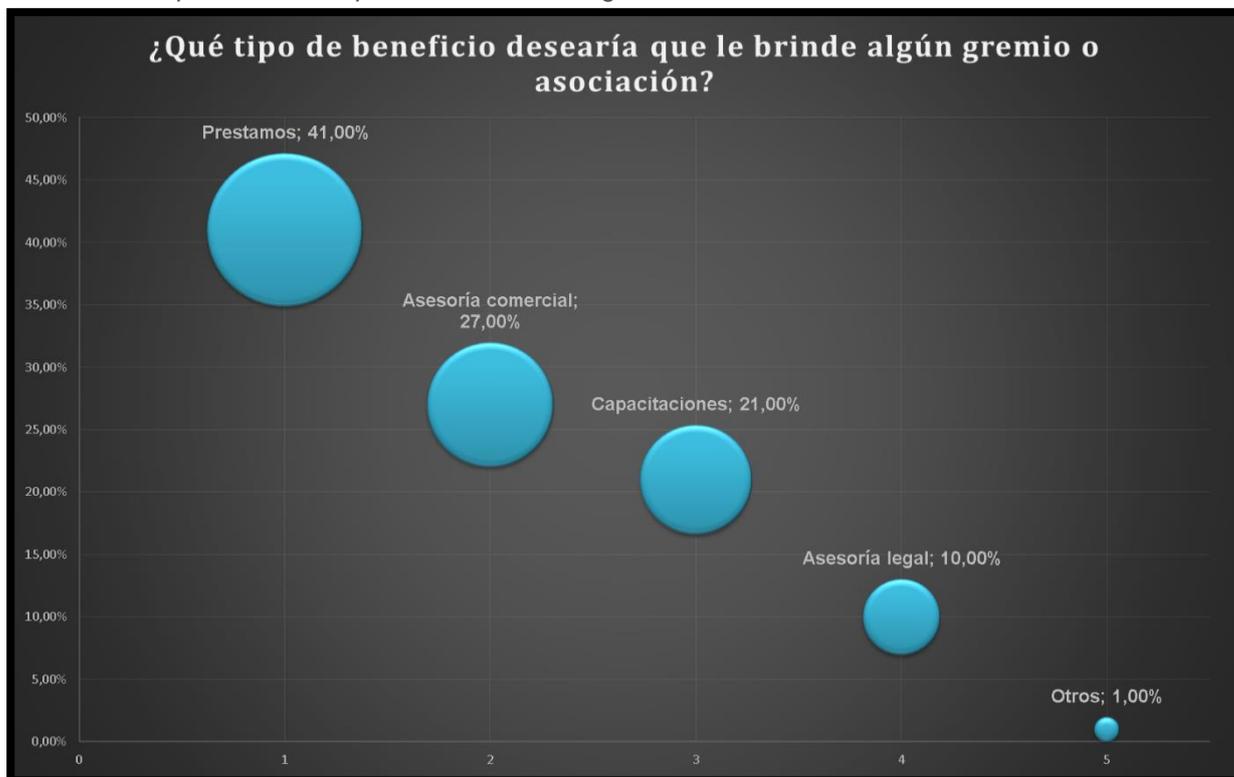
Análisis: El nivel de las tasas de interés y el tiempo en otorgamiento de los créditos es algo que los empresarios consideran importante en el momento de solicitarlo, es decir que mientras menos se demoren los tramites y las tasas de interés sean bajas,

más atractivo serán para los empresarios milagreños; en referencia a los documento que las instituciones financieras exigen solo un 6% desearían que estos sean menos complicados o complejos de cumplir.

Sin embargo un 44% considera indispensable que el acceso a capital de trabajo sea de fácil documentación, de rápido acceso, de tasas bajas de interés, esto hace suponer que actualmente en el mercado financiero no se ofrecen estas alternativas.

13. ¿Qué tipo de beneficio desearía que le brinde algún gremio o asociación? Enumere en orden de preferencia.

Gráfico 19 Tipos beneficios para Asociarse a un gremio



Fuente: Encuesta realizada a microempresas del cantón Milagro
Autor: Mario Vásquez

Cuadro 17 Tipos beneficios para Asociarse a un gremio

ALTERNATIVAS	ORDEN DE PREFERENCIA	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
PRESTAMOS	1	123	41,00%
ASESORÍA COMERCIAL	2	81	27,00%
CAPACITACIONES	3	63	21,00%
ASESORÍA LEGAL	4	30	10,00%
OTROS	5	3	1,00%
		300	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a microempresas del cantón Milagro
Autor: Mario Vásquez

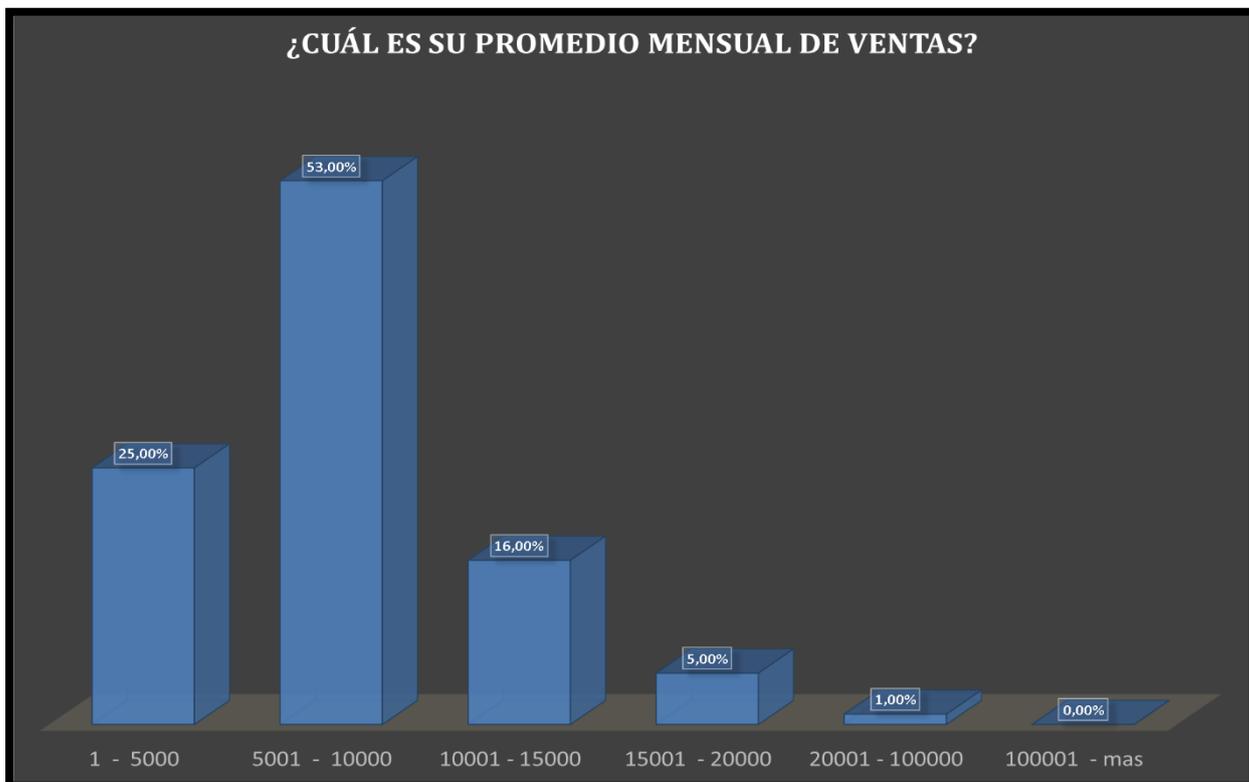
Interpretación: 4 de cada 10 empresas se asociarían a un gremio siempre si este les ofrecería facilidades en *préstamos*, 3 de cada 10 lo hicieran si se les brinda asesoría comercial, 2 de cada 10 empresarios opinan que se unieran a un gremio si este les

brinda capacitaciones, y 1 de cada 10 empresas si uniesen si se les proporciona asesoría legal.

Análisis: Actualmente no hay los incentivos necesarios para que los administradores consideren importante asociarse a un gremio, pues lo que ellos buscan es apoyo en lo referente a asesorías comerciales y legales, que por lo visto no se ofrecen, por otro lado las capacitaciones es algo que motivarían a las empresas vincularse a asociaciones, esto relación no hace pensar que las empresas están consiente de la importancia de estar en constante actualización de conocimiento mediante las capacitaciones. Los administradores de las microempresa en el cantón, estiman necesarios que un gremio les brinde apoyo financiero que necesario o les facilite acceso a este.

14. ¿Cuál es su promedio mensual de ventas?

Gráfico 20 Promedio mensual de ventas



Fuente: Encuesta realizada a microempresas del cantón Milagro

Autor: Gustavo Coello

Cuadro 18 Promedio mensual de ventas

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
1 - 5000	75	25,00%
5001 - 10000	159	53,00%
10001 - 15000	48	16,00%
15001 - 20000	15	5,00%
20001 - 100000	3	1,00%
100001 - MAS	0	0,00%
	300	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a microempresas del cantón Milagro

Autor: Gustavo Coello

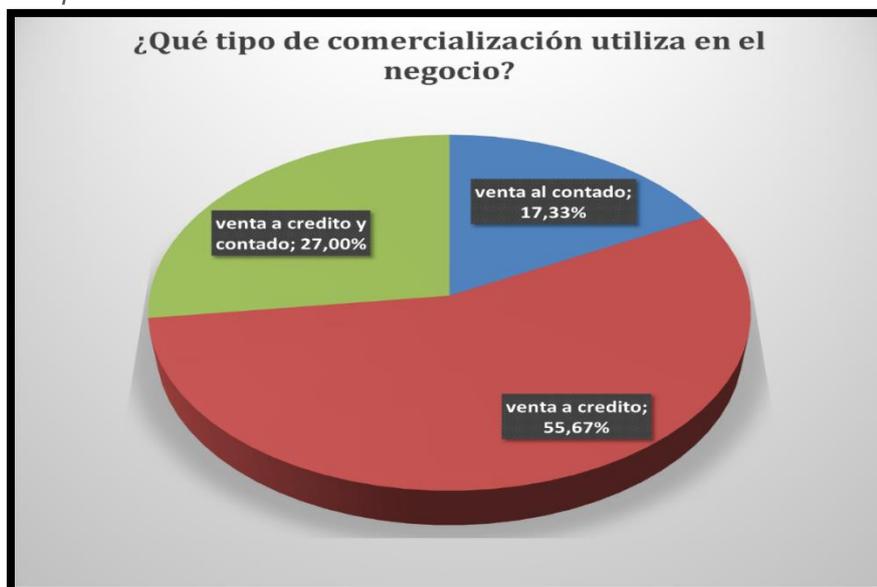
Interpretación: Un 25% de las empresas tienen un promedio mensual de ventas de \$5000, el 53% de las microempresas tienen un promedio máximo de ventas de \$10000; el 16% de las empresas vende mensualmente hasta \$15000; un 5% nos

indicó que su promedio de ventas es hasta \$20000; 1% de empresas menciona tener un promedio hasta \$100000.

Análisis: La mayoría de las empresas tienen un promedio de ventas que va de \$5001 a \$10000, esto se debe a que la gran parte de la población estudiada se trata de pequeñas empresas que por su estructura no logran mayores niveles de ventas, es por esto que solo el 21% de las empresas venden un promedio que va de \$10001 a \$100000.

15. ¿Qué tipo de comercialización utiliza en el negocio?

Gráfico 21 Tipo de comercialización



Fuente: Encuesta realizada a microempresas del cantón Milagro
Autor: Mario Vásquez

Cuadro 19 Tipo de comercialización

ALTERNATIVAS	# ENCUESTADOS	PORCENTAJE
VENTA AL CONTADO	52	17,33%
VENTA A CRÉDITO	167	55,67%
VENTA A CRÉDITO Y CONTADO	81	27,00%
	300	100,00%

Fuente: Encuesta realizada a microempresas del cantón Milagro
Autor: Mario Vásquez

Interpretación: 56 de cada 100 empresas comercializan sus productos mediante ventas al contado, 17 de cada 100 lo realiza a través de ventas a créditos 27 de cada 100 utilizan ambos métodos.

Análisis: Las empresas deciden comercializar sus productos a través de la venta a contado, la razón por la que prefieren esto es por la liquidez que obtienen en ese momento, pero dejan de la lado un mercado potencial pues que no todos los consumidores están en capacidad para realizar compras bajo esta modalidad; es por esto que las empresas que realizan ventas a contado y crédito están un paso más adelante de quienes no lo realizan.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

Los administradores de las microempresas están en un rango de edad que va de 41 a 60 años con un nivel de educación no superior al secundario, por tanto ellos llevan la gestión de su negocio en base a su experiencia en el mercado. El empirismo se va desarrollando a través del tiempo y de las situaciones pasadas en la organización, es por esto que los conocimientos teóricos no son comparables a los conocimientos empíricos, pero no se puede negar lo imprescindible que son la combinación de ambos conocimientos en la dirección o gestión administrativa de las empresas y sobre todo las ventajas competitivas que un negocio pudiese obtener en la aplicación de ambos conocimientos.

Cada empresa busca, como cualquier otra organización con fines de lucro, maximizar sus ganancias, esto no está mal, al contrario es el principal fin de una empresa, pero no debe ser la única opción, la falta de objetivos y la no organización departamental causa que las empresas no desarrollen a nivel competitivo, sino más bien estancándose en el tiempo, es decir su futuro no puede estar asegurado sino se mueve al ritmo del mercado. Se deben plantear estrategias y objetivos, ser visionario e innovador es parte vital de una organización.

En base a los datos obtenidos en la encuesta, el nivel competitivo de nuestras empresas en el cantón es medio; y en lo que a administración se refiere, mencionan que se lleva una buena gestión. Los directivos están conscientes que aún les falta mucho para llegar a ser netamente competitivos en mercado. Por un lado indican que la gestión de sus establecimientos es buena, por tanto entendemos que cumplen sus expectativas comerciales, en otras palabras sus ingresos son óptimos, pero estos son suficientes, nos atrevemos a decir que no pues estas mismas empresas son quienes nos indicaron tienen un nivel competitivo medio, tendiente a ser bajo.

