



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA INGENIERÍA EN ADMINISTRACION FINANCIERA

Proyecto de tesis previa la
obtención del Título de Ingeniera en
Administración Financiera

TEMA:

**El financiamiento externo privado y su relación con el capital
de trabajo en las Mipymes de la parroquia san camilo del
cantón Quevedo año 2013**

AUTORA:

María Elena Moreno Olvera

DIRECTOR:

DRA. Fresia Rizo Zamora. MSc

QUEVEDO – ECUADOR

2015

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, María Elena Moreno Olvera, egresada de la carrera de Administración Financiera, declaro ser autora del presente trabajo, el cual es de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro y manifiesto conocer y aceptar lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la Normativa Institucional Vigente que la Universidad Técnica Estatal de Quevedo puede hacer uso de los derechos correspondientes de este proyecto.

f. _____

MARÍA ELENA MORENO OLVERA

C.C. 1205116708

AUTORA

CERTIFICACIÓN

La suscrita Dra. Fresia Rizo Zamora. MSc., docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la Srta. Egresada María Elena Moreno Olvera, realizó el proyecto de investigación titulado **EL FINANCIAMIENTO EXTERNO PRIVADO Y SU RELACION CON EL CAPITAL DE TRABAJO DE LAS MIPYMES DE LA PARROQUIA SAN CAMILO DEL CANTÓN QUEVEDO AÑO 2013**, bajo mi dirección, cumpliendo con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

f. _____

DRA. FRESIA RIZO ZAMORA. MSc

DIRECTORA DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA INGENIERÍA EN ADMINISTRACION FINANCIERA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**EL FINANCIAMIENTO EXTERNO PRIVADO Y SU RELACION CON EL
CAPITAL DE TRABAJO EN LAS MIPYMES DE LA PARROQUIA SAN
CAMILO DEL CANTÓN QUEVEDO AÑO 2013**

Presentado al Honorable Consejo Directivo como requisito previo a la
obtención del título de Ingeniera en Administración Financiera

APROBADO

LCDO. WILSON CEREZO SEGOVIA M.Sc

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

ING.ENRIQUE INTRIAGO Z. M.Sc

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

ING. FREDDY BUSTAMANTE V. M.Sc

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

QUEVEDO – ECUADOR

2015

AGRADECIMIENTO

La autora deja constancia de su agradecimiento.

A la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, en cuyas aulas los maestros me dieron todo de sí para crecer en conocimientos.

A las autoridades de la Universidad.

Lcdo. Edgar Pastrano. MSc. Decano de la de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

Ing. Fresia Rizo. MSC. Directora de Tesis.

A cada uno de mis profesores que me brindaron sus conocimientos para mi formación profesional.

A todas y cada una de las personas que de una u otra manera me brindaron su apoyo y ayuda para la realización de esta investigación

DEDICATORIA

A dios, quien supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar, sin perder la esperanza de conseguir las metas propuestas, a pesar de los tropiezos y dificultades que se han presentado en el difícil sendero de mi vida.

A mi madre. María de Jesús Olvera, quien con su cariño y apoyo permanente me supo guiar y conducir hacia los objetivos de superación y con su ejemplo a superarme como persona y profesional.

A mi Padre, Segundo Luís Moreno Cando, que con su cariño, apoyo y guía supo brindarme todo su apoyo incondicional para alcanzar mis sueños de profesional.

A mis hermanos, quien les permita como fuente de inspiración para la culminación de sus proyecto a futuro

INDICE

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
TRIBUNAL	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
INDICE GENERAL.....	vii
INDICE DE CUADROS.....	xiii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xvi
SUMARY	xviii

I.	MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1.	Introducción.....	2
1.2.	Problematización.....	4
1.2.1.	Planteamiento del problema.....	4
1.2.2	Formulación del problema.....	5
1.2.3.	Sistematización del problema	5
1.3.	Justificación.....	5
1.4.	Objetivo	6
1.4.1.	Objetivo General.....	6
1.4.2.	Objetivos Específicos	6
1.5.	Hipótesis..	7
1.5.1.	Hipótesis General.....	7
1.5.2.	Hipótesis Específica	7
II.	MARCO TEORICO DE LA INVESTIGACIÓN	9
2.1.	Fundamentación Teórica.....	10
2.1.1.	Microempresas, Pequeñas y Medianas Empresas MIPYMES.....	10

2.1.1.1.	Importancia.....	10
2.1.1.2.	Las MIPYMES en Ecuador.....	11
2.1.1.3.	Clasificación de las MIPYMES.....	17
2.1.1.4.	Ventajas de las MIPYMES.....	18
2.1.1.5.	Fuentes de financiamiento para MIPYMES.....	19
2.1.2.	Estrategias Financieras.....	22
2.1.2.1.	La Información Financiera.....	23
2.1.2.2.	Estrategias Financieras de Corto Plazo generalmente utilizadas por las MIPYMES.....	24
2.1.2.3.	Determinación de la teoría para la aplicación de estrategias Financieras de corto plazo.....	28
2.1.2.4.	Administración Estratégica en MIPYMES.....	31
2.1.2.5.	Beneficios del uso de Estrategias Financieras.....	31
2.2.	Fundamentación Conceptual.....	32
2.2.1	MIPYMES.....	32
2.2.2	Empresa.....	32
2.2.3.	Formación Empresarial.....	32
2.2.4.	Emprendedor.....	32
2.2.5.	Pequeños Empresarios.....	33
2.2.6	Efectividad.....	33
2.2.7.	Gestión.....	33
2.2.8.	Negocio.....	33
2.2.9.	Gestión de Negocios.....	34
2.2.10.	Servicios.....	34
2.2.11.	Administración.....	34
2.2.12.	Eficiencia.....	35
2.2.13.	Eficacia.....	35
2.2.14	Venta.....	35
2.2.15.	Finanzas.....	36
2.2.16.	Comunicación.....	36
2.2.17.	Producto.....	36
2.2.18.	Créditos bancarios.....	37
2.2.19.	Financiamiento interno.....	37

2.2.20.	Comercialización.....	37
2.2.21.	Estrategia comercial.....	38
2.2.22.	Financiamiento.....	38
2.2.23.	Inversión.....	38
2.2.24.	Capital de trabajo.....	38
2.2.25.	Publicidad.....	39
2.2.26.	Ingresos.....	39
2.2.27.	Gestión Empresarial.....	39
2.2.28.	Rentabilidad.....	39
2.3.	Fundamentación legal.....	40
2.3.1.	Código del trabajo.....	40
III.	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	44
3.1.	Materiales y Métodos.....	45
3.1.1.	Localización de la Investigación.....	45
3.1.2.	Materiales y Equipos.....	45
3.1.3.	Métodos de Investigación.....	45
3.1.3.1.	Método Lógico Inductivo.....	45
3.1.3.2.	Método Analítico.....	45
3.2.	Tipos de investigación.....	46
3.3.	Diseño de la Investigación.....	46
3.3.1.	La encuesta.....	47
3.4.	Población y muestra.....	48
3.4.1.	Población.....	48
3.4.2.	Muestra.....	48
IV.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	50
4.1.	Resultados.....	51
4.1.1.	Situación actual de las MIPYMES.....	51
4.1.1.1.	Análisis de las encuestas realizadas a los comerciantes de la parroquia San Camilo del cantón Quevedo.....	51

4.1.2.	Manejo de los recursos de capital de trabajo de las MIPYMES.....	61
4.1.3.	Fuentes de financiamiento externo privado de las MIPYMES	69
4.2.	Discusión.	76
V.	CONCLUSIONES RECOMENDACIONES	77
5.1.	Conclusiones.	78
5.2.	Recomendaciones.	79
VI.	BIBLIOGRAFÍA	80
6.1.	Literatura Citada	81
VII.	ANEXOS.....	83

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
1. Años de la empresa en el mercado.....	51
2. Actividad de la empresa.....	52
3. Destino de las ventas.....	53
4. Principales clientes.....	54
5. Acceso a los programas de apoyo.....	55
6. Número de empleados.....	56
7. Facturación mensual.....	57
8. Finanzas de las empresas.....	58
9. Tecnología en la empresa.....	59
10. Adquisición de maquinaria o equipos.....	60
11. Créditos para invertir.....	61
12. Créditos oportunos para invertir.....	62
13. Montos solicitados.....	63
14. Plazos en los créditos.....	64
15. Destino de los créditos.....	65
16. Pago de crédito.....	66
17. Mejora en la productividad.....	67
18. Dificultad al solicitar un crédito.....	68
19. Fuentes de financiamiento.....	69
20. Solicitud de financiamiento externo.....	70
21. Solicitud de los estados financieros.....	71
22. Facilidades para adquirir un crédito.....	72
23. Financiamiento.....	73
24. Financiamiento externo privado.....	74
25. Créditos realizados.....	75

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1.	Años de la empresa en el mercado.....	51
2.	Actividad de la empresa.....	52
3.	Destino de las ventas.....	53
4.	Principales clientes.....	54
5.	Acceso a los programas de apoyo.....	55
6.	Número de empleados.....	56
7.	Facturación mensual.....	57
8.	Finanzas de las empresas.....	58
9.	Tecnología en la empresa.....	59
10.	Adquisición de maquinaria o equipos.....	60
11.	Créditos para invertir.....	61
12.	Créditos oportunos para invertir.....	62
13.	Montos solicitados.....	63
14.	Plazos en los créditos.....	64
15.	Destino de los créditos.....	65
16.	Pago de crédito.....	66
17.	Mejora en la productividad.....	67
18.	Dificultad al solicitar un crédito.....	68
19.	Fuentes de financiamiento.....	69
20.	Solicitud de financiamiento externo.....	70
21.	Solicitud de los estados financieros.....	71
22.	Facilidades para adquirir un crédito.....	72
23.	Financiamiento.....	73
24.	Financiamiento externo privado.....	74
25.	Créditos realizados.....	75

INDICE DE ANEXOS

1.	Banco de preguntas de la encuesta.....	84
----	--	----

(DUBLIN CORE) ESQUEMAS DE CODIFICACIÓN			
1.	Título / Title	M	El financiamiento externo privado y su relación con el capital de trabajo de las MIPYMES de la parroquia San Camilo del cantón Quevedo año 2013
2.	Creador / Creator	M	María Moreno Olvera
3.	Materia/Subject	M	Ciencias Empresariales; Ingeniería en Administración Financiera; “Financiamiento externo privado y su relación con el capital de trabajo de las MIPYMES de la parroquia San Camilo del cantón Quevedo año 2013”
4.	Descripción / Description	M	La presente investigación se realizó en el cantón Quevedo, con el objetivo de determinar la relación del financiamiento externo privado y el capital de trabajo en las MIPYMES de la parroquia urbana San Camilo del cantón Quevedo año 2013
5.	Editor / Publisher	M	Facultad de Ciencias Empresariales
6.	Colaborador/Contributor	O	Dra. Fresia Rizo Zamora Msc.
7.	Fecha / Date	M	
8.	Tipo / Type	M	MIPYMES
9.	Formato/Format	R	Word 2010; .pdf
10.	Identificador/Identifier	M	http://biblioteca.uteq.ec
11.	Fuente / source	O	MIPYMES 2014
12.	Lenguaje /Language	M	Español
13.	Relación/ Relation	O	Ninguno
14.	Cobertura/Coverage	O	Cantón Quevedo
15.	Derechos/ Rights	M	Ninguno
16.	Audiencia/Audience	O	Trabajo de Investigación.

RESUMEN EJECUTIVO

Por medio de la siguiente investigación se la realizó en el cantón Quevedo para determinar la relación del financiamiento externo privado y el capital de trabajo en que las MIPYMES de la parroquia San Camilo que incurren en el año 2013

Se realizó una encuesta a los propietarios de MIPYMES d la parroquia San Camilo se concluyó lo siguiente:

El 80% de las MIPYMES de la parroquia urbana San Camilo del cantón Quevedo utilizan el control de ingresos y egresos para sus finanzas. Además el 80% no poseen o no han tenido acceso a los programas de apoyo para microempresas por parte del gobierno

El 96% de los microempresarios han realizados créditos para poder invertir en sus negocios lo cual lo han calificado como oportunos. También el75% de ellos manifestaron que el destino que le dieron al crédito recibido fuera para invertir en sus negocios

El 100% de los microempresarios expresaron que ellos utilizan como fuente de financiamiento el privado – externo por tener montos altos para el crédito. Además el 47% de ellos que para el financiamiento de sus negocios utilizan a bancos privados seguidos por cooperativas

ABSTRAC

Through the following investigation was conducted in the canton Quevedo to determine the ratio of private external financing and working capital to MSMEs in the parish San Camilo incurred in 2013

Some of the problems facing MSMEs are:

- Restricted access to funding sources
- Low levels of training of human resources
- Limited levels of innovation and technological development
- Low penetration in major markets
- Low levels of productivity
- Lower administrative and financial capacity

A survey of owners of MSMEs d parish San Camilo was held the following was concluded:

80% of MSMEs in the urban parish of the canton San Camilo Quevedo use control income and expenses for your finances. In addition, 80% do not have or have not had access to support programs for microenterprises by government

96% of microentrepreneurs have made loans to invest in their businesses which have qualified as appropriate. Also el75% of them said that the fate that gave the credit received was to invest in their businesses

100% of microentrepreneurs expressed that they use as a source of financing private - external by high amounts for credit. In addition, 47% of them to finance their businesses use private banks followed by cooperatives

CAPÍTULO I
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 INTRODUCCION

Una de las principales dificultades por las que atraviesan en la actualidad las MIPYMES es la falta de antelación en el tiempo para evaluar aquellas decisiones económico-financieras que pueden tener repercusión directa en el desarrollo de la actividad comercial. Atendiendo a esta situación particular, se pueden apreciar las asociadas a la identificación de las necesidades de financiamiento, presentando problemas por este concepto en la proyección de sus finanzas, repercutiendo, de forma negativa en la ejecución de las operaciones de la actividad comercial y sus relaciones con las entidades financieras.

Esta situación tiene su causa en la deficiente atención e importancia que se le presta a la planificación financiera en el corto plazo, como una herramienta imprescindible que permitirá adelantarse en el tiempo a muchos de los problemas que pueden surgir en el futuro y para los que la MIPYME debe estar preparada en condición de afrontarlos de la mejor manera posible.

Hoy en día se vive un momento de tensión financiera a nivel mundial, por lo que para cualquier MIPYMES es fundamental la disponibilidad de financiamiento (corto y largo plazo), debido en gran medida a que generalmente disponen de una suma limitada de recursos financieros que le permiten desarrollar sus operaciones y por ende necesita conocer cuáles son las opciones de financiamiento, una vez que ha incurrido en inversiones relacionadas con su actividad comercial.

Hablando específicamente de nuestro cantón Quevedo, se puede notar a simple vista la cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) distribuidas en las principales Parroquias urbanas, mostrando que se genera afluencia de comercio y por ende necesidades de financiamiento. De allí el interés por investigar la relación del financiamiento externo con el capital de trabajo de las MIPYMES, tomando como base los emprendimientos de la Parroquia urbana San Camilo.

La investigación está compuesta de la siguiente manera:

El capítulo uno, que comprende el marco contextual, describirá la problemática, objeto de investigación, incluidos sus componentes.

El capítulo dos, se referido al marco teórico, tratará sobre la problemática de las empresas madereras, abarcando conceptos, parámetros y pensamientos, en sus diferentes formas, dependiendo de los autores.

El capítulo tres, describe la metodología utilizada, para la obtención de la información y poder analizar sus resultados.

El capítulo cuarto, expone los resultados en relación a los objetivos y las hipótesis planteadas en la investigación.

El capítulo quinto, en base a los resultados obtenidos, presentan algunas conclusiones y recomendaciones. Es decir, sugerencias orientadas a mejorar la gestión de las empresas investigadas.

El capítulo sexto, se encuentra la bibliografía de los autores que se utilizaron para poder realizar el marco teórico

El capítulo séptimo, se encuentra los anexos documentos que respaldas la investigación

1.2 PROBLEMATIZACIÓN

1.2.1 Planteamiento del problema

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), tienen particular importancia para las economías nacionales, no solo por sus aportaciones a la producción y distribución de bienes y servicios, sino también por la flexibilidad de adaptarse a los cambios tecnológicos y gran potencial de generación de empleos, representan un excelente medio para impulsar el desarrollo económico y una mejor distribución de la riqueza.

En actuales tiempos, los gobiernos de países en desarrollo reconocen la importancia de las MIPYMES por su contribución al crecimiento económico, a la generación de empleo, así como al desarrollo regional y local, Sin embargo, las MIPYMES tienen algunas dificultades en virtud de su tamaño:

- Acceso restringido a las fuentes de financiamiento;
- Bajos niveles de capacitación de sus recursos humanos;
- Limitados niveles de innovación y desarrollo tecnológico;
- Baja penetración en grandes mercados;
- Bajos niveles de productividad;
- Baja capacidad administrativa y financiera.

No obstante sus limitaciones, el papel de las MIPYMES en la economía supone un factor que genera incrementos en la producción; valor agregado; aportaciones fiscales; fortalecimiento del mercado interno; etc.,

Por lo que han sido motivo de estudios para conocer sus políticas las mismas que pueden ser encaminadas a promoverlas y apoyarlas para elevar su competitividad y enfrentar la competencia de un mundo globalizado, por otra parte el mundo de los emprendedores, donde las empresas líderes son aquellas que adoptan modelos de subcontratación y alianzas estratégicas con MIPYMES, que gracias a su capacidad de adaptación y flexibilidad crecen en

un mundo en constante cambio, demostrando además que cuando se organizan pueden superar las aparentes limitaciones de su tamaño.

1.2.2 Formulación del Problema.

¿Cuál es la relación del financiamiento externo privado y el capital de trabajo en las MIPYMES de la Parroquia Urbana San Camilo del cantón Quevedo?

1.2.3 Sistematización del Problema

¿Cuál es la situación actual de las MIPYMES de la Parroquia Urbana San Camilo del cantón Quevedo?

¿Cuáles son los manejos del capital de trabajo de las MIPYMES de la Parroquia Urbana San Camilo del cantón Quevedo?

¿Cuáles son las instituciones financieras externas privadas del cantón Quevedo que financian a las MIPYMES?

1.3 JUSTIFICACION

Se dice que "el recurso más importante de la economía moderna o nueva economía, como ahora suele llamársele, es el conocimiento, y por tanto, el más importante proceso de desarrollo económico, es el aprendizaje, la población que tengan la capacidad de convertir la información en conocimiento útil tienen una ventaja comparativa en este contexto y deben desarrollar habilidades para aprovecharla.

Las MIPYMES es una realidad que ha llegado a convertirse en espacio de desarrollo científico, y a que los científicos incluyan en su formación la visión económica empresarial. Pero esto ha vuelto tenso el tema de la apropiación del conocimiento, desde tres elementos básicos; el reforzamiento de los derechos de propiedad intelectual; el desplazamiento del financiamiento de la

investigación científica hacia el sector empresarial privado, y por último, el flujo migratorio selectivo de personal calificado

Entonces, para la actividad comercial, el conocimiento se convierte en "capital intangible", reportando ventajas competitivas. Así y se vuelve más complejo aún el objeto de estudio de la Administración, y por ende, genera nuevas exigencias al empresario y directivo de hoy.

El desarrollo de esta investigación pretende presentar un estudio minucioso de los emprendimientos ubicados en la Parroquia Urbana San Camilo del Cantón Quevedo para establecer la relación que mantienen con las instituciones financieras en materia de financiamiento del capital de trabajo.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General.

Analizar la relación del financiamiento externo privado y el capital de trabajo en las MIPYMES de la Parroquia urbana San Camilo del cantón Quevedo año 2013

1.4.2 Objetivos Específicos.

Conocer la situación actual de las MIPYMES ubicadas en la Parroquia urbana San Camilo del cantón Quevedo.

Identificar el manejo del capital de trabajo por las MIPYMES ubicadas en la Parroquia Urbana San Camilo del Cantón Quevedo

Determinar las fuentes de financiamiento externo privado de las MIPYMES en el cantón Quevedo.