El sector comercial de Milagro es amplio, cuenta con negocios que proveen a familias y negocios que proveen a otras empresas, a largo de los años este sector se ha vendido creciendo mas no desarrollándose como debería ser para una de las ciudades más importantes de la provincia y actualmente de la Región cinco. Entrando en detalles, el crecimiento del cantón no es más que un resultado de unas cuantas buenas decisiones gubernamentales, así como del impulso de su gente de seguir

adelante, y del crecimiento general de la economía del país, es decir los empresarios se han vistos favorecidos por las externalidades positivas causadas, pero no ha sido debidamente utilizadas, la razón por la que decimos esto, es porque hemos visto como han aparecidos varios negocios que se dedican exactamente a vender los mismos productos que otros, convirtiéndose al final en competencia, pero lo que no hemos visto es el desarrollo de un negocio convirtiéndose en un competidor más fuerte.

Las necesidades de financiamiento es evidente puesto que el un 89.33% de las empresas requieren algún tipo de crédito ya sea de tipo microcrédito minorista, microcrédito, productivo PYMES, productivo empresarial. La mayoría de las empresas poseen problemas de liquidez, esta es una razón que justifica las necesidades de financiamiento.

El financiamiento a través de instituciones financieras es muy complicado, así lo mencionaron los empresarios en la encuesta, quienes han tratado de obtener un crédito indican los inconvenientes están en los innumerables documentos exigidos.

Por otro lado los administradores saben que para ser competitivos necesitan aumentar su capital y su nivel de liquidez, para que de esta manera no solo utilicen sus propios recursos sino se valgan de recursos de terceros para financiar inversiones en tecnología, atención y fidelización al cliente, capacitaciones o incentivos a su personal.

Existen varios tipos de financiamientos alternativos al convencional, pero simplemente pasan desapercibidos, por los empresarios y la razón principal es el desconocimiento de hacia los mismos. El factoring, el leasing (arrendamiento mercantil), y la bolsa de valores constituyen otro medio de financiamiento al cual se puede recurrir para obtener capital de trabajo.

Las empresas no han decidido, en su mayoría, pertenecer a un gremio o asociación, puesto que no obtienen de ellas los beneficios necesarios, como asesoramiento legal, asesoramiento comercial, capacitaciones, entre otros que motiven a afiliarse.

Si la situación continua, en los años venideros, nuestro cantón seguro crecerá, mas no se desarrollara; un ejemplo hipotético: en los años próximos tendremos entonces ya no 5 librerías sino tendremos 20, en lugar de que por lo menos 2 de esas 5 lleguen a tener poder de mercado o se expanda a otros cantones.

4.3 RESULTADOS

El nivel competitivo en el cantón Milagro cuenta con una ponderación media a nivel empresarial, debido a varios factores que impide un desarrollo sustentable en el tiempo, entre los cuales se puede mencionar el hecho de quienes administran la mayoría de las microempresas tienen un bajo nivel educacional no mayor al secundario, minimizando o anulando la importancia de varias áreas departamentales, como el control contable, tributario y financiero, entre otros.

La escasa liquidez que afrontan estas empresas, para realizar inversiones, por esta razón no son tan competitivas en el mercado frente a las grandes, estas últimas ya sea por su antigüedad, capital y facilidades financieras que le otorga la banca privada, permitiéndoles una estabilidad y desarrollo.

Las Micro empresas en cambio solo encuentran trabas, en la mayoría de los casos, constituyéndose en un factor desmotivante que impide su progreso. Estas empresas, al no encontrar financiamiento, para seguir produciendo, reinvierten sus utilidades, por lo tanto, al no producir excedentes de capital, se incrementa la inestabilidad de permanencia en el mercado.

El acceso de las micro empresas a los créditos de tipo micro empresariales, es bajo en su totalidad, en comparación a los créditos de consumo y productivo, debido fundamentalmente por la falta de garantías (todas las líneas de crédito Micro empresarial es a través de garantías personales) lo cual le representa un mayor costo financiero, debido a la rigidez de los requisitos solicitados con respecto a los antecedentes financieros. Las instituciones financieras imponen esas barreras para asegurarse el retorno del capital de los prestamistas, aumentando la cantidad de requisitos o documentación que en ocasiones no logran cumplir, y si logran acceder a estos créditos, además, la tasa de interés es alta,

Las dificultades al momento de solicitar crédito, afecta el nivel competitivo, por la baja liquidez con que se encuentran las microempresas. Debido a estos factores, debe haber un cambio urgente en las instituciones financieras ofreciendo mayores facilidades al momento de solicitar créditos.

Lograr un cambio significativo en todo el sistema financiero nacional que permita, sobre todo, la flexibilidad crediticia es muy complejo. En estas circunstancias las microempresas deben adaptarse a la rigidez del mercado financiero.

En vía a esta adaptación es necesario la búsqueda de alternativas que facilite la obtención de créditos productivos, uno de estos medios de financiamiento no convencional, más apropiado es el factoring debido a la sencillez y facilidad de acceso al mismo. El factoring puede otorgarles facilidades de liquidez inmediata a corto plazo, que permita a estas microempresas realizar inversiones estratégicas que optimice su gestión administrativa y operativa, además esto permitiría la inversión en áreas que los administradores consideren necesarios para lograr que su negocio incremente su nivel de competitividad empresarial frente a las demás empresas del mercado.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Cuadro 20 Verificación de Hipótesis

HIPÓTESIS GENERAL	VERIFICACIÓN
<p>El acceso al financiamiento crediticio incide en el mejoramiento y desarrollo competitivo de las microempresas dedicadas al comercio del cantón Milagro.</p>	<p>La hipótesis se acepta debido a que: en la pregunta once de la encuesta dirigida a microempresas de tipo comercial, manifestaron que necesitan Microcréditos de \$3000 a \$20000 para invertir y mejorar su nivel competitivo dentro del mercado.</p>
<p>Hipótesis particular N.-1 Los documentos exigidos por las instituciones financieras, afecta la obtención de créditos productivos de las microempresas.</p>	<p>La hipótesis se acepta debido a que: dentro de la pregunta siete de la encuesta dirigida a microempresas de tipo comercial, indicaron que encuentran mucha dificultad al momento de solicitar un crédito, impidiendo su desarrollo dentro del mercado. Además constataron que el proceso de tramitación es muy riguroso para este sector empresarial.</p>
<p>Hipótesis particular N.-2 El conocimiento de alternativas de financiamiento, influye en las oportunidades económicas y/o empresariales de las microempresas.</p>	<p>La hipótesis se acepta debido a que: en la pregunta ocho de la encuesta dirigida a microempresas de tipo comercial, nos indica que estas empresas no poseen el conocimiento de alternativas de financiamiento (Leasing, Factoring, Mercado de Valores), pues solo conocen</p>

	<p>el sistema convencional (Banca), este desconocimiento es lógico pues el nivel de formación académica de los administradores no es mayor a secundaria, esto limita las posibilidades de invertir en áreas que incrementen su desarrollo empresarial.</p>
<p style="text-align: center;">Hipótesis particular N.-3.</p> <p>Las oportunidades de desarrollo de las microempresas, incide en el nivel de oferta laboral.</p>	<p>La hipótesis se acepta debido a que: en la pregunta diez de la encuesta dirigida a microempresas de tipo comercial, nos indica que para ser más competitivo dentro de un mercado es necesario invertir en varias áreas dentro de la empresa, ya sea contratando talento humano o expandiendo su negocio. En la entrevista realiza al Ingeniero Ulfrido Echeverría nos indicaba que si su negocio alcanza mayores niveles de desarrollo, es decir tuviese la posibilidad de expandir su empresa, se viera en la necesidad contratar más personal.</p>
<p style="text-align: center;">Hipótesis particular N.-4</p> <p>El nivel de formación académica de quienes dirigen las microempresas, incide en la administración del negocio.</p>	<p>La hipótesis se acepta debido a que: en la parte de la ficha técnica de la encuesta dirigida a microempresas de tipo comercial, nos indica que la mayoría de sus empleados y dueños poseen un nivel académico de secundaria, lo cual influye directamente en la administración del negocio, aunque los administradores</p>

	<p>consideren que se esté llevando una Buena gestión administrativa en sus empresas, no es suficiente como para que logren un desarrollo de las mismas.</p>
<p style="text-align: center;">Hipótesis particular N.-5</p> <p>Las dificultades financiera, influye en las obligaciones comerciales de las microempresa.</p>	<p>La hipótesis se acepta debido a que: en la pregunta nueve de la encuesta dirigida a microempresas de tipo comercial, manifestaron que su principal problema que afronta estas empresas, es su bajo nivel de liquidez, impidiendo el desarrollo de sus relaciones comerciales con sus proveedores y la fidelización de sus clientes.</p>

Autor: Mario Vásquez
Gustavo Coello

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Aplicación del Factoring como una Herramienta de Financiamiento para la Microempresa VEHICLESERVICE S.A. del cantón Milagro.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

El sector comercial del cantón Milagro es sin duda alguna, uno de los más representativos de la economía local no solamente por cantidad de empresarios dedicados a esta actividad sino por el crecimiento y auge que ha tenido durante los últimos años. Pero lo que llama la atención no es el crecimiento en si sino su falta de desarrollo.

Si bien es cierto que para llegar a ser competitivo se necesita de muchos elementos, pero sin duda alguna, uno de ellos de gran importancia es el nivel de liquidez, pues con un óptimo nivel permitiría realizar inversiones necesarias y oportunas para lograr este desarrollo competitivo.

Las microempresas en el cantón constituyen la columna vertebral de la economía local, y las dificultades a acceder a financiamiento es algo que pone en riesgo su permanencia en el mercado. Por tanto frente a un mercado financiero inflexible se debe buscar alternativas de financiación, que ayuden a solucionar los problemas de liquidez y que impulse su desarrollo.

Existen varios medios alternativos de financiamiento como el Mercado de Valores Ecuatoriano, en el cual, de acuerdo a la naturaleza de las empresas pueden emitir documentos como acciones y bonos con la finalidad de obtener recursos, el valor de estos varía de acuerdo al mercado bursátil. El principal problema de esto es que por

ser empresas nuevas en el mercado de valores los accionistas o inversionistas no lo considerarían atractivos para invertir.

Otro medio es el Leasing o arriendo mercantil es otra forma de ser fuerte en términos financieros, pues consiste en que la empresa no recurre a la adquisición directa del bien sino más bien la compra lo realiza un empresa de Leasing o un Institución financiera, para luego alquilarlo de acuerdo a lo establecido en el contrato previo, al término del contrato la empresa puede decidir si continuar y renovar el contrato de alquiler o comprarlo al valor residual del bien. El proceso de este tipo de financiamiento nos en absoluto complicado, pero más recomendable que lo realice una empresa medianas y grandes de tipo industrial pues estas puede adquirir maquinarias, equipo de construcción, plantas industriales entre otros activos de gran envergadura a bajo costos además de reducir sus flujos de cajas con la utilización de este sistema de financiamiento.

El Factoring o Factoraje representa otro medio de financiación alternativa inmediata. Es medio es el más apropiado debido a que el 56% de las microempresas realizan sus ventas a crédito, y para utilizar o aplicar esta herramienta la empresa debe tener cuentas o documentos por cobrar, las empresas que se dedican ofrecer factoring compran estas carteras de clientes y se encargan de las gestión de cobranza, lo que reduciría el costo de la microempresas.

El Factoring ha comenzado a resurgir es estos últimos años, este sistema de financiamiento surgió por primera vez en el Ecuador en la década de los 90, pro tras la crisis bancaria desapareció, en la actualidad 4 empresas privadas y cuatro instituciones financieras promueven la compra anticipada de documentos/cuentas por cobrar o factoring³⁰.

En el Ecuador el factoring está regido por la Superintendencia de Compañías y el Código digo de Comercio y a la vez esta regulados por la Intendencia de Valores pues se dedican al financiamiento comercial, es decir, que compran cartera comercial³¹.

³⁰ (El factoring resurge en Ecuador, 2013)

³¹ (ACR, 2013)

5.3 JUSTIFICACIÓN

Para proteger a las Microempresas de la competencia así como reducir sus costos administrativos, asegurar su desarrollo y mejorar su nivel de competitividad, es importante diseñar e implementar un sistema de financiamiento alternativo para el sector micro empresarial, cuyo objetivo central debería ser facilitar el otorgamiento de liquidez a corto plazo.

La razón por la cual, el factoring es una excelente alternativa como medio de financiamiento, se a continuación:

- ✓ El sistema de factoring asume el riesgo de insolvencia del titular y encargándose de su contabilización (cuentas y documentos por Cobrar).
- ✓ El sistema de factoring asume, los riesgos del cobro.
- ✓ Otorga a las empresas Liquidez a corto plazo, permitiendo inversiones más rápidas.
- ✓ EL factoring permitirá a las empresas disminuir sus costos operativos, debido a que no tendrán personas específicas que se encarguen de cobrar a sus clientes.
- ✓ Impulsar la capacidad emprendedora en el tejido productivo.
- ✓ Impulsar un desarrollo de modernización tecnológica y cultura financiera.

En base a lo expuesto en el capítulo IV, el cual indica que no existe una satisfacción completa, por parte de los Microempresarios hacia el sistema tradicional financiero (Bancos), debido a la segmentación que estos sistemas imponen a este sector, favoreciendo a las grandes empresas, impulsando a los créditos de consumo en lugar del productivo.

Por lo tanto por lo expuesto, se necesita un medio no tradicional que impulse a este sector micro empresarial a un desarrollo sostenible, que le otorgue a estas empresas liquidez para desarrollar su producción, sin que se vea afectada su rentabilidad.

A través de un sistema de factoring para estas empresas, le proporcionaría liquidez a corto plazo, con la venta de su cartera de cliente (cuentas y documentos por Cobrar). Con fácil documentación y con varios medios de asentamientos donde se puede llevar

a cabo la tramitación, en la provincia se cuenta con varias empresas especializadas en esta área.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la propuesta

Implementar el factoring en la microempresa VEHICLESERVICE S.A., a través del análisis de este sistema de financiamiento y su proyección en esta microempresa, con la finalidad de mejorar los niveles de liquidez que le permitan elevar su competitividad en el mercado local.