1.5 HIPOTESIS

1.5.1 Hipótesis general

Las fuentes de financiamiento externo privado, aporta positivamente en el mejoramiento del capital de trabajo de las MIPYMES ubicadas en la Parroquia Urbana San Camilo del Cantón Quevedo.

Variable Independiente.

Fuentes de financiamiento externo privado

Variable Dependiente.

Mejoramiento del capital de trabajo de las MIPYMES

1.5.2 Hipótesis específicas

El levantamiento de información de varias fuentes, permite conocer la ubicación y la situación financiera de MIPYMES ubicadas en la Parroquia Urbana San Camilo del Cantón Quevedo.

Variable Independiente.

Levantamiento de información de varias fuentes

Variable Dependiente.

Conocer la ubicación y la situación financiera de MIPYMES

Los métodos utilizados para el funcionamiento de los procesos de administración financiera, contribuyen al buen manejo del capital de trabajo.

Variable Independiente.

Los procesos de administración financiera

Variable Dependiente.

Buen manejo del capital de trabajo

Las fuentes de financiamiento externo privado, permiten alternativas de financiamiento para el desarrollo de emprendimientos en el cantón Quevedo.

Variable Independiente.

Fuentes de financiamiento externo privado

Variable Dependiente.

El desarrollo de Emprendimientos

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1.1 Microempresas, Pequeñas y Medianas Empresas MIPYMES

Morales (2012). Las pequeñas y medianas empresas son entidades independientes, con una alta predominancia en el mercado de comercio, quedando prácticamente excluidas del mercado industrial por las grandes inversiones necesarias y por las limitaciones que impone la legislación en cuanto al volumen de negocio y de personal, los cuales si son superados convierten, por ley, a una microempresa en una pequeña empresa, o una mediana empresa se convierte automáticamente en una gran empresa.

2.1.1.1 Importancia

Valverde (2012). Las pequeñas y medianas empresas cumplen un importante papel en la economía de todos los países. Los países de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) suelen tener entre el 70% y el 90% de los empleados en este grupo de empresas. Las principales razones de su existencia son:

- Pueden realizar productos individualizados en contraposición con las grandes empresas que se enfocan más a productos más estandarizados.
- Sirven de tejido auxiliar a las grandes empresas. La mayor parte de las grandes empresas se valen de empresas subcontratadas menores para realizar servicios u operaciones que de estar incluidas en el tejido de la gran corporación redundaría en un aumento de coste.
- Existen actividades productivas donde es más apropiado trabajar con empresas pequeñas, como por ejemplo el caso de las cooperativas agrícolas.

2.1.1.2 Las MIPYMES en Ecuador

SENPLADES (2010). De las 38,000 compañías registradas, el 96% se consideran MIPYMES, de éstas el 56% se consideran microempresas; 30% pequeñas empresas; 10% medianas empresas y 4% grandes empresas

De acuerdo al volumen de ventas (SRI), se considera que el 99% son Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIMIPYMES), de las cuales 64% son microempresas; 30% pequeñas empresas; 5% medianas empresas y el 1% se consideran grandes empresas.

En Pichincha y Guayas se asientan el 64.4% de los establecimientos de las MIMIPYMES; en Azuay, Manabí y Tungurahua el 20%; y el 15.6% corresponde a 17 provincias restantes.

La menor proporción de empresas que se han establecido como sociedades anónimas evidencia que, en la conformación del capital de la pequeña industria, se mantiene todavía una estructura cerrada o de tipo familiar.

Para el 44% de las MIPYMES el mercado es básicamente local, para el 26%, sería de alcance regional, el 8% extiende su radio de acción a las provincias limítrofes, solamente el 6% de MIPYMES estaría sosteniendo un flujo exportable.

En cuanto al grado de automatización de la maquinaria utilizada, el 29.1% del equipamiento es de accionamiento manual; el 43.6%, semiautomático; el 23.6%, automático y el 3.7% computarizado.

La innovación tecnológica se distribuye en forma más o menos homogénea, destacándose rubros como mejoramiento de productos (10.2%) y procesos (8.9%), desarrollo de nuevos productos (7.3%) y de control de la calidad (8.3%) que tienen mayor relevancia. Sectorialmente se ubica en la vanguardia la industria metalmecánica, seguida por alimentos, químicos y cuero y calzado.

REDATAM (2010). En la ejecución del Censo Económico del año 2010 se recopiló información importante acerca de las MIPYMES, a través de la base de datos se pudo conocer que en el cantón Quevedo la mayor actividad a la que se dedican los negocios es el comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; con un número de 3214 establecimientos, seguido de las industrias manufactureras con 479 establecimientos.

SRI (2012). El comercio formal e informal es un tema importante de las MIPYMES. El comercio formal es aquel que se rige bajo las normas de comercio del país en donde se efectúa. Este tipo de comercio se ampara en los estatutos legales vigentes.

El término informalidad se ha popularizado en demasía; a veces hace referencia a los trabajadores que no tienen contrato formal, otras veces a aquellos que no están inmersos en los sistemas de seguridad social pública ó que no cuentan con prestaciones, e incluso, en algunas ocasiones, es utilizado como sinónimo de trabajadores pobres.

También se aplica frecuentemente a los vendedores ambulantes, a los trabajadores a domicilio, ó a los trabajadores que a pesar de trabajar en empresas no han sido afiliados a la seguridad social. Encontrar una definición precisa de la informalidad no es tarea fácil. Ha habido muchas y variadas acepciones al término, usado de mil maneras y aplicado a muchas dimensiones: laboral, legal, tributario, etc.

Se considera que los integrantes del sector informal son: los trabajadores por cuenta propia y familiares no remunerados; los trabajadores de una microempresa, definida como una unidad de producción que emplea hasta 5 personas y que no se encuentran afiliados a ningún gremio, cámara o alguna forma de asociación empresarial y a los trabajadores del empleo doméstico.

En el cantón Quevedo existen ambos tipos de comercio y de acuerdo a los datos del censo económico del año 2010, el 11.60% son comerciantes formales mientras que el 88.40% son informales.

En cuanto a las ventas, en los últimos nueve años, las Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) aportaron con el 26% de las ventas locales en todo el país y han sido responsables de dotar el 68% del empleo, según datos del SRI y del Censo Económico 2010.

En los últimos cuatro años, los sectores más dinámicos de las MIPYMES fueron: construcción y metalmecánica; textil y calzado; y tecnologías de la información y comunicación (TIC), impulsados por la inversión pública y las medidas de protección gubernamental.

Aramburo (2012). A la hora de poner en marcha una PYME se tendrá que trabajar con varios tipos de proveedores, ya que se los va a necesitar para las compras, tanto las referidas a la inversión para la dotación del equipamiento inicial básico y requerido para arrancar la actividad (maquinaria y mobiliario), como las de aprovisionamiento necesario para la prestación de los servicios que ofrece este tipo de establecimiento.

Analizando los plazos de pago a los proveedores, se puede afirmar que habitualmente se maneja de contado, aunque algunos ofrecen la posibilidad de plazo para el pago de cantidades superiores a \$100, que va de los 8 a los 15 días, pero dependiendo del monto económico, éste puede llegar a los 30 días o más.

Existe una tendencia general, donde el pago de contado predomina sobre el conjunto de posibilidades de pago que suelen ofrecer los proveedores: se tiene que el 61% de las MIPYMES realizan sus compras al contado, el 35% a crédito a 30 días plazo mientras que el 4% realizan compras a crédito en un plazo superior a los 30 días.

En contraste, y para el caso de los supermercados y grandes formatos de comercio al por menor, las vinculaciones de los distribuidores son diferentes. Por ejemplo, se basan en descuentos o incluso en el acompañamiento para el diseño de un plan de crecimiento que resulte beneficioso tanto para el negocio como para el distribuidor, es decir, se plantea una proyección de ventas y se hace seguimiento continuo del cumplimiento de las metas, ajustando las necesidades de apoyo en función de la consecución de los objetivos previstos.

Este tipo de estrategias utilizadas están directamente relacionadas con la intención de fidelización, ya que esta tipología de negocio de mayores dimensiones, resulta un cliente importante para los distribuidores.

Chalupowicz (2010). En cuanto a las ventas, toda organización que vende servicios o productos en el mercado, ya sea doméstico o internacional, debería contar con una política de crédito. Si bien los controles internos en un proceso como ventas y cuentas por cobrar, normalmente existen, ya sea de manera formal o no, la elaboración de una sólida política de crédito puede ayudar a las organizaciones a entender mejor como trabajan, cómo recaudan, y que problemas podrían existir que les impida disponer de un mejor cash flow.

Las MIPYMES, con o sin conocimiento otorgan a sus clientes la posibilidad de abonar las ventas a plazo. Esto es, los días que transcurren desde la emisión de la perfección de la venta y por ende emisión de la factura correspondiente hasta el efectivo cobro de la misma. Los días de crédito actuales de una compañía en el mercado, dependiendo de su tamaño, nombre, segmento donde opera, y características de su clientela podrían llegar, supongamos, a 120 o 180 días.

Sin embargo es recomendable reducir el plazo de ventas por medio de un proceso de crédito y cobranza más efectivo. Las facturas impagas deben mantenerse al mínimo posible, y la morosidad mayor a 60 días debe eliminarse y asignarse un límite de crédito a los clientes para mejorar el rendimiento del negocio.

Toro (2013). Es recomendable que las MIPYMES tengan un control de inventarios y cuando se habla de inventarios se lo relaciona inmediatamente a control de existencias de productos y mercancías, donde muchas empresas aplican metodologías diversas para su análisis, control y registros.

Un control eficiente del inventario está directamente relacionado a que existe un mínimo de pérdidas de mercancía, mientras mayor sea la cantidad de productos a controlar mayor es el riesgo de fugas de material y la empresa deberá tener un sistema automatizado y una metodología adecuada que cubra estas necesidades.

Una pequeña y/o mediana empresa que está iniciando en el mercado debe evaluar como mínimo los procedimientos de entradas y salidas de los productos; y utilizar técnicas de control de inventario que se adapten a los requerimientos del ramo de la empresa y de los clientes. Una de las formas para poder controlar el inventario y gestionar las ventas es aplicando dos de los métodos que se utilizan en las Kardex.