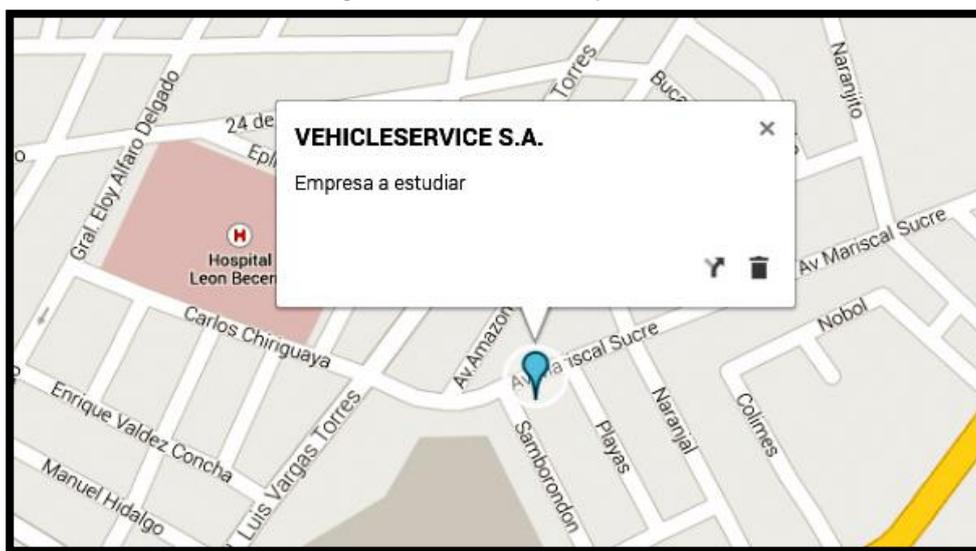
5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta

- ✓ Elaborar un Balance General que conocer la situación actual de la empresa.
- ✓ Estudiar el nivel de venta mensual de la empresa.
- ✓ Comparar y seleccionar la mejor empresa de Factoring
- ✓ Relacionar las ventas con el tipo de políticas de comercialización.
- ✓ Mejorar las políticas de crédito de la microempresa.

5.5 UBICACIÓN

La microempresa que se consideró para realizar la evaluación del factoring se encuentra ubicada en la Av. Mariscal Sucre entre las calles Samborondón y Playas del cantón Milagro, provincia del Guayas.

Ilustración 1 Ubicación Geográfica de la Microempresa VEHICLESERVICE S.A.



Fuente: Google Maps
Editado por: Mario Vásquez,
Gustavo Coello

5.6 FACTIBILIDAD

EL estudio de factibilidad del Factoring responderá en base a los resultados que se logren con la aplicación de este sistema en la microempresa mediante proyecciones y ejemplos. Pues se ira evaluando la disponibilidad de recursos para lograr cumplir con los objetivos señalados de esta propuesta.

Factibilidad Económica

Se refiere básicamente al costo – beneficio, en caso de la implementación de factoring se refiere básicamente a que la empresa se pregunte ¿Nos conviene esperar n meses para cobrar una factura o recibir en este momento el efectivo menos el porcentaje de descuento? En otras palabras y a modo de ejemplo: a la microempresa debe preguntarse si le conviene recibir 10.000 dólares dentro de 24 meses o recibir 8000 en este momento. El Dinero pierde poder adquisitivo a medida que pasa el tiempo

esto se debe a la inflación. Desde otro punto de vista en el que la empresa requiera financiamiento inmediato que fuese más recomendable el Factoring o el financiamiento a través de instituciones bancarias, aunque este sea más complejo y complicado de acceder como hemos visto aun es necesario realizar las comparaciones.

VEHICLESERVICE S.A. tiene un promedio mensual de ventas de 25.000 dólares de los cuales el 92% corresponden a ventas a créditos, es decir 23.000 son partes de cuenta por cobrar. Ahora bien la empresa maneja 2 tipos de políticas de créditos donde las ventas las difiere en un 20% a 24 meses y el 80% a 12 meses.

Es decir la empresa deberá esperar 12 meses para recibir 18.400 dólares y 24 meses para cobrar el valor restante de 4.600 dólares.

Es justo aquí donde el Factoring interviene. Se ha convenido utilizar los servicios de la Compañía de Gestión y Cobranza GESTOMATIC S.A. por tener una categoría AA+ además de poseer una baja tasa de interés en relación a las demás empresas consultadas como se puede observar en el cuadro 21.

Cuadro 21 Comparación entre las empresas que Ofrecen Factoring

Nombre de las empresas	Tasa de gastos operativos	Anticipo Máximo	Tasa de Interés	Categoría de la empresa
Logros	3%	75%	24 mese: 25.30% 12 mese: 23.25%	AA+
Banco Pichincha	2.5%	80%	24 mese: 30.16% 12 mese: 30.20 %	AAA-
Gestomatic	1.5%	80%	24 mese: 16% 12 mese: 14%	AA+

Fuente: Banco Central, Logros, Gestomatic
Elaborado: Mario Vásquez, Gustavo Cello

El total de facturas de ventas a 12 meses plazos es de 18.400 dólares utilizando las operaciones de factoring con la empresa seleccionada, Gestomatic, obtendremos un 80% de adelanto menos el 1.5% de gastos operativos, lo que significa que el microempresa obtendrá en el momento 14.444 dólares lo que realmente representaría el 78.5% del total de la factura. Transcurrido el tiempo de la duración de la factura la empresa de factoring entregara el 20% restante menos la tasa de interés por el 80% de anticipo otorgado, en este caso recibirá \$1.619,20. La misma metodología se aplica

para las facturas a 24 meses, lo diferente es el porcentaje de anticipo que en esta ocasión es del 75% y la tasa de interés a aplicar se vuelve del 16%.

Cuadro 22 Operación de Factoring a 12 meses

Operación de Factoring a 12 meses plazos		
Valor de facturas de 12 meses	18.400,00	
Anticipo del 80%	14.720,00	
Gastos operativos 1.5%	276,00	
Total desembolso		14.444,00
Transcurrido los 12 meses		
Pago de reserva	3.680,00	
Descuento del anticipo 14% (14.720 * 14% * 12)	2.060,80	
Total liquidación		1.619,20
Total operación de factoring		16.063,20

Fuente: Microempresa VEHICLESERVICE S.A.
Elaborado: Mario Vásquez, Gustavo Cello

Cuadro 23 Operación de Factoring a 24 meses

Operación de Factoring a 24 meses plazos		
Valor de facturas de 24 meses	4.600,00	
Anticipo del 75%	3.450,00	
Gastos operativos 1.5%	69,00	
Total desembolso		3.381,00
Transcurrido los 24 meses		
Pago de reserva 25%	1.150,00	
Descuento del anticipo 16% (3.450 * 16% * 24)	1.104,00	
Total liquidación		46,0
Total operación de factoring		3.427,00

Fuente: Microempresa VEHICLESERVICE S.A.
Elaborado: Mario Vásquez, Gustavo Cello

El primer escenario que al administrador se plantea es ¿Debería utilizar factoring, pues recibiré del 75% al 80% del total de la factura en el presente o debería esperar los 12 o 24 meses y cobrar el 100% de las facturas?

Los microempresarios deberían llegar a este análisis:

- ✓ El dinero tiene valor en el tiempo, es decir 1000 dólares ahora no costarán 1000 después de uno o dos años, la causa principal es la inflación.

Bajo esta premisa el factoring respondería positivamente y cumpliría propósito de aumentar los niveles de liquidez con esos fondos pueden cubrir necesidad a valor presente, pues en un futuro el valor esas necesidad podría verse aumentado.

La mejor herramienta para ver esta diferencia es a través de la fórmula del Valor Futuro:

$$VF = VP \times (1 + i)^t$$

Donde:

VF= Valor futuro

VP = Valor Presente

i = Tasa de interés

t = Tiempo plazo anual

El valor futuro para el ejemplo de ventas a 12 meses es:

$$VF = 18400 \times (1 + 0.044)^1$$

$$VF = 19209,60$$

Se estimó una tasa de interés a la proyección anual de la inflación que de acuerdo al Banco Central del Ecuador será de 4,4%. Entonces los bienes tendrán un alza de 4,4% dentro de un año la microempresa necesitará tener 19.209,60 dólares para comprar los mismo bienes que compraría hoy. Utilizando esta herramienta tuviese una ventaja sobre otras empresas. De igual manera para el ejemplo de las ventas a 24 meses plazos la microempresa necesitará de 5013,71 dólares para cubrir sus necesidades dentro de 2 años. Entonces el empresario decidirá por optar al sistema de factoring para aumentar su razón de efectivo en el corto plazo.

Otra perspectiva que no podemos dejar de lado, es la utilización del sistema tradicional de financiamiento a través de créditos, si bien es cierto que existen dificultades al acceso haremos una simulación para comparar con el factoring, pues solo en las simulaciones es más fácil para las microempresas acceder a financiamiento bancario.

Suponiendo el panorama en que VEHICLESERVICE necesite inmediatamente un financiamiento de los 18.400 dólares y puede obtenerlos a través un crédito minorista donde la tasa de interés para este tipo de crédito es del 29,85% a 12 meses.

Cuadro 24 Cálculo del costo total de financiamiento del total de las cuentas por cobrar.

PERIODOS	CAPITAL PAGADO (\$)	PAGO DE INTERESES (\$)	CUOTA MENSUAL (\$)	SALDO DEL MONTO (\$)
1	1,334.71	457.70	1,792.41	17,065.29
2	1,367.91	424.50	1,792.41	15,697.39
3	1,401.93	390.47	1,792.41	14,295.45
4	1,436.81	355.60	1,792.41	12,858.65
5	1,472.55	319.86	1,792.41	11,386.10
6	1,509.18	283.23	1,792.41	9,876.92
7	1,546.72	245.69	1,792.41	8,330.21
8	1,585.19	207.21	1,792.41	6,745.02
9	1,624.62	167.78	1,792.41	5,120.39
10	1,665.04	127.37	1,792.41	3,455.36
11	1,706.45	85.95	1,792.41	1,748.90
12	1,748.90	43.50	1,792.41	0.00
TOTALES =>	\$18,400.01	\$3,108.86	\$21,508.92	

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado: Mario Vásquez, Gustavo Cello

Aun si la microempresa consigue financiarse con un crédito minorista al final del año tendrá que cancelar el valor del crédito más los respectivos intereses, que para este segmento es realmente elevado, pues es del 29,85%, en una operación del factoring, aunque reciba inicialmente el 80% de los 18.400 la tasa de financiamiento es baja alrededor del 14%. Con el financiamiento tradicional la microempresa terminaría pagando 21.508,92 dólares, los flujos de egresos mensuales es otro problema que deberá afrontar.

Ahora se comparara el valor anticipo que ofrece una empresa de factoring; es decir supongamos que la empresa requiere precisamente el 80% de sus cuentas por cobrar y decide realizar un crédito:

Cuadro 25 Cálculo del costo total de financiamiento del 80% de las cuentas por cobrar.

PERIODOS	CAPITAL PAGADO (\$)	PAGO DE INTERESES (\$)	CUOTA MENSUAL (\$)	SALDO DEL MONTO (\$)
1	1,067.76	366.16	1,433.92	13,652.24
2	1,094.33	339.60	1,433.92	12,557.91
3	1,121.55	312.38	1,433.92	11,436.36
4	1,149.45	284.48	1,433.92	10,286.92
5	1,178.04	255.89	1,433.92	9,108.88
6	1,207.34	226.58	1,433.92	7,901.54
7	1,237.37	196.55	1,433.92	6,664.17
8	1,268.15	165.77	1,433.92	5,396.01
9	1,299.70	134.23	1,433.92	4,096.31
10	1,332.03	101.90	1,433.92	2,764.28
11	1,365.16	68.76	1,433.92	1,399.12
12	1,399.12	34.80	1,433.92	0.00
TOTALES =>	\$14,720.00	\$2,487.10	\$17,207.04	

Fuente: Banco Central del Ecuador.
Elaborado: Mario Vásquez, Gustavo Cello

Se puede observar que aunque se reciba los 14.720 el valor a pagar por cada flujo mensual puede perjudicar a la microempresa pues representan egresos, la diferencia con el sistema de factoring se basa en que utilizan un activo para ser más líquidos sin incrementar los pasivos, un crédito bancario incrementa los activos pero también aumentan los pasivos.

Factibilidad Comercial

El sistema de financiamiento de factoring proporciona liquidez de manera inmediata a la microempresa; cuando estos niveles aumentan permiten a la empresa hacer frente a obligaciones pendientes si los tuviese pues mejorara los flujos de dinero mensuales, además permitirá realizar inversiones tecnológicas o capacitaciones de su personal todo esto permite tener una ventaja a la microempresa sobre otras e impulsa su desarrollo. Una buena herramienta para analizar como el factoring puede proporcionar una factibilidad comercial positiva es a través del estudio de las 5 fuerzas de Porter, pues esta combina factores comerciales/financieras para generar estrategias competitivas:

- ✓ Poder de negociación de los Compradores o Clientes:

El tipo de productos que comercializa VEHICLESERVICE S.A. son artefactos de línea blanca, además de motos y motonetas. Existen varias empresas que comercializan

estos tipos de productos lo que ocasiona que los precios disminuyan, al reducir los precios los niveles de ventas pueden verse aumentados, en el caso de la microempresa de estudio puede aprovechar el aumento de las ventas y negociar luego sus facturas para adquirir liquidez inmediata, con ello puede invertir en gestión publicitaria con la finalidad de lograr presencia en el mercado. Los productos que ofrece VEHICLESERVICE son como la mayoría sustituibles, pero no con la facilidad que tienen otros bienes; con la liquidez, la empresa opta por la diversificación de sus productos, de esta manera los clientes pueden encontrar lo que necesiten en un solo lugar esto evita que sus clientes visiten otros almacenes.