El kardex es un documento, tarjeta o registro utilizado para mantener el control de la mercadería cuando se utiliza el método de permanencia en inventarios, con este registro se puede controlar las entradas y salidas de las mercaderías y conocer las existencias de todos los artículos que posee la empresa para la venta. Los métodos recomendados son:

- a. Método de primeras en entrar primeras en salir (PEPS).- Este método consiste básicamente en darle salida del inventario a aquellos productos que se adquirieron primero, por lo que en los inventarios quedarán aquellos productos comprados más recientemente.
- b. Método de últimas en entrar primeras en salir (UEPS).- En este método lo que se hace es darle salida a los productos que se compraron recientemente, con el objetivo de que en el inventario final queden aquellos productos que se compraron de primero. Este es un método muy útil

cuando los precios de los productos aumentan constantemente, cosa que es muy común en los países con tendencias inflacionarias.

Garza (2012). La comunicación y la ecuanimidad son, una vez más, los ejes centrales del proceso de transformación de un proveedor en un socio comercial valioso para la estrategia, el éxito y el crecimiento de nuestra empresa. La instauración de una relación de colaboración, en lugar de una relación en la que el comprador adopte un papel dominante, nos ayudará a reforzar nuestra posición en el mercado.

Una empresa debe exigir:

- a. Un producto o servicio de la calidad esperada.
- b. Puntualidad en las entregas.
- c. Precios competitivos basados en unos patrones de referencia.
- d. Buenas condiciones de pago, con condiciones satisfactorias para ambas partes.
- e. Fiabilidad, asegurándose de dejar claro qué es lo más importante para la empresa.
- f. Sostenibilidad, puede referirse a la planificación a largo plazo o a la utilización de materiales o servicios sostenibles, según el sector de actividad.
- g. Cumplimiento de las normativas vigentes.

La empresa necesita tener confianza con los proveedores y una buena relación entre sí para un buen funcionamiento.

2.1.1.3 Clasificación de las MIPYMES

SENPLADES (2010). Es así como se tiene:

- a. Microempresas.- Aquellas cuyo número de empleados va desde 1 hasta 9, su tramo de ingresos en dólares es hasta 100,000 y el valor de sus Activos en total es menor a 100,000 dólares.
- b. Pequeña Empresa.- Aquellas cuyo número de empleados va desde 10 hasta 49, su tramo de ingresos en dólares es desde 100,001 hasta 1'000,000 y el valor de sus Activos en total va desde 100,001 hasta 750,000 dólares.
- c. Mediana Empresa.- Aquellas cuyo número de empleados va desde 50 hasta 199, su tramo de ingresos en dólares es desde 1'000,001 hasta 5'000,000 y el valor de sus Activos en total va desde 750,001 hasta 4'000,000 de dólares.
- d. Grandes Empresas.- Aquellas cuyo número de empleados es de 200 en adelante, su tramo de ingresos en dólares es de 5'000,000 en adelante y el valor de sus Activos en total es mayor a 4'000,000 de dólares.

Superintendencia de Compañías (2011). Se califica como Pequeñas y Medianas Entidades (MIPYMES), a las personas jurídicas que cumplan las siguientes condiciones:

- a. Monto de Activos inferiores a CUATRO MILLONES DE DÓLARES.
- b. Registren un Valor Bruto de Ventas Anuales de HASTA CINCO MILLONES DE DÓLARES; y,
- c. Tengan menos de 200 trabajadores (Personal Ocupado). Para este cálculo se tomará el promedio anual ponderado.

REDATAM (2010). En el cantón Quevedo las MIPYMES que se dedican al Comercio cuentan con un personal ocupado de 7890 empleados, de los cuales 4381 son hombres y 3509 mujeres.

En cuantos a los ingresos promedios anuales, existe un total de USD 1,898,023,859 en la totalidad de establecimientos económicos censados en la provincia de Los Ríos en el año 2010.

2.1.1.4 Ventajas de las MIPYMES

Pizzo (2013). Las empresas pequeñas tienen, por su naturaleza, ventajas importantes respecto de las grandes que les permiten gestionar la calidad de sus servicios eficazmente. Es por esto que, si se está al frente de una PYME, es necesario enfocarse en estas ventajas para potenciarlas y no anularlas en su camino de crecimiento, ya que se corre el riesgo de afectar la calidad del servicio en ese proceso.

- a. En una PYME los directivos están en contacto permanente con el personal de primera línea, y de ellos pueden obtener valiosa información de los clientes. Esto les permite tomar decisiones orientadas al mercado.
- b. Las decisiones se toman rápidamente de acuerdo a lo que el cliente pide.
- c. Existe un mejor conocimiento de los deseos de los clientes. La comunicación es más directa entre la primera línea y la dirección, y se conoce hacia adentro todo lo que pasa con los clientes. Hasta muchas veces la dirección tiene contacto directo con ellos. Pero esto debe fomentarse, ya que a veces, a pesar de su facilidad, la actitud de la dirección es distante respecto al mercado.
- d. Resulta más fácil realizar las tareas de control de calidad, técnica y funcional (la manera en la que se presta el servicio). La misma cercanía de la que se habló antes lo hace posible.

- e. Hay observación directa de las operaciones y la relación con los empleados es más personal, pudiendo profundizar en las dificultades, las necesidades y las motivaciones de los mismos.

2.1.1.5 Fuentes de financiamiento para MIPYMES

Brealey y Myers (2008). Las alternativas de financiamiento más comunes para la pequeña y mediana empresa son las siguientes:

a. Créditos bancarios

Van Horne (2008). Los créditos bancarios pueden ser con garantía y financiamiento a plazos. La característica principal de los préstamos de corto plazo es que son autoliquidables en un periodo menor que un año. Este tipo de préstamos se emplea con frecuencia para financiar requerimientos temporales y estacionales de fondos.

b. Financiación interna o autofinanciación

Brealey y Myers (2008). Las principales modalidades de autofinanciación son: la autofinanciación de mantenimiento a través de las amortizaciones y provisiones, y la autofinanciación de enriquecimiento o ampliación que se da

c. Anticipo de clientes

Goldschmidt (2008). Es aquel en el cual la empresa consigue financiar sus actividades consiguiendo recursos para invertirlos en ella.

En muchas ocasiones cuando el cliente solicita productos o servicios se le puede requerir un anticipo como garantía, éste anticipo permite que la empresa durante su producción solvete sus erogaciones.

d. Crédito comercial (Proveedores)

Brealey y Myers (2008). Los créditos comerciales habitualmente es de 30 a 90 días y se suele conceder para facilitar la materialización de la venta.

e. Financiamiento por medio de los inventarios

Van Horne (2008). Los inventarios representan un activo razonablemente líquido y apropiado para utilizarse como garantía para solicitar préstamos.

Este financiamiento ocurre cuando se usa el inventario como garantía de un préstamo en que se confiere al acreedor el derecho de tomar posesión en caso de que la empresa deje de cumplir dicho pago.

f. Cuentas acumuladas

Van Horne (2008). Las cuentas acumuladas representan una fuente espontánea de financiamiento. Las cuentas acumuladas más comunes son salarios e impuestos. En ambas cuentas se acumula el gasto, pero no se paga.

g. Documentos por pagar

Van Horne (2008). El deudor suscribe un documento con el que se evidencia la deuda al proveedor o prestamista. Esta fuente de financiamiento consiste en que la empresa obtiene recursos de personas naturales o jurídicas ajenas a ésta mediante la firma de títulos de crédito los cuales garantizarán la liquidación del crédito en plazo convenido. Los títulos de crédito (documentos por pagar) más utilizados en nuestro país son:

- Letra de cambio
- Pagaré

h. Arrendamiento financiero

Brealey y Myers (2008). Son empresas dedicadas al arrendamiento de bienes cuyo propósito es conceder el uso o goce temporal de los mismos, contribuyendo a su financiamiento y apoyando de esta forma el crecimiento de la empresa.

i. Factorización de las cuentas por cobrar

Van Horne (2008). El Factoring es una variante de financiamiento que se ejecuta mediante un contrato de venta de las cuentas por cobrar. Es una operación consistente en el adelanto de efectivo contra facturas originadas por operaciones comerciales, e incluye la cesión al factor de los derechos de cobro para que éste realice la cobranza a cuenta y representación del cliente.

Las operaciones de Factoring pueden ser realizadas por entidades de financiación o por entidades de crédito: bancos, cajas de ahorros y cooperativas de crédito.

REDATAM (2010). En el Ecuador para obtener recursos las MIPYMES acceden a fuentes de financiamiento con instituciones públicas, privadas, financiamiento con el gobierno, con instituciones no reguladas por la Superintendencia de Bancos y Seguros.

En la provincia de Los Ríos la mayor fuente de financiamiento a la que las MIPYMES acceden son las instituciones privadas, mientras que como segunda opción escogen el financiamiento proporcionado por el gobierno a través de créditos productivos.

Serrano (2009). Los negocios que solicitan préstamos lo utilizan en un 76,8% para la compra de mercadería y apenas un 12% para la adquisición de materia prima. Esto confirma que la mayoría de MIPYMES en el país se dedica a la

compra-venta y no a la fabricación o industrialización y no agregan valor a los procesos de producción.

Existen dentro de las pequeñas y medianas empresas, los comercios informales los mismos que son negocios pocos planificados, que no cuentan con el respaldo del sistema financiero, y cuando lo utilizan, lo emplean mayoritariamente para el objeto central del negocio, la compra de mercaderías.

El destino que le dan a sus ingresos apenas se usa para emprender programas de capacitación o para mejoras del local. No obstante, la gran mayoría de los microempresarios considera que el préstamo al que acceden es de gran utilidad.

2.1.2 Estrategias Financieras

David (2008). Las estrategias son los medios por los cuales se logran los objetivos a largo plazo. Incluyen la expansión geográfica, la diversificación, la adquisición, el desarrollo de productos, la penetración de mercado, la reducción de gastos, el retiro de inversiones, la liquidación y las empresas conjuntas.

Chandler (2009) propuso un concepto de estrategia que dice: "determinación de objetivos y planes a largo y a corto plazo, acciones a emprender y asignación de los recursos necesarios para alcanzar lo propuesto".