✓ Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores:

VEHICLESERVICE necesita de varios proveedores, según su administrador las relaciones con estos no están deterioradas, pero podrían estar mejor, uno de los mayores inconvenientes consiste en que no cuenta con los fondos necesarios en la cuenta bancaria y por estos algunos cheques girados son devueltos a los proveedores por falta de fondos, y cuando esto no ocurre el banco realiza un sobregiro para cubrir los cheques en proceso de cámara, en fin la situación está en un punto crítico 2 de proveedores le redujeron la cantidad despachada por este tipo de problemas, pues su dinero está una parte en cuentas y documentos por cobrar. Con la implementación del factoring esto fuese un problema menos que atender, ya que la microempresa contaría con el efectivo necesario para cubrir sus obligaciones a tiempo, esto además afianza la relación comercial con los proveedores. Además se pudiese pagar con anticipación las facturas de los proveedores aprovechando los descuentos de pronto pago.

✓ Amenaza de nuevos entrantes:

Sin duda, Milagro ha crecido, la economía nacional ha sido apremiante para que nuevos negocios aparezcan en el mercado. La principal barrera que tienen las nuevas empresas es la necesidad de capital, esto genera una enorme ventaja para quienes ya están en el mercado que debería ser aprovechada, los nuevos negocios por lo general cuentan con flujos de caja elevados si obtienen capital financiado, esto los incapacita a tener mayor inflexibilidad de precios, los requerimientos de liquidez de estos nuevos emprendimientos son elevados, por tanto la venta a crédito no será algo que los beneficie al inicio de sus actividades comerciales.

✓ Amenaza de productos sustitutos:

La microempresa VEHICLESERVICE ofrece productos que no son fácilmente sustituibles, pero recaen dentro del tipo de sustitución imperfecta, por ejemplo el cliente desea adquirir un televisor plasma, pero este bien puede, y de hecho lo es, sustituirse por un televisor LED, entre otros. Ambos pueden ser utilizados con el mismo fin, pero entre ambos bienes hay diferencias significativas, sobre todo en los precios. Bajo este panorama la empresa deberá estar atenta a las preferencias y del poder adquisitivo de los consumidores.

✓ Rivalidad entre los competidores:

La rivalidad en el sector comercial es alta, no solo porque existen varias empresas que se dedican a ofertar los mismos productos sino porque hay empresas que por su tamaño aprovechan sus economías a escala, lo cual les da una ventaja sobre otras empresas. En situación las microempresas solo pueden competir en servicios es decir por ser más pequeñas pueden tener u ofrecer un servicio más personal hacia los clientes, por otra parte las empresas de gran volumen les interesan de manera preferente los negocios de mayor volumen por tanto prestan mayor atención a estos, dejando la oportunidad de acceder con mayor facilidad al mercado minorista, el mismo en el que la microempresa se desenvuelven.

Factoring no exige a la empresa que mantenga una cultura organizacional establecida al momento de solicitar el servicio, pero sin duda es una gran forma de darle mayor posicionamiento y presencia a la organización tanto para los clientes externos como los clientes internos.

La cultura organizacional está conformada por tres partes fundamentales las cuales son visión, misión y valores corporativos, por tanto se propone los siguientes componentes:

Misión:

Somos una empresa comprometida al desarrollo que comercializa por medio de financiamiento bienes con garantía total para satisfacer las necesidades del mercado milagreño, cuidando de la liquidez y rentabilidad de la empresa aplicando sólidas políticas de créditos y logrando el desarrollo de nuestros colaboradores.

Visión:

Desarrollar niveles de competitividad en base al fortalecimiento financiero y administrativo, siempre pensando en nuestros clientes internos y externos, apoyando al cumplimiento de sus sueños y contribuyendo al desarrollo del cantón.

Valores Corporativos:

Honestidad: Dar a los clientes lo que la Empresa está en condiciones de cumplir, actuando con honradez y transparencia en todo momento.

Trabajo en Equipo: A través de la mutua ayuda entre el personal y los ejecutivos, para mejorar constantemente su calidad de servicio.

Calidez humana: A través de un trato amable y personalizado, para entablar relaciones comerciales cordiales y amistosas.

Puntualidad: Hacer siempre las cosas a tiempo y en el lugar conveniente, teniendo como labor la garantía de satisfacción de los clientes.

Respeto: Emplear siempre un vocabulario adecuado, tanto para el personal como para los clientes.

Comunicación: Mantener una relación óptima con el personal y los clientes para desarrollar mejor las relaciones interpersonales.

Credibilidad: Responder siempre a las necesidades y expectativas de los clientes.

El Factoring brinda varias fortalezas y disminuye algunas debilidades como se demostrara en el siguiente análisis FODA:

Fortalezas

Utilización de factoring

Emplados más comprometidos

Buenas relaciones con proveedores

Personal capacitado

Reducción de Costos de cobranza

Aumento del stock de mercadería

Oportunidades

Explorar otros mercados aledaños

Aprovechamiento de tecnología

Historial crediticio de clientes, estará disponible como datos públicos

Aumento de la demanda de motos y motonetas.

Negociar con nuevos proveedores

Debilidades

Bajo poder de negociación con proveedores

No contar con canales de distribución

Poca participación en el mercado local

Espacio físico no amplio

Amenazas

Dificultades de financiamiento

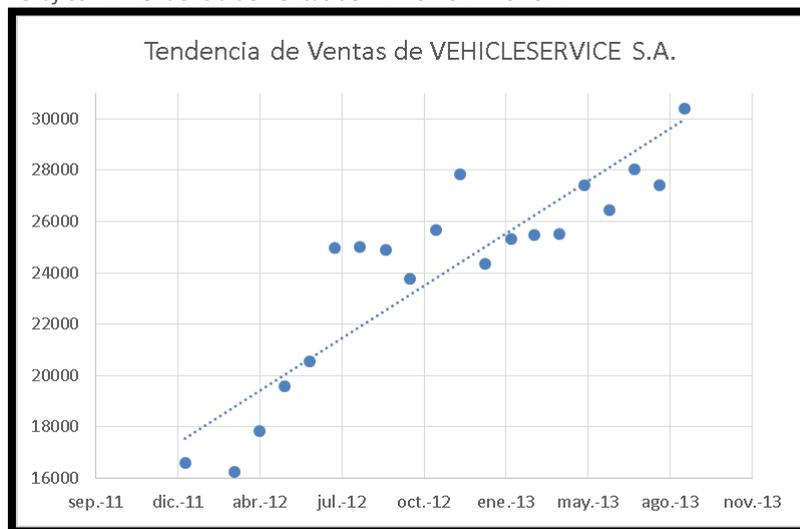
Aumento de impuesto a bienes importados.

Competencia agresiva

Cambios de preferencia de consumidores

Otro aspecto que también es importante revisar son los niveles de venta de la microempresa. Antes de Factoring las ventas presentan la siguiente tendencia:

Gráfico 22 Tendencia de Ventas de VEHICLESERVICE S.A.



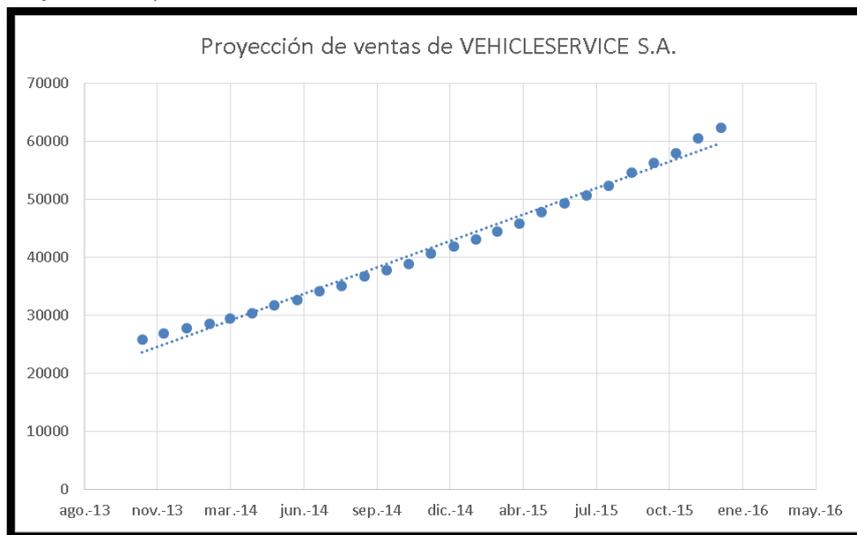
Fuente: Contabilidad de VEHICLESERVICE de enero 2012 a septiembre 2013

Autor: Mario Vásquez

El gráfico, sin duda, nos muestra una tendencia positiva en el nivel de ventas, esto por el gran crecimiento de la economía en estos últimos años, aun así no existe una constancia en los promedios mensuales de ventas, con la utilización del factoring la empresa podría plantearse objetivos de ventas y cumplirlos pues contara con la motivación de que sus facturas se harán efectivo al instante. Por otro lado con el dinero que obtiene de forma inmediata puede realizar publicidad o crear un plan de incentivos a vendedores de tal manera que se sientan más identificados con la microempresa. Se puede estimar una proyección de ventas del 3% para meses no festivos y de un 4.5% para meses festivos³²

³² Entiéndase por meses festivos a lapsos de tiempos que el comercio se incentiva como: Día de la madre, Día del padre, Fiestas cantonales, Fin de año y navidad.

Gráfico 23 Proyección de Ventas



En esta proyección de ventas se observa una tendencia positiva más ajustada, pues se con el sistema de factoraje las metas de ventas deben ser cumplidas debido a que mientras más ventas obtengan más ingresos inmediatos pueden acceder y satisfacer sus necesidades de liquidez.

El marketing es una herramienta estratégica que le permite a la empresa ganar más espacio en el mercado, pero para hacer una buena combinación de marketing es indispensable contar con los recursos financieros suficientes o al menos tener ventajas sobre la obtención de los mismos. Con la aplicación del factoring pueden lograrlo. A continuación se demuestra como este sistema puede influir positivamente en los aspectos considerados del marketing mix.

Producto: Con el factoring en marcha la microempresa tendrá mayor liquidez para adquirir diversas líneas de productos y de esta manera diversificar su y así abarcar mayores gustos o preferencias de los clientes.

Precio: Este factor es un punto clave que tienen los clientes al momento de seleccionar el lugar donde comprar; al tener la capacidad de adquirir más cantidad de mercadería, los precios de los productos pueden reducirse, por tanto pueden ofrecerlos a menor precio.

Personal: La microempresa puede optar con capacitaciones estratégicas para su fuerza laboral, con diferentes fines como la atención al cliente, mejoras de procesos contables o tecnológicos.

Promoción: Logar que las personas conozcan a la empresa solo se lo puede conseguir con una campaña publicitaria, y para realizar esto se requiere recursos monetarios que con el factoraje los puede conseguir.

Plaza: Los medios de distribución consisten que llevar el producto al consumidor, esto puede ser inclusive a través de carpas en lugares estratégicos del cantón, esto permitirá que el negocio se dé a conocer. Pero esta estrategia genera costos que sin la utilización de factoraje no pudiese ser posible.

Factibilidad Humana u Operativa

Para implementar factoring no se requieren conocimientos avanzados en materia, puesto que es un sistema de financiamiento básico y sencillo de aplicar, pero aun así se necesita esta consiente de los requerimiento de capital y la utilización que se le dará, por otra parte es necesario contar con conocimientos básicos de contabilidad y finanzas para determinar el costo beneficio de las operaciones de factoring. De los empleados en VEHICLESERVICE quien lleva la contabilidad es quien se encargaría de esta actividad, aunque esta persona sea la responsable es necesario que toda la organización conozca de los nuevos procedimientos que se llevaran a cabo. Y para afianzar estos conocimientos se debe realizar una capacitación a cerca de este sistema de financiamiento alternativo.

Factibilidad Técnica o Tecnológica

No suficiente contar únicamente con el personal idóneo, sino de las herramientas adecuadas, que en este caso tomarían el nombre de políticas de crédito, actualmente la microempresa VEHICLESERVICE cuenta con políticas de créditos que deben ser más claras, es importante que la microempresa mantenga sus lineamientos claro, pues es un requisito indispensable que solicita la empresa de factoring.

La microempresa da los plazos del crédito dependiendo del monto de la factura a continuación se detallan las políticas actuales y las mejoras de las mismas:

Cuadro 26 Políticas de Crédito

Política Actual	Política Nueva
En relación al Carácter	
<p>Original y copia de cedula de identidad.</p> <p>Original y copia de certificado de votación.</p> <p>Copia de una planilla de servicios básicos.</p> <p>Croquis del lugar de residencia.</p> <p>2 Referencias personales</p>	<p>Original y copia de cedula de identidad.</p> <p>Original y copia de certificado de votación.</p> <p>Copia de una planilla de servicios básicos.</p> <p>Croquis del lugar de residencia.</p> <p>2 Referencias personales</p> <p>Copia de los últimos 3 meses del rol de pagos. (si no lo tuvieses número telefónico del trabajo donde labora)</p> <p>Revisión del historial crediticio del cliente a través de la Dirección Nacional de Registro de Datos Públicos (DINARDAP)³³ que funcionará desde diciembre de 2013³⁴.</p>
En relación Capacidad	
<p>Ninguno</p>	<p>Análisis de los ingresos y la deuda a adquirir.</p> <p>Evaluar las cargas familiares que tuviese.</p>

³³ DINARDAP proporcionara de manera publica el historial crediticio de los ecuatorianos, de esta manera se democratizará los datos para el uso tanto de instituciones financieras y comerciales.

³⁴ (Telegrafo, 2013)

	Confirmar la honorabilidad del cliente a través de las referencias personales.
En relación al Capital Financiado	
<p>Ventas iguales o menores a 1.000 dólares será de contado o crédito hasta 6 meses.</p> <p>Ventas entre 1.000,01 hasta 2.500 dólares se financiara a un año.</p> <p>Ventas entre 2.500,01 hasta 4.000 se financiará hasta 24 meses.</p> <p>El pago inicial es de 500 dólares</p>	<p>Ventas iguales o menores a 1.000 dólares será de contado o se considerará crédito hasta 6 meses.</p> <p>Ventas entre 1.000,01 hasta 2.500 dólares se financiara a un año.</p> <p>Ventas entre 2.500,01 hasta 4.000 se financiará hasta 24 meses.</p> <p>El pago inicial corresponderá al 20% del valor de la factura con un límite inferior de hasta el 15%, no hay máximos.</p> <p>Casos: ventas mayores a 4.000 dólares y más hasta 30 meses</p>
En relación al Colateral	
Garante: familiar o amigo	Garante: familiar o amigo debe estar presente en el momento de la venta.
En relación de Condición	
Ninguna	<p>Prestar atención a la situación economía/política del país.</p> <p>Estar atento a catástrofes naturales.</p>

--	--

Fuente: Microempresa VEHICLESERVICE S.A.

Elaborado: Mario Vásquez, Gustavo Cello

Se debe, además crear una base de datos en formato Excel versiones 2007 o superiores para limitar el uso de archivo físico y la sincronización en línea para asegurar el respaldo de los datos en caso de fallas en los equipos del sistema.

Las mejoras que se aplicaron en las políticas de crédito se basan en el método tradicional de las 5 “C” del crédito, con la utilización de estas políticas se mejora la condiciones en que y a quienes se les ofrece el crédito.

Factibilidad Organizacional

Se cuenta con el personal, se tiene las herramientas necesarias, pero la organización departamental no es algo que este bien definido en las microempresas, y VEHICLESERVICE no es la excepción. Pero esto no impide ni dificulta la implementación de factoring.

Pero hay que señalar que empresas bien estén bien estructuradas por muy básicas (micro) que sean tiene mayor probabilidades de desarrollo.

A continuación se presenta un modelo del diseño organizacional, de tipo escalar, para VEHICLESERVICE:

Gerencia

Departamento
de Contabilidad
y Finanzas

Contador

Asistente Contable

Departamento
de ventas

Jefe de ventas

Vendedor 1

Departamento
de logistica

Jefe de Bodega

Asistente de Bodega

Gerencia

Funciones:

- Comunicación Organizacional.
- Planificación las metas de ventas mensuales.
- Contacto y negociación con proveedores.
- Negociación y seguimiento del factoring.
- Coordinación de capacitación al personal.

Departamento de Contabilidad y Finanzas

Contador

Funciones:

- Llevar los registros contables.
- Responsable de los asuntos tributarios.

- Envío de documentos a la empresa de factoring para el desembolso del efectivo.
- Responsable del pago a tiempo de los proveedores.
- Encargado de archivo
- Custodia de Caja

Asistente Contable

Funciones:

- Elaboraciones de roles de pago y planilla del IESS.
- Responsable del pago a tiempo de empleado.
- Colaborar en asuntos internos del departamento.
- Recepción de documentos del departamento de ventas.
- Elaborar informes sobre la gestión financiera de la empresa.
- Custodia de Cheques

Departamento de Ventas

Jefe de venta

Funciones:

- Responsable de la estética del y orden del local.
- Cumplir con las metas en ventas.
- En cargado de la base de datos de clientes
- Facilitar los documentos de ventas al departamento de contabilidad.
- Gestionar las órdenes de compra de mercadería.
- Servicio post venta

Vendedor 1

Funciones:

- Elaborar informes de preferencias u observaciones de clientes.
- Cumplir con las metas de ventas.

- Colaborar en asuntos internos del departamento.
- Coordinar estrategias y posibles promociones
- Encargado de archivo.
- Elaborar informe mensual de ventas.

Departamento de logística

Jefe de Bodega

Funciones:

- Reporte de mercadería defectuosa o en malas condiciones
- Despacho de mercadería
- Recepción de mercadería
- Visita a clientes por concesión de crédito.
- Visita a clientes por cobro.

Asistente de bodega

Funciones:

- Mantenimiento de mercadería.
- Embarque de mercadería
- Descargue de mercadería.
- Visita a clientes por concesión de crédito.
- Visita a clientes por cobro.

Factibilidad Legal

La Microempresa VEHICLESERVICE cuenta con todos los permisos de funcionamiento a la fecha de investigación y realización de la propuesta, en lo referente a asuntos tributarios, tampoco registra inconvenientes pues está al día en el

pago de impuestos. Para la empresa de factoring estos documentos cuentan mucho, además de que hablan muy bien de la empresa.

Factibilidad de Tiempo

El tiempo en el mundo de los negocios es muy oportuno, pues como se bien se dice el tiempo es dinero, y eso es exactamente lo que factoring logra a través de la compra de cartera de clientes darle a la empresa mayor liquidez en el menor tiempo posible. Lo que demora o se hace un poco largo es el proceso de negociación entre la microempresa y la empresa de factoring de allí en adelante, cada contrato es renovable sin necesidad que se pierda la continuidad del servicio prestado.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Debido a la inflexibilidad del mercado financiero para otorgar créditos las microempresas deben buscar alternativas, por ende tomamos para estudio a la Microempresa VEHICLESERVICE S.A. con domicilio en Milagro.

La microempresa VEHICLESERVICE S.A. se dedica comercialización de motocicletas y artículos de línea blanca, lleva funcionando desde el año 2007, pero desde el año 2010 recién comenzó a tener una figura legal pues el 7 de diciembre de ese año obtuvo su Registro Único de Contribuyente (RUC).

Desde sus inicios, con un capital propio, el Señor José Luis Pintag empezó aprovechando el mercado de motocicletas, el mismo que ha estado en auge en el cantón, el menciona que fue difícil conseguir financiación, inclusive no logro hacerlo, así fue que junto a su hermano David Pintag, decidieron unir esfuerzo y capital, para sacar adelante a su empresa VEHICLESERVICE S.A.

Actualmente la empresa posee 7 empleados, el promedio aproximado de ventas mensuales es de 23.000 dólares de los cuales el 92% son realizadas a crédito y solo un 8% se lo realiza a contado.

En lo referente a la propuesta, la idea básica es implementar el sistema de Factoring, pero para ello hay que evaluar los promedios mensuales de ventas teniendo en cuenta

que porcentaje son a crédito y cuantos son a contado, además se debe incluir en el análisis de las ventas a crédito el tiempo del mismo.

El análisis de propuestas es muy importante así como vial al tomar una decisión, por ello se evaluara a las empresas de mayor presentación en el país que ofrecen el servicio de factoraje, buscando la mejor opción para así reducir el costo de oportunidad.

Para el costo de oportunidad sea menor se realizaran comparaciones con la teoría del valor del dinero en el tiempo para ello se utilizara la formula financiera del Valor Futuro, y se establecerá comparaciones del precio actual del dinero versus su valor en el tiempo futuro, pero la óptica de esto será la pérdida del poder adquisitivo.

Otra comparación imprescindible es el factoring frente a un crédito financiero, esto permitirá que instrumento proporciona más y mejores alternativas para a la microempresa.

Para realizar estas comparaciones se debe recopilar información contable de la microempresa para posteriormente clasificarlas de acuerdo a su naturaleza y así obtener las cuentas patrimoniales y las cuentas de resultados.

Con la información de las cuentas patrimoniales, se pobra elaborar un Balance General para evaluar la situación actual de la microempresa, pues estas cuentas incluyen a los activos, pasivo y patrimonio. Con las cuentas de resultados, conformada por ingresos y egresos se elaborara el estado de resultado lo que complementado con el balance dará una idea general de la salud financiera de empresa antes de la aplicación del factoring, luego elaborará otro estado de Resultados y otro Balance General con el factoring ya aplicado.

Los registros contables serán otorgados por el asistente de contabilidad, estos datos serán tratados de forma general a petición del propietario socios, es decir que no se entraran en detalle en cada una de las cuentas solo se basará en los mayores generales. La fecha de corte contable será hasta el 31 de agosto de 2013. Utilizaremos como herramienta principal a Excel 2013 para la elaboración de los estados.

Una vez seleccionada la empresa, se procederá a llenar la solicitud del servicio además de ello se recopilara la documentación necesaria, para la firma del contrato con la empresa.

Entre estos documentos se encuentran:

Documentación Financiera:

- ✓ En caso de persona natural: copia de los estados de cuenta de sus cuentas corriente y de ahorros de los últimos 12 meses.

Documentación Legal:

- ✓ Certificado de cumplimiento de obligaciones actualizado.
- ✓ Copia del RUC
- ✓ Copia de certificado de afiliación al Organismo correspondiente, según el caso.
- ✓ Copia a color de cédula y del último certificado de votación.
- ✓ Nombramientos del Representante Legal vigente suscrito.
- ✓ Copia de planilla de último pago de agua o luz.
- ✓ En caso de persona natural - Referencia de un familiar que no viva con el titular.
- ✓ Detalle de cuentas por cobrar donde se incluya: Deudor, monto, fecha de emisión, fecha de pago.
- ✓ Anexar una presentación de su empresa.

Una vez enviada la documentación, se corroboran los datos, y luego se firma el contrato, el más usual es el contrato de Factoring con responsabilidad, es decir la microempresa se responsabiliza en caso de no pago de sus clientes. Por tal motivo se debe fortalecer las políticas de crédito que la microempresa está utilizando pues así no se encontrara con dificultades al momento de emplear el servicio de factoraje.

La comunicación organizacional es imprescindible por tanto se debe conversar y compartir con los colaboradores sobre la nueva estrategia financiera a adoptar.

VEHICLESERVICE realiza ventas a diario, los soportes serán recogidos y enviados día a día, el desembolso por parte de la empresa de Factoring será a los 30 días corridos de la primera factura, es decir el anticipo del valor de las facturas de ventas

realizadas entre el día 1 al 30 de un mes, se depositará al día siguiente después del 30.

5.7.1 Actividades

Antes de la implementación

- ✓ Analizar el costo beneficio de la implementación del factoraje.
- ✓ Socializar con empleados sobre la nueva estrategia de financiamiento.
- ✓ Contactar a las empresas de Factoring y evaluar sus propuestas y requisitos.
- ✓ Seleccionar a la empresa más apropiada.
- ✓ Recopilar los requisitos que exigen la empresa.
- ✓ Firma del contrato.
- ✓ Apertura una cuenta de ahorros para depósitos de las actividades de factoraje.

Al momento de la venta.

- ✓ Evaluar la concesión del crédito
- ✓ Firmar el contrato de venta con el cliente.

Después de venta utilizando factoring

- ✓ Agrupar todas las facturas y contratos del día, fotocopiarlas y escanearlas.
- ✓ Enviarlas al departamento de contabilidad.
- ✓ Enviar los soportes a la empresa de factoring a través de Correos del Ecuador.
(Como norma todo contrato de venta firmado después de las 16:30 horas será enviado al día siguiente.)
- ✓ Verificar que el desembolso haya sido realizado por la empresa de factoring en la cuenta de la empresa.

5.7.2 Recursos, Análisis Financiero

Se analizará la salud económica de la empresa a través del balance general, el mismo que fue elaborado con los datos proporcionados por el departamento de contabilidad de VEHICLESERVICE

VEHICLESERVICE S.A. Estado de Resultado Al 31 de Octubre de 2013

Ventas		25000
Costo de ventas	10060	
Utilidad Bruta		14940
Sueldos y Salarios	2100	
Cuentas Incobrables	530	
Gastos de publicidad	450	
Alquiler de local	550	
Depreciación de activos	3500	
Total Egresos	7130	
Utilidad del Ejercicio		7810
(-) 15% Util Trabajadores	1172	
Util. Antes del Imp. A la renta		6639
(-) 25% Imp. a la renta	1660	
Util. antes reserva		4979
(-) 10% Reserva legal	498	
Utilidad Liquida		4481

Fuente: Contabilidad de VEHICLESERVICE Octubre 2013
Autor: Mario Vásquez; Gustavo Coello

VEHICLESERVICE S.A.

Balance General

Al 31 de Octubre de 2013

Activos

Corriente

Caja	1059	
Banco	4551	
Mercadería	55500	
Doc. Por cobrar	4580	
Cuentas por cobrar	35300	
Provisión de cuentas incobrables	353	
Total Activo Corriente		100637

Fijo

Muebles de Oficina	3080	
Equipo de Computación	5500	
Vehículo	3000	
Terreno	12000	
Total Activo Fijo		23580
Total Activos		124217

Pasivo

Corriente

Doc. Por pagar	85680	
Cuentas por pagar	20300	
Sueldos y salarios por pagar	2100	
Mantenimiento por pagar	350	
Total Pasivo Corriente		108430

Fijo

Hipoteca por pagar	8400	
Total Pasivo Fijo		8400
Total Pasivo		116830

Patrimonio

Capital	7387	
Total Pasivo + Patrimonio		124217

Fuente: Contabilidad de VEHICLESERVICE Octubre 2013

Autor: Mario Vásquez; Gustavo Coello

Razones de Solvencia:

Razón Circulante: $\frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo Circulante}} = \frac{100637}{108430} = 0.928$

Este ratio nos indica la capacidad del negocio para hacer frente a sus obligaciones financieras, el ratio esta dado en veces, es decir cuántas veces puede la empresa cubrir sus obligaciones con la disposición de

todos sus activos, en este caso la empresa no cubre ni una sola vez sus obligaciones, es decir que por cada dólar de pasivo ellos solo cubren 92 centavos.

$$\text{Razón Ácida: } \frac{\text{Activo Circulante} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo Circulante}} = \frac{100637 - 55500}{108430} = 0.4163$$

Esta prueba es algo más exigente, pues deja de lado a la cuenta mercadería debido a que son activos destinados a la venta y no al pago de deudas. En este caso la microempresa no puede cubrir ni siquiera 1 veces sus obligaciones con terceros. La mercadería representa una gran parte del activo circulante, esto se debe a los tipos de bienes que se comercializan mas no a la cantidad de los mismos.

$$\text{Razón Del Efectivo: } \frac{\text{Efectivo}}{\text{Pasivo Circulante}} = \frac{5610}{108430} = 0.052$$

EL nivel de liquides de VEHICLESERVICE es realmente bajo, la microempresa no cuenta con los líquidos de forma inmediata es decir debe esperar para que estos se hagan efectivos. Con lo disponible en efectivo, es decir con lo que se cuenta en caja y banco, solo se puede cubrir 5 centavos por cada dólar en pasivos corrientes.