Con este concepto se abarca la concepción básica y a la vez muy completa de estrategia, además concibe que para alcanzar metas propuestas es necesario adelantar ciertas acciones y que estas acciones necesitan consumir ciertos recursos para lograr los objetivos y envuelve las partes de una estrategia convirtiéndolas en un todo.

Los conceptos presentados por los autores antes mencionados facilitan la formulación de mi posicionamiento teórico el mismo que es según el autor Chandler quien estipula que una estrategia financiera es la determinación

de objetivos y planes a largo y a corto plazo, acciones a emprender y asignación de los recursos necesarios para alcanzar lo propuesto. Lo que esencialmente es la fundamentación teórica de esta investigación

2.1.2.1 La Información Financiera

Moreno (2008). La empresa está orientada a satisfacer a un mercado y generar riqueza por lo que la información financiera debe estar orientada al mercado y a generar riqueza debiendo informar sobre: la generación de riqueza, el retorno de inversión de socios o accionistas, y la generación de flujo de efectivo.

Por ello la información financiera que es importante es aquella en la que impacta en los resultados de la empresa. Esta información es indispensable para la toma de decisiones, por lo que es importante preparar y analizar de manera inteligente la información financiera con la que contamos. Ésta también debe incluir análisis de tendencias, ya que no sólo es importante tener los resultados, sino también anticiparnos a lo que pueda pasar.

Moreno (2008). Las estrategias sobre la estructura financiera son las tendentes a preservar la inversión de capital realizada por los propietarios de las empresa. Se implantan mediante el establecimiento de normas que regulen la contratación de financiamiento externo y el pago de dividendos a los propietarios, con el propósito de mantener una posición sana y estable.

El financiamiento externo a largo plazo no deberá exceder los límites de endeudamiento que mantenga una relación equilibrada entre el monto de la inversión de capital efectuada por lo propietarios y el monto de la deuda a largo plazo. Al respecto se considera que una relación de deuda – capital de 40%/60% es conservadora, de 45%/55% es normal y de 50%/50% es agresiva y mayor que esta última se considera que la situación financiera de la empresa se debilita.

Moreno (2008). Aquí interviene la administración de las cuentas por cobrar a clientes. El establecimiento de estrategias financieras para este fin es muy importante para la eficiencia de la administración de esta inversión temporal.

La buena o mala administración de las cuentas por cobrar trasciende directamente en la redituabilidad de una empresa, en vista de que un cobro es el final del ciclo comercial donde se recibe la utilidad de una venta realizada, representa el flujo de efectivo generado por la operación normal y es la principal fuente de ingresos de una empresa, base para hacer compromisos a futuro.

Las estrategias referentes a cuentas por cobrar a clientes más importantes son:

- Las que establecen los requisitos de liquidez y solvencia que debe reunir un cliente para concederle crédito.
- Las que establecen los descuentos máximos que se otorgarán, así como las circunstancias bajo las cuales pueden concederse.
- Las que fijan el plazo de crédito que se concede y a qué tipo de clientes.
- Las que fijan la forma de cómo se debe cobrar a los clientes.

2.1.2.2 Estrategias Financieras de Corto Plazo generalmente utilizadas por las MIPYMES.

Rincón (2011). Las estrategias financieras son herramientas muy importantes las cuales, si son consideradas por los dueños de las pequeñas y medianas empresas, le permitirán a las mismas alcanzar y sostener ventajas competitivas en pro del desarrollo y crecimiento del sector al cual pertenezcan.

Es necesaria su aplicación para solventar las limitaciones económicas que presenten las MIPYMES, que le permitan el acceso y le faciliten alcanzar las

metas y objetivos planteados por cada uno de ellos, en el corto, mediano y largo plazo, así como poder desarrollar su capacidad para expandirse dentro de un ámbito económico de globalización y apertura, que le permita ser más competitivo a nivel local, regional, nacional e internacional, y así poder participar de las exigencias de este mercado, que son cada día más complejas.

Dentro de las estrategias financieras que las pequeñas y medianas empresas utilizan para poder ser más competitivas, se encuentran:

- a. Cuando los clientes no cancelen al día sus cuentas, se puede cobrar comisiones por cobranza es decir establecer un porcentaje de interés por mora.
- b. Reducir gastos, limitándose a aquellos egresos que sean de real importancia para el buen funcionamiento del negocio y reducir costos, disminuyendo los pagos que surgen en el proceso productivo de las MIPYMES.
- c. Reducir el plazo de las ventas a crédito, si el crédito estaba pautado para ser cancelado entre 60 y 90 días, reducirlo de 30 y 45 días, por ejemplo, para tener o mantener un flujo de efectivo.
- d. Realizar el pago de impuestos a tiempo, de esta manera se evitan las multas e intereses por el retraso.
- e. Comprar materia prima o insumos a futuro, con lo cual se podría garantizar que éstos no se verán afectados por factores externos como la inflación, tipo de cambio, entre otros.
- f. Establecer alianzas con proveedores, fijando acuerdos para que no se incrementen los costos de los productos, materia prima o insumos que se van a adquirir.

- g. Inversión mínima en activos fijos, se sugiere comprar solo aquellas maquinarias y equipos indispensables para el proceso productivo.
- h. Elaborar un Plan de Medios que permita distribuir mensajes publicitarios en los medios de comunicación por un tiempo determinado y de esta manera captar más clientes.
- i. Negociar con proveedores acerca de plazos largos para el pago de compras a crédito, establecer acuerdos para la cancelación de las deudas contraídas en un plazo mayor a los 45 días, por ejemplo
- j. Diversificar la cartera de crédito, teniendo varios proveedores, esta estrategia le permitirá a las MIPYMES contar con varios entes suplidores de insumos y materia prima con quien poder negociar.
- k. Refinanciar créditos bajo las mismas condiciones a través de acuerdos con los proveedores para que mantengan las mismas condiciones de pago que los créditos solicitados con anterioridad.
- l. Realizar actividades que permitan el mejoramiento de la imagen del negocio, a través de cambios en la estructura física del local comercial, por ejemplo, de modo que se vea más atractivo a los clientes.
- m. Negociar a través de factoring, esto es ceder las cuentas por cobrar a un intermediario financiero que gestione y garantice el cobro de las deudas pendientes.
- n. Cancelar a tiempo los valores adeudados de manera que se puedan aprovechar los descuentos por pronto pago.
- o. Negociar a través de arrendamiento financiero: a través del arrendamiento o alquiler de un bien con la promesa de venderlo al final del periodo de arrendamiento por su valor nominal.

- p. Aumentar el capital emitiendo acciones, esta estrategia incrementa el capital social y es una fuente de financiamiento, que incentiva y promueve el desarrollo del proceso productivo.
- q. Acudir a la Bolsa de Valores utilizando la captación del ahorro de los particulares, como fuente de financiamiento del proceso productivo.
- r. Invertir en bonos ya que las MIPYMES pueden utilizar sus excedentes e invertirlos en bonos públicos y de esa forma obtener una tasa de interés fija de rendimiento.

Carrillo (2012). Uno de los problemas más grandes que enfrentan las pequeñas y medianas empresas en sus procesos de crecimiento es la falta de liquidez. Cuando la demanda por los productos o servicios es grande, pero la capacidad productiva, operativa, y de reacción al mercado es limitada por el capital orgánico del crecimiento de la empresa, las MIPYMES pueden dejar de crecer y perder ventajas competitivas.

En estas situaciones, es necesario evaluar las opciones y no descartar la aplicación de estrategias financieras de corto plazo para hacerle frente.

Las estrategias financieras de corto plazo más utilizadas por las pequeñas y medianas empresas son:

- Reinvertir las utilidades propias del negocio en la aplicación de un plan de medios o remodelación de las instalaciones del local comercial.
- Acceder a préstamos de entidades financieras para cancelar valores adeudados o comprar al contado.
- Contar con el aporte de socios o inversionistas privados mediante la emisión de acciones o bonos.

- Utilizar apalancamientos de activos corrientes como el factoring.

Sin embargo, todas estas opciones no son suficientes para ciertas empresas que no cuentan con la cantidad adecuada de activos, con los contactos necesarios para conseguir inversionistas, o simplemente no quieren acudir más al sistema financiero por sus altos costos.

2.1.2.3 Determinación de la teoría para la aplicación de estrategias financieras de corto plazo

Morales (2009). La palabra finanzas, del francés finances, proviene de la palabra latina finatio, y ésta, de la raíz finis, que significa terminar, acabar o poner término mediante la extinción de la obligación o pago; por lo que financiar es pagar, o bien, la manera de obtener fondos y recursos así como su empleo. Las finanzas se refieren a la obtención y aplicación óptima de recursos financieros.

La teoría financiera está formada por leyes, principios y conjuntos de fundamentos que explican los fenómenos relativos al financiamiento y a la inversión, así como el comportamiento de los instrumentos financieros, del mercado de dinero, capitales, divisas, metales y derivados.

Esta teoría funciona como una herramienta del administrador financiero en su tarea de incrementar el valor de la empresa, ya que le permite entender los fenómenos financieros y contribuye a la planeación de la empresa dentro de su entorno. Proporciona a la empresa instrumentos para interpretar los hechos que ocurren en el mundo financiero y su incidencia en la misma, así como también reconocer situaciones que pueden tener consecuencias graves en ella.

Weston (2010). Cuando la administración financiera emergió como un campo separado de estudio, se daba un énfasis especial a los aspectos legales de las fusiones, a la formación de nuevas empresas y a los diversos tipos de valores que las empresas podían emitir para obtener capital.

Actualmente las dos tendencias más importantes que se observan están dadas notablemente por la creciente importancia de los mercados globales y de las operaciones de negocios. En esto es a lo que la administración financiera se centra.

La administración financiera tiene como propósito proveer al administrador, de cualquier tipo de organización, la información necesaria para la decisión de financiamiento e inversión así como para ayudarlo en la optimización y maximización del valor de la empresa.

Francés (2011). Puede definirse brevemente a la estrategia financiera como parte del proceso de planificación y gestión estratégica de una organización, que se relaciona directamente con la obtención de los recursos requeridos para financiar las operaciones del negocio y con su asignación en alternativas de inversión que contribuyan al logro de los objetivos esbozados en el plan, tanto en el corto como en el mediano y largo plazo.

En el área de las finanzas, la formulación del conjunto apropiado de estrategias resulta fundamental para cualquier negocio, cualquiera sea su naturaleza, ya que toda actividad requiere la presencia de recursos financieros para su funcionamiento.

Menguzzato (2009). En las estrategias de finanzas de la mayoría de empresas uno de los aspectos que más les interesa es la adquisición de un alto margen de utilidades, basado en un aumento de las producciones y con la disminución de sus costos y gastos. A diferencia de otras áreas estratégicas funcionales, las estrategias de finanzas deben incluir elementos a corto y a largo plazo.

La aplicación de estrategias financieras ayudará a desarrollar un proceso para asegurar la sostenibilidad financiera de una empresa. Si se utilizan estas herramientas junto con otras existentes se aumentará la capacidad de la organización para planificar una sostenibilidad y generar los fondos necesarios.

Una estrategia financiera será útil cuando:

- Se elabora una planeación estratégica en la organización, así como la planificación de acciones y elaboración de un presupuesto, de ser necesario.
- Se quiera mostrar a los inversionistas, proveedores, financiadores o clientes que se está buscando una sostenibilidad e independencia financiera.
- Se pretenda responder a los financiadores y proveedores cuál es la estrategia financiera para que sepan cómo se prevén las proyecciones futuras de la empresa.
- Se quiera asegurar la supervivencia de la organización a largo plazo.

Si se hace un análisis del concepto de estrategia en la forma más ampliada y el de finanzas se puede elaborar un nuevo concepto sobre "Estrategia Financiera" el cual se define de la siguiente manera:

Es un plan, programa, guía o modelo de decisión diseñado a corto y/o largo plazo, por empresas o el estado, para con las condiciones internas, hacer frente a las externas, en él se recogen: objetivos, políticas, y propósitos que permiten trazar: cursos de acciones, análisis y tareas específicas en las que se utilizan los recursos financieros, éstos permiten mover los capitales y activos financieros en función de lograr obtener el éxito y llegar a las metas propuestas.

2.1.2.4 Administración Estratégica en MIPYMES

David (2008). El proceso de administración estratégica es igualmente importante para las pequeñas empresas. Desde el instante de su fundación, todas las organizaciones tienen una estrategia, incluso si esta solo surge como resultado de las operaciones cotidianas. Aun si se lleva a cabo de manera informal o por un solo dueño o empresario, el proceso de la administración

estratégica puede mejorar significativamente el crecimiento y la prosperidad de las pequeñas empresas.

La falta de conocimiento de estrategias financieras es un serio obstáculo para muchos dueños de pequeñas y medianas empresas y otro problema al que se enfrentan a menudo es la falta de capital suficiente para explotar las oportunidades externas y el marco de referencia cognoscitivo diario. Aquellas MIPYMES que utilizan estrategias financieras superan en desempeño a aquellas que no lo hacen.

2.1.2.5 Beneficios del uso de Estrategias Financieras

David (2008). Además de ayudar a las empresas a evitar el fracaso financiero, la implementación de estrategias financieras ofrece otros beneficios tangibles, como tener una mayor conciencia sobre las amenazas externas, una mayor resistencia al cambio y a la comprensión más clara de las relaciones entre desempeño y recompensas.

Mejora las capacidades de prevención de problemas de una organización porque impone orden y disciplina, ya que de otra manera estarían a la deriva. Permite realizar una planeación sistemática para prepararse frente a futuros cambios en sus ambientes, tanto interno como externo,

Las empresas que utilizan estos conceptos muestran una mejoría significativa en las ventas, la rentabilidad y la productividad en comparación con las empresas que no llevan a cabo actividades de planeación sistemática.

2.2. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

2.2.1. MIPYMES

(Morales, 2012). Se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social,

cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas

2.2.2. Empresa

Ortiz (2010), la empresa ha ejercido un papel muy importante en la economía de mercado, ha sido un agente económico imprescindible en el sistema de economía libre o capitalista.

2.2.3. Formación Empresarial

González, A. (2010). Indica que la formación empresarial es el conjunto de acciones formativas que se desarrollan por las empresas, los trabajadores o sus respectivas organizaciones dirigidas tanto a la mejora de competencias como al reciclaje de los trabajadores ocupados, que permitan compatibilizar la mayor competitividad de las empresas con la formación individual del trabajador.

2.2.4. Emprendedor

Sexton y Bowman-Upton (2009), el emprendedor identifica oportunidades de mercado, dirige los recursos necesarios hacia la consecución de las oportunidades e invierte todos sus esfuerzos en lograr los mayores frutos de las mismas. El emprendedor estaría, pues, orientado al cambio y al crecimiento, y sería esta orientación lo que le hace diferente al empresario emprendedor del resto de empresarios.

2.2.5. Pequeños Empresarios

Monteferrante, P. (2011) Son aquellos que se integran a todas las dimensiones del proceso de planificar, organizar, dirigir, controlar y evaluar en la administración de su empresa.

2.2.6. Efectividad

González (2009) La efectividad es la relación entre los resultados logrados y los resultados propuestos, y da cuenta del grado de cumplimiento de los objetivos que se han planificado: cantidades a producir, clientes a tener, órdenes de compras a colocar, etc. Cuando se considera la efectividad como único criterio se cae en los estilos efectivistas, aquellos donde lo importante es el resultado, no importa a qué costo.

2.2.7. Gestión

Heredia (2008). La gestión se asume como el conjunto de procesos y acciones que se ejecutan sobre uno o más recursos para el cumplimiento de la estrategia de una organización, a través de un ciclo sistémico y continuo, determinado por las funciones básicas de planificación, organización, dirección o mando y control.

2.2.8. Negocio

Saporosi, G. (2010). El negocio es una operación de cierta complejidad, relacionada con los procesos de producción, distribución y venta de servicios y bienes, con el objetivo de satisfacer las diferentes necesidades de los compradores y beneficiando, a su vez, a los vendedores. En la modernidad, la administración de dichas funciones productivas está a cargo de empresarios y propietarios individuales, quienes a su vez se encargan de organizar y dirigir las industrias, buscando obtener un beneficio económico.

2.2.9. Gestión de Negocios

Recursos y negocios.com (2013) La gestión de negocios consiste en utilizar todas las herramientas de gestión conocidas y combinarlas para así poder obtener los resultados esperados para el logro de todas las metas que se imponen al iniciar un negocio particular.

2.2.10. Servicios

(Richard, 2009). Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo.

(Lamb, 2009). Un servicio es el resultado de la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos. Los servicios se refieren a un hecho, un desempeño o un esfuerzo que no es posible poseer físicamente.

2.2.11. Administración

(Chiavenato, 2010). El proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales

(Oliveira, 2009). Un conjunto de actividades dirigido a aprovechar los recursos de manera eficiente y eficaz con el propósito de alcanzar uno o varios objetivos o metas de la organización

2.2.12. Eficiencia

(Oliveira, 2009). Operar de modo que los recursos sean utilizados de forma más adecuada

(Chiavenato, 2010). Significa utilización correcta de los recursos (medios de producción) disponibles. Puede definirse mediante la ecuación $E=P/R$, donde P son los productos resultantes y R los recursos utilizados

2.2.13. Eficacia

(Andrade, 2009). Actuación para cumplir los objetivos previstos. Es la manifestación administrativa de la eficiencia, por lo cual también se conoce como eficiencia directiva

2.2.14. Venta

(Romero, 2010). La cesión de una mercancía mediante un precio convenido. La venta puede ser: 1) al contado, cuando se paga la mercancía en el momento de tomarla, 2) a crédito, cuando el precio se paga con posterioridad a la adquisición y 3) a plazos, cuando el pago se fracciona en varias entregas sucesivas

(Fischer, 2009). Toda actividad que genera en los clientes el último impulso hacia el intercambio

2.2.15. Finanzas

(Andrade, 2009). Área de actividad económica en la cual el dinero es la base de las diversas realizaciones, sean éstas inversiones en bolsa, en inmuebles, empresas industriales, en construcción, desarrollo agrario, etc

(Ferrel, 2009). Todas las actividades relacionadas con la obtención de dinero y su uso eficaz

2.2.16. Comunicación

(Stanton, 2011). La transmisión verbal o no verbal de información entre alguien que quiere expresar una idea y quien espera captarla o se espera que la capte

(Chiavenato, 2010). El intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social

2.2.17. Producto

(Stanton, 2011). Un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea

(Romero, 2010). Todo aquello, bien o servicio, que sea susceptible de ser vendido. El producto depende de los siguientes factores: la línea (por ejemplo, calzado para varones), la marca (el nombre comercial) y por supuesto, la calidad

2.2.18. Créditos bancarios

(Horne, 2008). Los créditos bancarios pueden ser con garantía y financiamiento a plazos. La característica principal de los préstamos de corto plazo es que son autoliquidables en un periodo menor que un año. Este tipo de préstamos se emplea con frecuencia para financiar requerimientos temporales y estacionales de fondos

2.2.19. Financiamiento interno

(Brealey, 2012). Es aquella consistente en la aplicación de recursos financieros que proceden de la misma empresa, sin recurrir al financiamiento externo. La autofinanciación procede de los beneficios obtenidos y no repartidos que se destinan a la ampliación o mantenimiento de la actividad

2.2.20. Comercialización

(Baca, 2009). Considera que la comercialización es la actividad que permita al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar

(Rodríguez, 2009). Define a la comercialización como las diferentes etapas por las que deben pasar los distintos bienes en su proceso de transferencias de los productores al consumidor final, la cual engloba actividades físicas y económicas

2.2.21. Estrategia comercial

(Sapag, 2009). La estrategia comercial que se define para el proyecto deberá basarse en cuatro decisiones fundamentales que incluyen individual y globalmente en la composición d flujo de caja del proyecto

2.2.22. Financiamiento

(Kloter, 2008). Se designa con el término de Financiamiento al conjunto de recursos monetarios financieros que se destinarán a para llevar a cabo una determinada actividad o proyecto económico

2.2.23. Inversión

(Kloter, 2008). Es el acto mediante el cual se invierten ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo. La inversión se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio, con el objetivo de incrementarlo. Dicho de otra manera, consiste en renunciar a un consumo actual y cierto, a cambio de obtener unos beneficios futuros y distribuidos en el tiempo

2.2.24. Capital de trabajo

(Baca, 2009). Desde el punto de vista contable lo define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante, desde el punto de vista práctico está representando por el capital adicional con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa

2.2.25. Publicidad

(Murcia, 2009). Es una forma de comunicación pagada y que no es personal sino masiva, que se realiza de un producto o servicio, entendiéndose que este producto también puede ser una idea, iniciativa, sitio o experiencia

2.2.26. Ingresos

(Davalos, 2009). Son entradas o salidas de dinero o valores que lo representen, se originan en las ventas de bienes o servicios durante un período de tiempo determinado

2.2.27. Gestión Empresarial

Díaz (2012). Es aquella actividad empresarial que a traes de diferentes individuos especializados, como ser: directores institucionales, consultores, productores, gerentes, entre otros y de accione, buscara mejorar la productividad y la competitividad de una empresa o de un negocio.