Razones de Apalancamiento:

$$\text{Razón de Endeudamiento: } \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} = \frac{116830}{124217} = 0.941$$

La empresa tiene aplacando el 94.1% de sus activos, es decir por cada dólar de activo el 94 centavos es por financiamiento, la empresa tiene solo una deuda a largo plazo, por tanto el mayor a aplacamiento se debe con los créditos que otorgan los proveedores.

Razones de Rentabilidad:

$$\text{Margen de Utilidad: } \frac{\textit{Utilidad Neta}}{\textit{Ventas}} = \frac{7130}{37000} = \mathbf{0.2641}$$

Por cada unidad monetaria vendida la empresa obtiene una utilidad del 26.41%, porcentaje que es realmente aceptable aunque puede ser mayor pero puede ser mayor.

$$\text{Rendimientos sobre Activos: } \frac{\textit{Utilidad Neta}}{\textit{Total de activos}} = \frac{7130}{124217} = \mathbf{0.0574}$$

Por cada dólar de activo la empresa puede generar 5 centavos de utilidad neta. Es necesario buscar la mejor administración de los activos para que generen mayor nivel de utilidad.

En términos generales el mayor problema de la microempresa es el nivel de liquidez tal como lo manifestaron el 40,67% de las empresas encuestadas. Esto justifica aún más la aplicación de medidas alternativas para mejorar la situación financiera de una empresa.

Las ventas mensuales promedio de la empresa son de 25.000 dólares, de las cuales el 92% son realizadas a crédito y el restante son ventas a contado. Por tanto la microempresa posee 23.000 dólares en facturas, las mismas que pueden ser negociables con la empresa de factoraje.

De estos 23.000 el 80% son ventas a créditos a 24 meses, el 20% restante son ventas a 24 meses plazos.

La empresa de factoring otorga diferentes porcentajes de adelanto de acuerdo al tiempo de facturas por tanto:

Cuadro 27 Porcentaje de descuento en base al tiempo

Plazos	Porcentaje de anticipo	Valor de la factura	Valor anticipado a recibir
12 meses	80%	18.400 dólares	14.720 dólares
24 meses	75%	4.600 dólares	3.450 dólares
Total a recibir			18.170 dólares

Fuente: Gestomatic
Elaborado: Mario Vásquez, Gustavo Coello

Aplicando factoring la empresa recibiría 18.170 dólares directamente a sus cuentas de efectivos aumentando la liquidez a corto tiempo. Con este efectivo se puede tomar decisiones en varios aspectos, ahora bien supóngase que se decide tomar una parte de este dinero para cancelar deudas y la otra quedara en la cuenta cajas. Mientras lo demás permanece constante.

Ilustración 2 Balance General de VEHICLESERVI - Simulación Factoring

VEHICLESERVICE S.A.				
Balance General				
AL 31 de Octubre de 2013				
Activos	2013		Simulación Factoring	
Corriente		Anticipo	18170	
Caja	1059	+	5000	6059
Banco	4551			4551
Mercadería	55500			55500
Doc. Por cobrar	4580			4580
Cuentas por cobrar	35300			17130
Provisión de cuentas incobrables	530		257	
Total Activo Corriente	100461			87563
Fijo				
Muebles de Oficina	3080			3080
Equipo de Computación	5500			5500
Vehículo	3000			3000
Terreno	12000			12000
Total Activo Fijo	23580			23580
Total Activos	124041			111143
Pasivo				
Corriente				
Doc. Por pagar	85680	-	8170	77510
Cuentas por pagar	20300	-	5000	15300
Sueldos y salarios por pagar	2100			2100
Mantenimiento por pagar	350			200
Total Pasivo Corriente	108430			95110
Fijo				
Hipoteca por pagar	8400			8400
Total Pasivo Fijo	8400			8400
Total Pasivo	116830			103510
Patrimonio				
Capital	7211			7633
Total Pasivo + Patrimonio	124041			111143

Del anticipo se tomó 8.170 dólares para cancelación de algunos documentos por pagar y 5.000 dólares para cubrir las cuentas por pagar la diferencia se depositó en la cuenta cajas de la empresa.

Ahora la pregunta es los niveles de liquidez habrán aumentado, a primera vista se puede ver que el capital de la empresa creció un 5.85%, pues el pasivo corriente se

vio reducido en 13.170 dólares. Los activos también disminuyeron, un 10.40%. Aun así la empresa conto con mayor liquidez para hacer frente a sus obligaciones.

Podremos ver el incremento de liquidez con el ratio de *razón del efectivo*, de hecho es con el que se debe comprobar pues es el que utiliza las cuentas más importantes del corto plazo con lo que trabaja el factoring las cuales son caja y banco.

Los valores recibidos por las operaciones de factoring, así como otros valores que se reciban por otras actividades solo beneficiaran a la empresa si son bien administrados y utilizados eficientemente como cualquier otro activo.

$$\text{Razón Del Efectivo: } \frac{\text{Efectivo}}{\text{Pasivo Circulante}} = \frac{10610}{95110} = 0.112$$

El crecimiento es evidente en relación a los 0.052 obtenidos antes de la aplicación del factoring. Estos ratios van variando en relaciona las decisiones que se tomen sobre el efectivo a corto plazo.

Otra manera de ver como el Factoring provee de liquidez a la microempresa es a través del Flujo de caja; a continuación se presenta dicho flujo de forma proyectada con la aplicación del factoraje:

VEHICLESERVICE S.A.
Flujo de Caja Proyectado

Meses	11/2013	12/2013	1/2014	2/2014	3/2014	4/2014	5/2014	6/2014	7/2014	8/2014	9/2014	10/2014	Total
Dinero líquido al inicio (caja y bancos)	5.610,0												
Suma de cobros (entradas de efectivo)	25.000,0	25.755,0	26.914,0	27.722,0	28.553,0	32.352,0	30.410,0	31.656,0	32.605,0	34.072,0	35.095,0	36.674,0	366.808,0
Suma de pagos (salidas de efectivo)	(17.906,0)	(19.142,8)	(20.211,6)	(21.282,4)	(22.415,4)	(23.490,5)	(24.568,0)	(25.647,7)	(26.729,8)	(27.814,4)	(28.901,6)	(29.991,3)	(288.101,5)
Flujo de caja neto (cobros - pagos)	7.094,0	6.612,2	6.702,4	6.439,6	6.137,6	8.861,5	5.842,0	6.008,3	5.875,2	6.257,6	6.193,4	6.682,7	78.706,5
Dinero líquido al final (caja y bancos)	12.704,0	19.316,2	26.018,7	32.458,2	38.595,9	47.457,3	53.299,4	59.307,7	65.182,8	71.440,4	77.633,8	84.316,5	84.316,5
Flujos operativos	7.094,0	6.612,2	6.702,4	6.439,6	6.137,6	8.861,5	5.842,0	6.008,3	5.875,2	6.257,6	6.193,4	6.682,7	78.706,5
Cobros por ventas al contado	2.000,0	23.180,0	24.223,0	24.950,0	25.698,0	29.411,0	27.369,0	28.491,0	29.345,0	30.665,0	31.586,0	33.007,0	309.925,0
Cobros por ventas a plazo	23.000,0	2.575,0	2.691,0	2.772,0	2.855,0	2.941,0	3.041,0	3.165,0	3.260,0	3.407,0	3.509,0	3.667,0	56.883,0
Pagos de nóminas	(2.226,0)	(2.292,8)	(2.361,6)	(2.432,4)	(2.505,4)	(2.580,5)	(2.658,0)	(2.737,7)	(2.819,8)	(2.904,4)	(2.991,6)	(3.081,3)	(31.591,5)
Pagos de publicidad		(170,0)	(170,0)	(170,0)	(230,0)	(230,0)	(230,0)	(230,0)	(230,0)	(230,0)	(230,0)	(230,0)	(2.950,0)
Pagos a proveedores	(15.000,0)	(16.000,0)	(17.000,0)	(18.000,0)	(19.000,0)	(20.000,0)	(21.000,0)	(22.000,0)	(23.000,0)	(24.000,0)	(25.000,0)	(26.000,0)	(246.000,0)
Pagos de arrendamientos	(550,0)	(550,0)	(550,0)	(550,0)	(550,0)	(550,0)	(550,0)	(550,0)	(550,0)	(550,0)	(550,0)	(550,0)	(6.600,0)
Pagos de servicios públicos	(130,0)	(130,0)	(130,0)	(130,0)	(130,0)	(130,0)	(130,0)	(130,0)	(130,0)	(130,0)	(130,0)	(130,0)	(1.560,0)

Para el mes 11 de 2013 la empresa no implementaba el sistema de factoring teniendo para ese mes una liquidez de \$12.704,00 al siguiente mes, con la aplicación del factoraje la empresa pasa a tener un incremento del 52,05% en su nivel de liquidez aun cuando los pagos a proveedores y empleados aumentan, así también se considera otro rubro que es el pago de publicidad. Esto resultados nos indican que es sistema de financiamiento a corto plazo es efectivo puesto que las ventas que son a largo plazo las convierte a corto. Dándole mayor oportunidad a la microempresa de invertir en varias áreas y de esta manera podrá ser un competidor más fuerte en el mercado.

5.7.3 Impacto

Con la implementación del Factoring se logran varios impactos institucionales de carácter positivos.

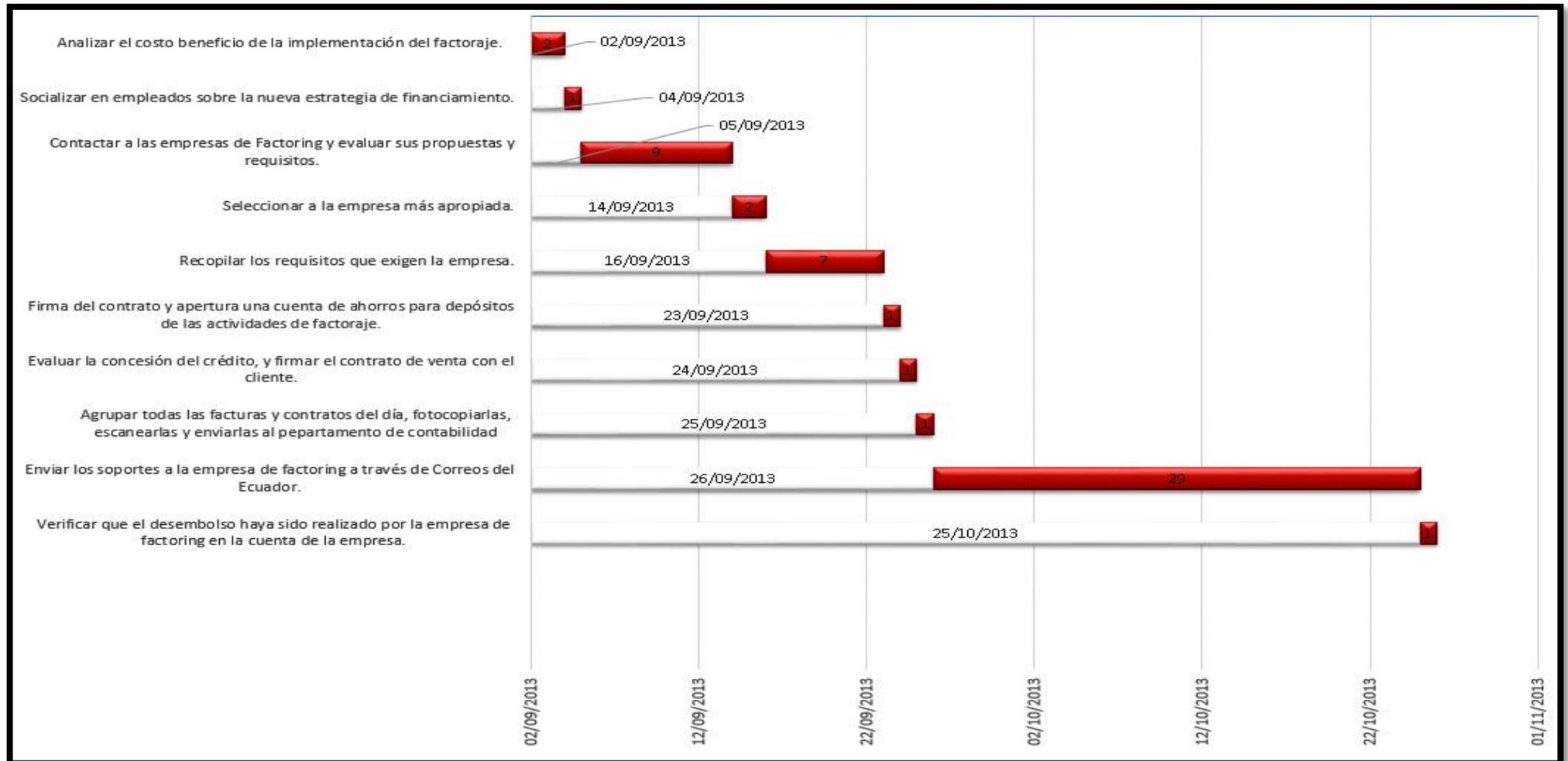
Impacto financiero: La empresa se hará más fuerte en términos monetarios por lo que tendrá la oportunidad de invertir en áreas que la conviertan en un rival fuerte del mercado, además permitirá realiza sus pagos a tiempos afianzando la confianza con sus acreedores.

Impacto al talento humano: Los empleados de la microempresa recibirán sus pagos de forma puntual, realizando una tabla de incentivos los colaboradores se sentirán más entusiasmados de laborar en la organización.

Impacto administrativo: Se crea una desconcentración sobre las cuentas por cobrar pues la empresa de factoring gestiona los procesos de cobro, los gastos que se destinaban a esta actividad pueden ser utilizados en otras áreas, así como también el personal que incurría en estas actividades puede tener más tiempo para dedicarse a otras labores.

5.7.4 Cronograma

Ilustración 3 Cronograma de Actividades



Elaborado: Mario Vásquez, Gustavo Cello

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

Para medir la efectividad de la propuesta se debe revisar:

- ✓ Ratio de razón del efectivo, para medir la capacidad de la microempresa en el corto plazo.
- ✓ Fortalecer la confianza con proveedores actuales y nuevos, por medio del cumplimiento a tiempo de las obligaciones.
- ✓ Elevar el volumen de ventas.
- ✓ Inversión en áreas estratégicas: tecnología, talento humano.
- ✓ Personal más comprometido con la organización.
- ✓ Evitar fuertes flujos de efectivos (egresos).