Pinales (2009). Es la actividad empresarial que busca a través de personas (como directores institucionales, gerentes, productores, consultores y expertos)

2.2.28. Rentabilidad

Ortega A. (2008). Es la capacidad que posee un negocio para generar utilidad, lo cual se refleja en los rendimientos alcanzados, también se mida sobre todo

la eficiencia de los indicadores de la empresa, ya que en ello descansa la dirección del negocio.

Viscione (2012), son las utilidades obtenidas en el periodo como un porcentaje de las ventas, de los activos o del patrimonio.

2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

2.3.1. Código de producción

Art. 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES.- La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código

Art. 60.- De los incentivos para la apertura del capital empresarial.- Para el cumplimiento de los objetivos señalados en el artículo anterior, el organismo rector en materia de política de desarrollo productivo, impulsará y vigilará, en coordinación con el Servicio de Rentas Internas, el Ministerio rector de la política laboral, la Superintendencia de Compañías, la Superintendencia de Bancos y Seguros, entre otras entidades gubernamentales, la implementación de los siguientes mecanismos:

- a. Diversificación de la participación accionaria de empresas en las que el Estado sea propietario exclusivo o de una parte del capital social, a favor de los trabajadores de dichas empresas. La adquisición de los paquetes accionarios se podrá realizar a través de los mecanismos del sistema nacional de mercado de valores u otros mecanismos reconocidos por la ley. Este mecanismo no es aplicable para las empresas públicas;

- b. El Estado podrá invertir, temporalmente, en el capital de las empresas de transformación productiva, privadas o mixtas, para, posteriormente, financiar a los trabajadores en la compra de sus paquetes accionarios, con créditos y programas de financiamiento preferenciales; y,
- c. Impulsará la apertura del capital de las empresas privadas, a favor de los trabajadores de dichas empresas, a través de la aprobación de los incentivos fiscales y financieros que se crean en este Código.

El reglamento a este Código establecerá los parámetros que deberán cumplir las empresas y los trabajadores que participen en los procesos de apertura de capital de empresas, de manera especial, los mecanismos que limiten la vinculación entre los participantes y cualquier acto de simulación de la masificación del capital empresarial. De igual manera, se establecerán las facultades especiales de las autoridades competentes para garantizar la transparente difusión de estos procesos a la sociedad en general y la evaluación adecuada de los objetivos alcanzados por los mismos

Art. 62.- Acceso a la banca pública.- El Consejo Sectorial de la Política Económica determinará y vigilará el acceso de todos los actores productivos al financiamiento de la banca pública; establecerá los lineamientos e incentivos para apoyar el acceso al financiamiento privado, en particular de los actores de la economía popular y solidaria, de las micro, pequeñas y medianas empresas; y, determinará los mecanismos para fomentar la profundización del mercado de valores, para incentivar el acceso de todos los actores de la producción y procurar la reducción de los costos de intermediación financiera.

Art. 63.- Registro.- Las entidades financieras, públicas y privadas, obligatoriamente, crearán y mantendrán un registro de las operaciones para las empresas calificadas como MIPYMES y reportarán periódicamente al órgano ejecutor de las políticas de MIPYMES.

Art. 64.- Garantías.- La autoridad reguladora financiera establecerá un régimen especial de garantías para el financiamiento privado y público de las MIPYMES, y para el desarrollo de iniciativas de capital de riesgo, tanto públicas como privadas.

Art. 65.- Fondo Nacional de Garantías.- Se crea el fondo nacional de garantías, de carácter público, para facilitar el acceso de las MIPYMES al financiamiento de sus actividades. Para efectos financieros, las garantías que respaldan este fondo serán consideradas como garantías autoliquidables y cuya cobertura respecto del crédito garantizado será de uno a uno. El Fondo formará parte del sistema de garantía crediticia del Ecuador, bajo la regulación de la Superintendencia de Bancos y Seguros. La operatividad de este fondo serán determinada en el reglamento

Art. 66.- Normativa para MIPYMES.- La autoridad reguladora del mercado de valores desarrollará una normativa especial para el acceso individual y asociativo de las MIPYMES, al financiamiento a través del mercado de valores. Los inversionistas institucionales públicos determinarán una normativa especial y facilitadora que permita la compra de los títulos de valor generados por las MIPYMES.

Art. 67.- Otras formas de financiamiento.- El organismo con la competencia de fomento y regulación de las micro finanzas populares establecerá los mecanismos para potenciar el financiamiento de las micro y pequeñas empresas en todo el territorio nacional, sobre todo en las regiones de menor cobertura financiera y para mejorar la eficiencia y acceso a tecnologías especializadas de los operadores privados del sistema.

El gobierno nacional implementará un programa de capital de riesgo que permita el acceso de las MIPYMES a estas modalidades, necesarias para la innovación y transformación productiva, así como un programa integral de emprendimiento para todo el ciclo de pre-inversión e inversión.

Art. 68.- Crédito para apertura de capital e inversión.- Las empresas privadas que requieran financiamiento para desarrollar nuevas inversiones, y que a su vez quisieran ejecutar un programa de apertura de su capital, en los términos de esta legislación, podrán beneficiarse de los programas de crédito flexible que implementará el gobierno nacional para la masificación de estos procesos

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1.1. Localización de la investigación

El Cantón Quevedo, Parroquia San Camilo es el sitio en donde se realizó la investigación. Quevedo se encuentra situado en el corazón del litoral por su posición geográfica, está ubicada al Norte de la Provincia de Los Ríos. Limita por el Norte: con los cantones Buena Fe y Valencia, al Sur: con el cantón Mocache, al Este: Ventanas y Quinsaloma, al Oeste: El Empalme.

Las actividades económicas que realizan la mayoría de los habitantes de Quevedo son la agricultura y el comercio, cuenta con una extensión territorial de 288,7 Km².

3.1.2. Métodos de Investigación

3.1.2.1. Método Lógico Inductivo

Este método consintió en realizar el planteamiento del problema, la formulación de hipótesis y condujo al análisis de factores específicos para tener una idea general de la investigación.

3.1.2.2. Método Analítico

Este procedimiento metodológico permitió estudiar la relación del financiamiento externo privado y el capital de trabajo que la MIPYMES utiliza, para descubrir si éstas les permitían conseguir sus objetivos y si estaban bien ejecutadas.

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación es de tipo descriptiva puesto que detalla la información proveniente de las actividades que realizan las MIPYMES del cantón Quevedo y además conocer la situación actual de dichos negocios y sus características de manera que, al detectar sus debilidades, se plantea la aplicación de estrategias financieras de corto plazo para disminuirlas y lograr que el negocio se desarrolle óptimamente.

Al realizarse una descripción de los procesos, los puntos de vista de las personas y sus actividades se pudo conocer la situación y actitudes predominantes existentes en los negocios de la ciudad de Quevedo, lo que se constituye en una contribución al conocimiento en general.

3.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Las estrategias que se adoptaron para obtener información precisa sobre el tema a investigar con el fin de alcanzar los objetivos de estudio fueron el uso de modelos matemáticos, que permitieron expresar en términos reales las MIPYMES a investigar. También se utilizaron modelos estadísticos, que sirvieron en el cálculo de la muestra para facilitar la aplicación de la encuesta y la elaboración de gráficos estadísticos para una mejor comprensión de los resultados.

Es una investigación de diseño no experimental, en la que no se tiene un control directo sobre la situación de las MIPYMES ya que sus actividades y costumbres ya han sido establecidas con anterioridad, lo que sí se pudo realizar fue la ejecución de un estudio sobre estas situaciones existentes y analizar su incidencia en el giro normal del negocio.

La investigación se encuentra complementada por el uso de fuentes primarias como es la Observación Directa que fue ejecutada mediante el análisis de las actividades que realizaron las MIPYMES al momento de visitarlas y también se

empleó una Encuesta la misma que fue aplicada con el fin de recabar información a los comerciantes y de esta manera se pudo obtener los resultados de la investigación.

El uso de fuentes secundarias también fue necesario en la investigación, a través de la indagación en textos y artículos que brindaron información para respaldar el trabajo investigativo, así como información en línea que permitió complementarlo.

La realización de la investigación se diseñó y seleccionó técnicas e instrumentos idóneos que permitieron la recolección de la información, la misma que sirvió para lograr la verificación del problema planteado y su solución. Se hizo uso de las siguientes técnicas e instrumentos:

3.3.1. Encuesta

Mediante la investigación de campo se recurrió a la técnica de la encuesta utilizando como instrumento un cuestionario que estuvo dirigido a los dueños de las MIPYMES de Quevedo, para comprobar o negar la hipótesis.

A continuación se detalla el proceso a seguir en la investigación:

- Identificación de la población objetiva (Número de MIPYMES a encuestar).
- Diseño del instrumento de recolección de información primaria: encuestas dirigida a propietarios y administradores de MIPYMES en la ciudad de Quevedo de la Parroquia San Camilo.
- Conocimiento acerca de la situación actual de las actividades que realizan en las MIPYMES de Quevedo.
- Muestreo

- Elaboración y aplicación de encuesta.
- Análisis de la información obtenida a través de la encuesta.
- Formulación de conclusiones y recomendaciones de la investigación efectuada.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1. Población

De acuerdo a los datos arrojados por el Censo Económico, considerando el número de establecimientos económicos censados en el cantón Quevedo de la Parroquia San Camilo, se tomó como población el total de 427 establecimientos dedicados a la actividad microempresarial.