CONCLUSIONES

- ✓ El sistema financiero es la principal fuente de financiamiento pues tiene por objetivo coadyuvar al desarrollo de económico y social del país. Sin embargo las microempresas que aun representando históricamente un rol fundamental en el desarrollo de principales ciudades como Guayaquil y Quito, presentan dificultades al momento de solicitar un crédito de capital productivo debido a los innumerables requisitos y documentación exigidas por instituciones financieras
- ✓ El nivel competitivo está determinado principalmente por la fuerza financiera de cada microempresa posea.
- ✓ Un problema financiero que más aqueja a las microempresas es el relacionado con el nivel de liquidez. Sin el suficiente efectivo no pueden hacer frente a sus obligaciones con terceros, y tampoco pueden realizar inversiones en áreas que eleven su competitividad.
- ✓ Para estas empresas es común enfrentarse a diversas dificultades de liquidez, pues le es muy difícil acceder a financiamiento por la rigidez de las instituciones financieras, lo que trae consigo un bajo nivel competitivo, perjudicando el desarrollo del mercado local, pero no es la única forma de conseguir financiamiento, existen alternativas las cuales las microempresas desconocen.
- ✓ Los niveles de educación influyen en la forma de dirigir un negocio, sobre todo cuando no se tiene la suficiente información sobre alternativas de financiación, en otras palabras, el desconocimiento otras formas de obtener recursos provoca un estancamiento en el desarrollo.
- ✓ La utilización del Factoring como alternativa de financiamiento a corto plazo, es factible económica y administrativamente para las microempresas para que de esta manera realicen mayor inversión y así ganar posicionamiento en el mercado local.

- ✓ Los gremios o asociaciones empresariales en el cantón no cumplen con las expectativas de los empresarios milagreños.

RECOMENDACIONES

- ✓ Las instituciones financieras deben dar mayores preferencias a créditos productivos micro empresariales, que a los de consumo. De esta manera se puede reactivar la economía local y por ende la economía nacional.
- ✓ El mercado financiero debe mostrarse más flexible a la concesión de créditos productivos, especialmente al sector microempresarial.
- ✓ Promocionar otros medios de financiamiento alternativo al convencional como el factoring, para que de esta manera las microempresas del cantón Milagro contaría con mayores alternativas al momento solicitar financiamiento.
- ✓ Buscar una culturización financiera por parte de los microempresarios del cantón Milagro, para que sus empresas estén legalmente constituidas, para que puedan acceder a este beneficio que ofrece Factoring.
- ✓ Las microempresas deben seguir los ejemplos de las grandes y formar una cultura organizacional, esto permitirá alcanzar todos sus objetivos y metas.
- ✓ Los gremios y asociaciones locales deben ser más fuerte institucionalmente, para así poder brindar el apoyo y asesoramiento requerido de sus actuales y futuros socios.
- ✓ Mantener capacitaciones constantes con los microempresarios asociadas de manera que estén informados de los beneficios, ventajas y desventajas del servicio de Factoring. Con el fin de que el empresario tome decisiones favorables en relación de la aceptación negocio.
- ✓ De acuerdo con los resultados positivos de análisis de factibilidad,. Se recomienda el uso de Factoring como herramienta de Financiamiento para las microempresas.

BIBLIOGRAFÍA

- ✓ ZANZZI, Fabricio: *Milagro socioeconómico en cifras*, Universidad de Milagro, Milagro, 2008.
- ✓ FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES Y MINISTERIO DE INDUSTRIA Y PRODUCTIVIDAD: *Factores determinantes de acceso y racionamiento del crédito en las MIPYMES ecuatorianas 2012*, JÁCOME, Hugo y GRANDA B. María Elena, Ecuador, 2012.
- ✓ ACOSTA, Alberto: Ecuador: *Construir una economía solidaria, ese es el reto*, <http://kaosenlared.net/america-latina/item/35319-ecuador-construir-una-econom%C3%ADa-solidaria-ese-es-el-reto.html>, extraído el 18 de Octubre de 2012.
- ✓ UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO: *Estudio socioeconómico para definición de titulaciones de tercer nivel a ofertar en UNEMI durante los períodos 2010-2015*, Autor, Milagro, 2009.
- ✓ GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR: *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2010*, Autor, Ecuador, 2010.
- ✓ UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO: *Estudio del desarrollo productivo y socioeconómico de las pequeñas, medianas y microempresas del Cantón Milagro y cantones aledaños, y análisis de factibilidad para Interacción Institucional de Fortalecimiento*, Econ. FERNÁNDEZ, Mario, Milagro, 2010.
- ✓ GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN SAN FRANCISCO DE MILAGRO: *Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón San Francisco de Milagro*, Autor, 2012.
- ✓ El Telégrafo: *La bancarización en el Ecuador*, Autor, 29 de Octubre del 2012.
- ✓ UNIVERSIDAD GUANAJUATO: *Análisis de las Problemáticas Financieras, Estratégicas y Comerciales de las Empresas de Celaya*, Dra. LÓPEZ SALAZAR, Alejandra y Mtro. CONTRERAS SOTO, Ricardo y Mtro. MARTÍNEZ ROJAS, Julio César, México, 2008.
- ✓ SECRETARÍA NACIONAL DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO: *Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013*, Autor, Quito, Ecuador, 2009.
- ✓ ASAMBLEA NACIONAL: *Código de la Producción*, Autor, Quito, 2010

- ✓ Aragón Sánchez, Antonio y Rubio Bañón, Alicia: *Factores explicativos del éxito competitivo: el caso de las PyMEs del Estado de Veracruz*, Universidad de Murcia, Murcia, 2005.
- ✓ CORPORACIÓN FINANCIERA INTERNACIONAL: Guía informativa de banca pyme servicios de asesoría de IFC acceso al financiamiento, Grupo del banco Mundial, Washington DC., 2009.
- ✓ UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR: *Las pyme y su situación actual*, Araque, Wilson, Ecuador, 2012.
- ✓ Bravo Jáuregui, Luis: *El proyecto de investigación guía para su elaboración*, Oriol Ediciones, Caracas, 1999.
- ✓ FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES Y MINISTERIO DE INDUSTRIA Y PRODUCTIVIDAD: *Impactos macroeconómicos de la crisis internacional en el Ecuador*, Aguiar, Víctor y Sáenz, Mayra, Ecuador, 2012.
- ✓ PITA FERNÁNDEZ, S., PÉRTEGAS DÍAZ, S.: *Investigación cuantitativa y cualitativa*,
http://www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti_cuali/cuanti_cuali.asp, extraído el 13 de enero de 2013.
- ✓ HERNANDEZ SAMPIERI Roberto, FERNANDEZ COLLADO, Carlos y BAPTISTA Pilar: *Metodología De La Investigación*, Mc Graw Hill, 2006.
- ✓ LOPERA ECHAVARRÍA, Juan, RAMÍREZ GÓMEZ, Carlos, ZALUAGA ARISTIZÁBAL, ORTIZ VANEGAS, Jennifer: “El método analítico como método natural”, *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 25, Colombia, 2010, pp.
- ✓ RUIZ, Ramón: *Historia y evolución del pensamiento científico*, Euler, México, 2006.
- ✓ YARINGAÑO ZEVALLOS, LUIS: *Definición De Deductivo E Inductivo*,
<http://luisyaringano.blogspot.com/2008/04/definicion-de-deductivo-e-inductivo.html>, extraído el 15 de enero de 2013.

- ✓ Dr. HAIME LEVY, Luis: Reestructuración integral de las empresas. Editorial ISEF Empresa Líder, México. Edición Agosto 2004.
- ✓ Comisión Económica para América Latina y el Caribe: Tasa de Desempleo, http://celade.cepal.org/redatam/PRYESP/SISPPI/Webhelp/tasa_de_desempleo.htm, extraído el 15 de diciembre de 2012.
- ✓ HITT MICHAEL A. y PÉREZ DE LARA CHOY, Ma. Isabel Administración, Pearson Education, Novena Edición 2006.
- ✓ ECUADOR AMA LA VIDA: Camina hacia el buen vivir a través de la cohesión social, como elemento esencial para la estabilidad, Autor, <http://www.investecuador.ec/> extraído el 12 de Febrero del 2013.
- ✓ MINISTERIO COORDINADOR DE PRODUCCIÓN, EMPLEO Y COMPETITIVIDAD: Guía de incentivos empresariales, Autor, <http://www.produccion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/02/GUIA-DE-APLICACION-INCENTIVOS.pdf> extraído el 10 de Febrero del 2013.
- ✓ CÁMARA DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA DEL GUAYAS: Datos del Censo Nacional Económico 2010 realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC), en referencia a las MIPYMES Autor, Ecuador, <http://www.capig.org.ec/index.php/censo-nacional-2010.html>, extraído el 28 de Octubre del 2012.
- ✓ Diario Hoy: La misión de Kemmerer, Autor, <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/para-prevenir-la-concentracion-de-capitales-40550.html>, extraído el 10 Noviembre del 2012.
- ✓ Diario Hoy: Concentración de Capitales, Autor, <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/la-mision-kemmererer-en-ecuador-18628.html> extraído el 10 Noviembre del 2012.
- ✓ Diario Hoy: Concentración de Capitales, Autor, <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/motivos-por-los-que-el-pais-mejoro-en-competitividad-500248.html> extraído el 15 de Diciembre del 2012.
- ✓ CEPAL. (2011). Eliminando Barreras: El financiamiento a las pymes en América, Autor, <http://www.eclac.cl/cgi-bin/getProd.asp?xml=/publicaciones/xml/1/43991/P43991.xml&xsl=/de/tpl/p9f.xsl>, Latina. Santiago de Chile: Naciones Unidas.

- ✓ FLACSO - MIPRO, Granda, M. (2012). *Factores determinantes de acceso y racionamiento del crédito en las MIPYMES ecuatorianas*. Quito.
- ✓ MORILLO, M. (2010). Las pymes ecuatorianas en cifras. *Ekos*, 14-19.
- ✓ Instituto Iberoamericano de Mercado de Valores. (2007). *La titularización de créditos a PYMES en Iberoamérica*. Madrid.
- ✓ USAID; BRICEÑO, P. (2009). *Finanzas y Financiamiento "Las herramientas de gestión que toda empresa debe conocer"*. Perú: NathanAssociates Inc.
- ✓ CRE ECUADOR: Fomentar el desarrollo productivo, Autor, <http://creecuador.com.ec/> extraído el 22 Noviembre del 2012.
- ✓ INEC Censo nacional económico 2010: Clasificación de las empresas por tamaño- porcentaje de Micro, pequeñas, medianas y grandes empresas (Pymes), Autor, <http://www.inec.gov.ec/web/guest/inicio> extraído el 10 Noviembre del 2012.
- ✓ SEPYME: Más de 1200 pymes interesadas en los instrumentos de financiamiento productivo del Ministerio de Industria, Autor, <http://www.sepyme.gob.ar/2012/12/mas-de-1200-pymes-interesadas-en-los-instrumentos-de-financiamiento-productivo-del-ministerio-de-industria/> extraído el 25 de Diciembre del 2012.
- ✓ SEPYME: Financiamiento para Pymes, Autor, <http://www.sepyme.gob.ar/que-necesitas-Pyme/> extraído el 25 de Diciembre del 2012.
- ✓ PORTAL DE MICRO FINANZAS: Sector de Micro finanzas en Ecuador, Autor, http://www.portalmicrofinanzas.org/p/site/s/template.rc/Ecuador_perfil/ extraído el 28 de Diciembre del 2012.
- ✓ CÁMARA DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA DEL GUAYAS: Boletines económicos, Autor, <http://www.lacamara.org/website/images/boletines/2012%20agosto%20be%20ccg%20icg%202012%20ecuador%20avanza%20pero%20aun%20sigue%20entre%20los%20ultimos.pdf> extraído el 18 de Diciembre del 2012.
- ✓ BANCO CENTRAL DEL ECUADOR: Información estadística mensual, periodo enero 2008 a julio 2012. www.bce.fin.ec extraído el 5 de Enero del 2013.
- ✓ UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO: *Estudio del desarrollo productivo y socioeconómico de las pequeñas, medianas y microempresas del Cantón*

- Milagro y cantones aledaños, y análisis de factibilidad para Interacción Institucional de Fortalecimiento*, Econ. FERNÁNDEZ, Mario, Milagro, 2010.
- ✓ ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO SEDE LATACUNGA: *investigación del impacto social de las pymes del sector comercial de la zona urbana de la ciudad de Latacunga*, Ing. ELISABETH JIMENEZ, EDWIN REYES, Ecuador, Agosto 2008.
 - ✓ ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO: *diagnóstico del sistema financiero ecuatoriano y propuesta de alternativa de financiamiento a través del capital de riesgo para pymes*, Ing. CARLOS ALBERTO CORDOVA, Ecuador, Agosto 2010.
 - ✓ EMPRENDEDORESNEWS: Más de 2000 participantes en Pymes 2.0 en 2012, Autor, <http://www.emprendedoresnews.com> extraído el 11 de Enero del 2013.
 - ✓ Estadísticas Sobre las Pymes que Usan Internet - por Estudio 25 <http://estudio25->
 - ✓ infocliente.blogspot.com/2010/03/estadisticas-sobre-las-pymes-que-usan.html, extraído el 27 de Noviembre del 2012.
 - ✓ Microempresa alza explosiva www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/microempresa-alza-explosiva-244803-244803.html extraído el 25 de Noviembre del 2012.
 - ✓ SIPROMICRO (Sistema de información sobre la Microempresa en América Central) www.sipromicro.org extraído el 26 de Noviembre del 2012.
 - ✓ SAPAG CHAIN, Nassir; SAPAG CHAIN, Reinaldo. *Preparación y evaluación de proyectos*. Mc Graw Hill Interamericana, Chile, 2000. Pág 30.
 - ✓ Fundamento de Probabilidad y Estadística. Autora: Olga Vladimirovna. Pág 261.
 - ✓ CALDAS Molina, Marco, "Preparación y Evaluación de Proyectos", Publicaciones "H", Quito Ecuador.
 - ✓ Métodos de investigación. Autor: NEIL J AUTOR SAL. Pág. 160
 - ✓ Introducción a la Economía: Macroeconomía. Autor: Paul Krugman, Robin Wells. Pág. 60.

- ✓ Formulación y evaluación de proyectos. Autor: Marcial Córdoba Padilla. Pág. 226
- ✓ BARRENO LUÍS, Formulación, Evaluación y Gestión de Proyectos de Inversión Privada y Pública. Cedempresarial Consultores. Ecuador, septiembre de 2000.
- ✓ BERNSTEIN LEOPOLD, Análisis de Estados Financieros. Editorial IRWIN. Segunda reimpresión en español. Colombia 1996.
- ✓ DEL RÍO GONZALEZ, Técnica Presupuestal. Ediciones Contables y Administrativas. Novena Edición. México 1986.
- ✓ LAMBIN JACQUES JEAN, Marketing Estratégico. Editorial Mc Graw Hill. 2da Edición. España 1994.
- ✓ ACR. (10 de Junio de 2013). Cultura del factoring comienza a tomar cuerpo en urbe. *El Mercurio*.
- ✓ CEPAL. (enero de 2009). CEPAL. Obtenido de http://celade.cepal.org/redatam/PRYESP/SISPPI/Webhelp/tasa_de_desempleo.htm, extraído el 15 de diciembre de 2012.
- ✓ El factoring resurge en Ecuador. (5 de Agosto de 2013). *Diario Hoy*.
- ✓ INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censo*. Obtenido de <http://redatam.inec.gob.ec/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CENEC&MAIN=WebServerMain.inl>
- ✓ Michael A. Hitt, M. I. (2006). Administración. En *Administración; Novena Edición*. Mexico: Pearson Education.
- ✓ Telegrafo, E. (3 de Julio de 2013). El nuevo servicio permitirá al cliente conocer su nivel de endeudamiento . *El Telegrafo* .

ANEXOS

✓ Encuestas realizadas a microempresas del cantón:

Ilustración 4 Encuesta a Microempresarios Milagreños; comerciante de motos



Ilustración 5 Encuesta a Microempresarios Milagreños; Comercio de Electrodomésticos



Ilustración 6 Encuesta a Microempresarios Milagreños; Comercio de tecnología



Ilustración 7 Encuesta a Microempresarios Milagreños; Comercio de Insumos agrícolas



Ilustración 8 Encuesta a Microempresarios Milagreños; comercio de muebles



Ilustración 9 Encuesta a Microempresarios Milagreños; Comercio de Cerámicas



✓ Modelo de la encuesta

 UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES CARRERA DE ECONOMÍA 				
Objetivo: Recabar información cuantitativa para determinar cómo el acceso al financiamiento incide en el desarrollo competitivo de las microempresas del Cantón Milagro				
Género: M F		Edad: 20 – 40 41 – 60 60 y más		Instrucción Académica: Primaria Secundaria Tercer Nivel Cuarto nivel
1. ¿Se encuentra su negocio asociado a algún gremio? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	2. Número de empleados (excluyendo al propietario) 1 – 3 <input type="checkbox"/> 4 – 6 <input type="checkbox"/> 7 - 9 <input type="checkbox"/>	3. ¿Qué porcentaje de sus empleados posee título de educación superior? 0 – 20% ninguno <input type="checkbox"/> 21% - 40% bajo <input type="checkbox"/> 41% - 60% medio <input type="checkbox"/> 61% - 80% alto <input type="checkbox"/> 81% - 100% todos <input type="checkbox"/>	4. ¿Considera que se está realizando una adecuada gestión administrativa en su empresa? Excelente <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/> Pé sima <input type="checkbox"/>	5. Según criterio el nivel competitivo de su empresa es: Alto <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Bajo <input type="checkbox"/>
6. ¿Con que tipo de recursos se originó su negocio? Capital Propio <input type="checkbox"/> Créd itos por Financieras <input type="checkbox"/> Créd itos por terceros <input type="checkbox"/> Aportaciones de Socios <input type="checkbox"/> Capital propio y créditos <input type="checkbox"/> Aportaciones de socios y créditos <input type="checkbox"/>	7. ¿Qué nivel dificultad considera que existe, para el acceso de financiamiento empresarial? Mucha dificultad <input type="checkbox"/> Me dia dificultad <input type="checkbox"/> Poca dificultad <input type="checkbox"/> Sin dificultad <input type="checkbox"/> No ha solicitado prestamos <input type="checkbox"/>	8. ¿Qué tipo de alternativas de financiamiento al convencional conoce? Leasing <input type="checkbox"/> Factoring <input type="checkbox"/> Mercado de Valores <input type="checkbox"/> Todas <input type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/>	9. ¿Qué tipo de problema financiero ha afrontado su empresa? Bajo nivel de Liquidez <input type="checkbox"/> Reducción de crédito de proveedores <input type="checkbox"/> Aumento de los costos operativos <input type="checkbox"/> Deudas con terceros <input type="checkbox"/> Todas <input type="checkbox"/> Ninguno <input type="checkbox"/>	10. ¿Qué áreas considera que debe invertir para ser más competitivo? Tecnología <input type="checkbox"/> Personal (capacitación e incentivo) <input type="checkbox"/> Atención y fidelización del cliente <input type="checkbox"/> Liquidez y capital <input type="checkbox"/> Infraestructura y reorganización Adm. <input type="checkbox"/> Alianza con proveedores <input type="checkbox"/> todas <input type="checkbox"/>
11. ¿Qué tipo de financiamiento requiere para mejorar su nivel de competitividad? Microcrédito minorista (menor igual a \$3.000) <input type="checkbox"/> Microcrédito (\$3.000 a \$20.000) <input type="checkbox"/> Productivo PYMES (\$20.000 a \$200.000) <input type="checkbox"/> Productivo empresarial (\$200.000 a 1'000.000) <input type="checkbox"/> No requiere financiamiento <input type="checkbox"/>	12. Desea un medio de financiamiento que: Fácil documentación <input type="checkbox"/> Acceso inmediato <input type="checkbox"/> menos de un mes <input type="checkbox"/> Tasas de interés bajas <input type="checkbox"/> Todas las anteriores <input type="checkbox"/>	13. ¿Qué tipo de beneficio desearía que le brinde algún gremio o asociación? Enumere en orden de preferencia. Asesoría legal <input type="checkbox"/> Asesoría comercial <input type="checkbox"/> Capacitaciones <input type="checkbox"/> Prestamos <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/>	14. ¿Cuál es su promedio mensual de ventas? \$ <input type="text"/>	15. ¿Qué tipo de comercialización utiliza en el negocio? venta al contado <input type="checkbox"/> venta a crédito <input type="checkbox"/> venta a crédito y contado <input type="checkbox"/>

✓ Microempresa VEHICLESERVI S.A.

Ilustración 10 Logo de VEHICLESERVICE S.A.



Ilustración 11 Exteriores de VEHICLESERVICE S.A.

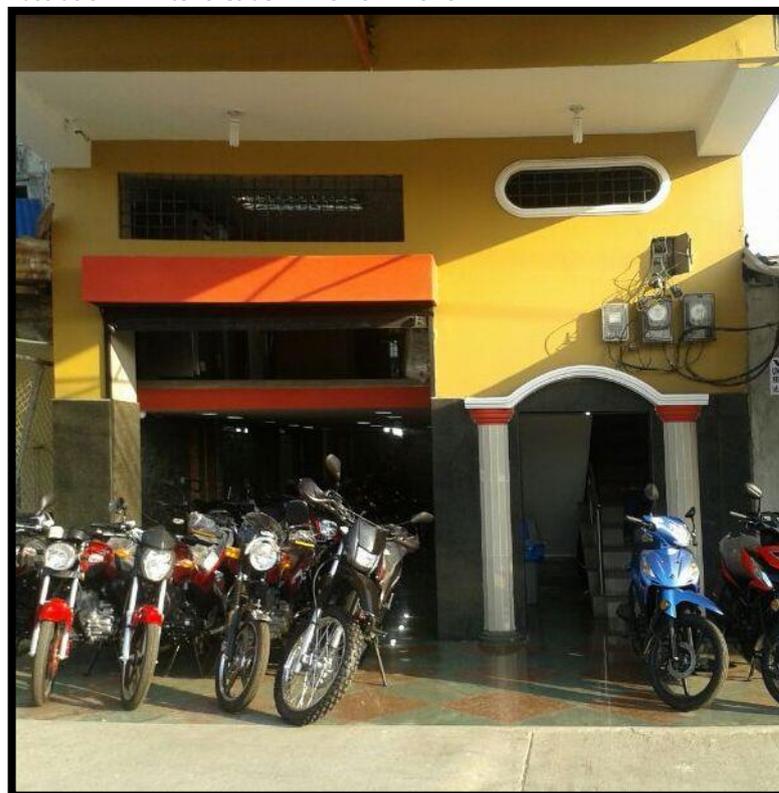


Ilustración 12 Mercadería de VEHICLESERVICE S.A.; Línea Blanca



Ilustración 13 Mercadería de VEHICLESERVICE S.A.; Motos



Ilustración 14 Mercadería de VEHICLESERVICE S.A.; Equipos telefónicos



✓ Formato de solicitud de Crédito

DATOS PERSONALES					
*Apellido Paterno	<input type="text"/>	*Apellido Materno	<input type="text"/>	*Nombres	<input type="text"/>
*Cédula	<input type="text"/>	Núm. Identidad (extranjeros)	<input type="text"/>	*País:	Seleccione Valor <input type="text"/>
*Fecha Nacimiento	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> (2013-09-25) (año/mes/día)	*Estado Civ.	Seleccione Valor <input type="text"/>	*No. Cargas	<input type="text"/>
*Telf.:	Código de Área <input type="text"/> <input type="text"/>	*Celular:	<input type="text"/>	Celular2:	<input type="text"/>
*E-mail:	@ <input type="text"/>	*Nivel de Instrucción	Seleccione Valor <input type="text"/>	*Ciudad:	<input type="text"/>
*Barrio/Cdla.	<input type="text"/>	*Calle:	<input type="text"/> No <input type="text"/>	Intersección	<input type="text"/>
Mz.	<input type="text"/>	*Vive en casa:	Seleccione Valor <input type="text"/>	Bloque:	<input type="text"/>
Solar:	<input type="text"/>	Villa:	<input type="text"/>	Dpto.	<input type="text"/>
Número de familiares o personas en su hogar :	Esposo/a <input type="checkbox"/> Hermanos <input type="checkbox"/>	Padres <input type="checkbox"/> Hijos <input type="checkbox"/>		Abuelos <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/>	
*Antigüedad de resistencia	<input type="text"/>	*Tiene Vehículo:	Seleccione Valor <input type="text"/>	*Sexo	M <input type="text"/>
DATOS LABORALES					
*Situación Laboral	Seleccione Valor <input type="text"/>	*Tipo Contrato	Seleccione Valor <input type="text"/>	* Esta afiliado a un seguro social?	Seleccione Valor <input type="text"/>
*Nombre Empresa/Negocio	<input type="text"/>	*Ocupación / Actividad	Seleccione Valor <input type="text"/>		
*Fecha de ingreso	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> (2013-09-25) (año/mes/día)	*Cargo:	<input type="text"/>		
Dirección del Trabajo:		Barrio/Cdla.	<input type="text"/>	Calle	<input type="text"/>
Ciudad:	<input type="text"/>	Intersección	<input type="text"/>	Mz.	<input type="text"/>
No	<input type="text"/>	Dpto.	<input type="text"/>	Solar:	<input type="text"/>
Bloque:	<input type="text"/>				
Villa:	<input type="text"/>				
*Teléfono de trabajo:	Código de Área <input type="text"/> <input type="text"/>	Trabajo Anterior:	<input type="text"/> <small>Si trabajo actual es menor a 6 meses</small>	Celular trabajo anterior:	<input type="text"/>
Teléfono trabajo anterior:	Código de Área <input type="text"/> <input type="text"/>				

- ✓ Empresa dedicada al servicio de Factoring



Oficina Principal: Av. Francisco de Orellana,
Edif. World Trade Center Torre B, Piso 8, Of. # 812,
Telf. 04 6026367 – 6026368
Guayaquil - Ecuador.



Oficina Principal: Av. 9 de Octubre 100 y Malecón. Edificio La Previsora, piso 21,
Oficina 2107
Teléfonos: 5934 601-8550 | 5934 601-6318 | 5934 256-1748 | 5934 256-1689 |
Celulares: 5938 1183966 | 5938 1183967
Guayaquil - Ecuador.



Sucursal Mayor: AV. FRANCISCO DE ORELLANA Y JUSTINO CORNEJO, Edificio
Torres Pichincha
(04) 2692-182 / 082



CERTIFICACION

Milagro, 5 de Agosto de 2013

Certifico que en respuesta a la solicitud recibida por escrito, con fecha 30 de julio de 2013, realizada por los egresados de Economía de la Universidad Estatal de Milagro: Marlo Vásquez Benavidez con CI 0928425164 y Gustavo Coello Freire con CI 0928732916. Yo José Luis Pintag, en calidad de gerente/propietario de la Microempresa VEHICLESERVICE S.A. con RUC 0992707011001, di autorización para que mencionados egresados accedan a la información por sí de los datos contables que se llevan registro en mi organización y puedan cumplir con su trabajo investigativo de Tesis con el tema: **ANÁLISIS SOBRE EL ACCESO AL FINANCIAMIENTO CREDITICIO DE LAS MICROEMPRESAS DEDICADAS AL COMERCIO, DEL CANTON MILAGRO, Y LA INCIDENCIA EN SU DESARROLLO COMPETITIVO.**



José Luis Pintag
GERENTE DE VEHICLESERVICE
0992707011001

VEHICLESERVICE S.A.
Av. Mariscal Sucre entre Samborombón y Pílaya
Tel. (042) 711635 0889143066