3.4.2. Muestra

La muestra se calculó de acuerdo al total de establecimientos económicos aplicando la siguiente fórmula:

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

$$n = \frac{427}{(0.0025)^2(427 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{427}{(0.0025)^2(426) + 1}$$

$$n = \frac{427}{2.065}$$

$$n = 206.7797$$

$$\mathbf{n = 207}$$

CAPÍTULO IV
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

4.1.1. Situación actual de las MIPYMES

4.1.1.1. Análisis de las encuestas realizadas a los comerciantes de la Parroquia San Camilo del cantón Quevedo

Pregunta 1. ¿Cuántos años tiene operando su empresa en el mercado?

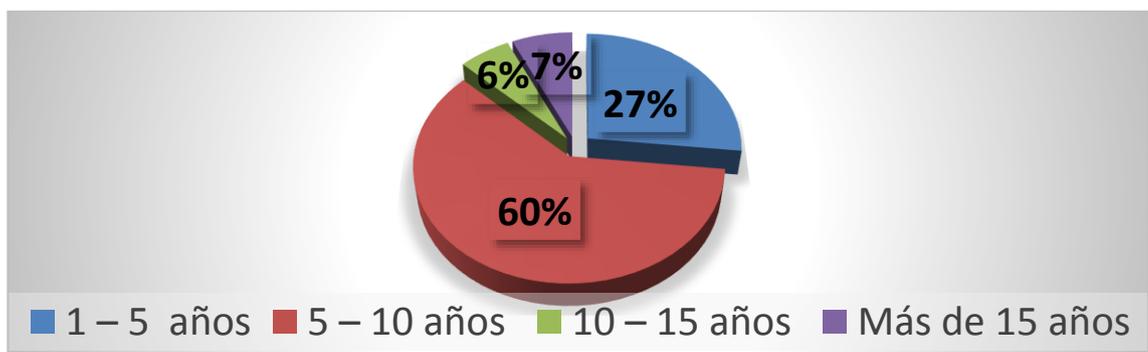
Cuadro 1. Años de la empresa en el mercado

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
1 – 5 años	55	27
5 – 10 años	126	60
10 – 15 años	12	6
Más de 15 años	14	7
TOTAL	207	100

Fuente: Encuesta a los comerciantes de la Parroquia San Camilo

Elaborado: Autora

Gráfico 1



Análisis:

El gráfico anterior muestra que el 60% de los comerciantes encuestados tienen de 5 – 10 años su empresa en el mercado, el 27% de 1 – 5 años, el 7% más de 15 años y el 6% de 10 – 15 años. Lo que refleja es que los comerciantes tienen bastante experiencia ya que un porcentaje alto tiene de 5 10 años con su empresa

Pregunta 2. ¿Cuál es la actividad a la que se dedica su empresa?

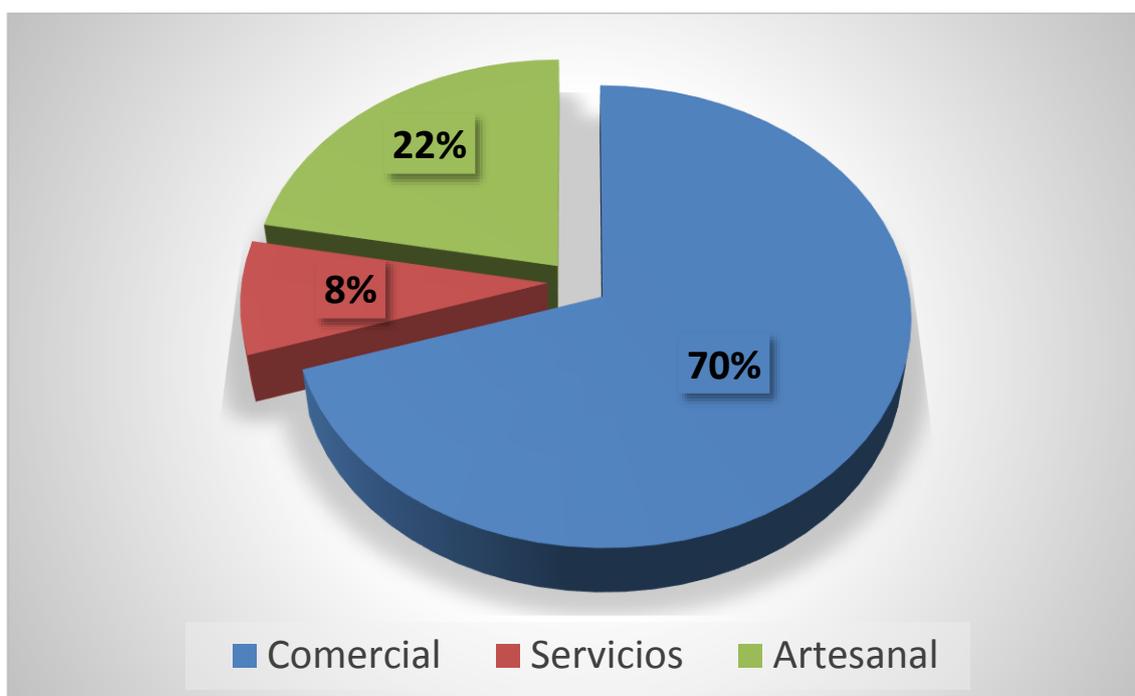
Cuadro 2. Actividad de la empresa

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Comercial	145	70
Servicios	17	8
Artesanal	45	22
TOTAL	207	100

Fuente: Encuesta a los comerciantes de la Parroquia San Camilo

Elaborado: Autora

Gráfico 2.



Análisis:

Se puede notar en la información anterior que el 70% de los encuestados manifestaron que la actividad que realiza su empresa es de comercio como venta de ropa, puestos de comidas, víveres, tiendas, etc, el 22% son artesanos como relojeros, vulcanizadoras y el 8% presta servicios ya su empresas ofrecen servicio de limpieza de casas, automóviles o tiene algún consultorio médico o contable

Pregunta 3. ¿Cuál es el destino de las ventas de su empresa?

Cuadro 3. Destino de las ventas

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Local	179	86
Nacional	23	11
Internacional	5	3
TOTAL	207	100

Fuente: Encuesta a los comerciantes de la Parroquia San Camilo

Elaborado: Autora

Gráfico 3



Análisis:

El gráfico y cuadro anterior muestra que el 86% de los encuestados expresaron que sus ventas tienen destino local, es decir que venden sus productos aquí mismos en el cantón Quevedo, el 11% a nivel nacional, ya que son fabricantes de ropa y tan solo el 3% internacional debido que sus productos han sido solicitados afuera del país

Pregunta 4. ¿Cuáles son sus principales clientes?

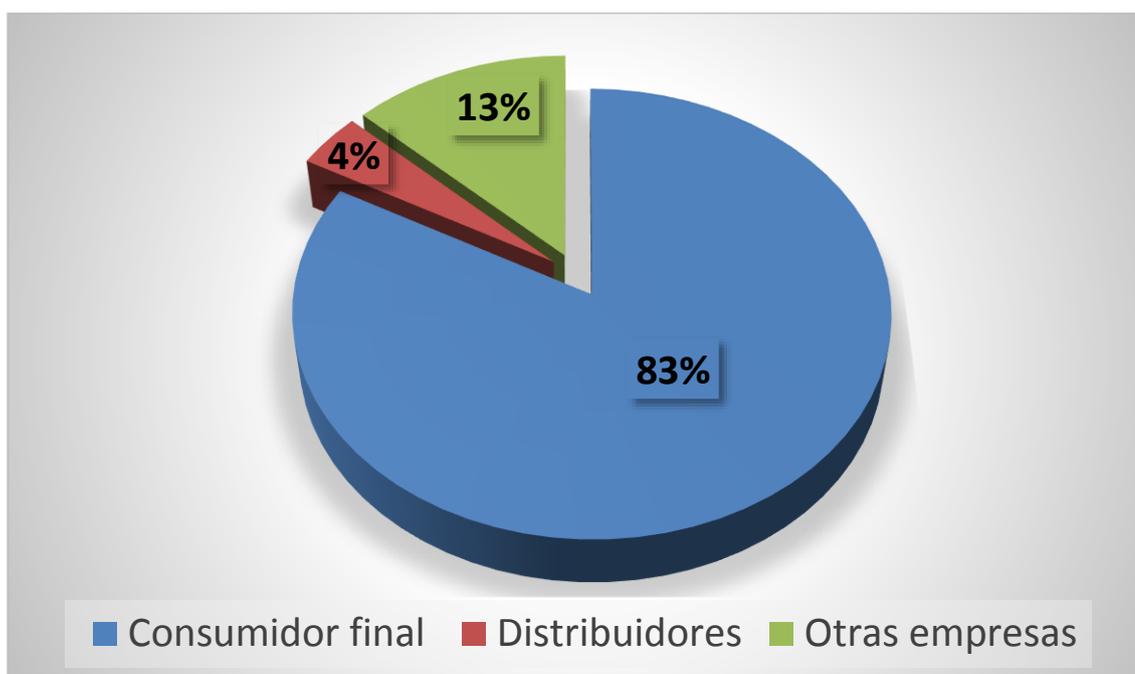
Cuadro 4. Principales clientes

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Consumidor final	171	83
Distribuidores	9	4
Otras empresas	27	13
TOTAL	207	100

Fuente: Encuesta a los comerciantes de la Parroquia San Camilo

Elaborado: Autora

Gráfico 4



Análisis:

Se puede observar que el 83% de los encuestados expresaron que sus principales clientes son los consumidores finales ya que sus negocios son de comida, víveres, lubricadoras, etc, el 13% les venden a otras empresas, solo utilizan la materia prima para procesarla y después venderlo a otras empresas para que le den el acabado final y el 4% se encargan de venderle a distribuidoras de otras ciudades para que comercialice sus productos

Pregunta 5. ¿Cuenta con acceso su empresa a los programas de apoyo del gobierno?

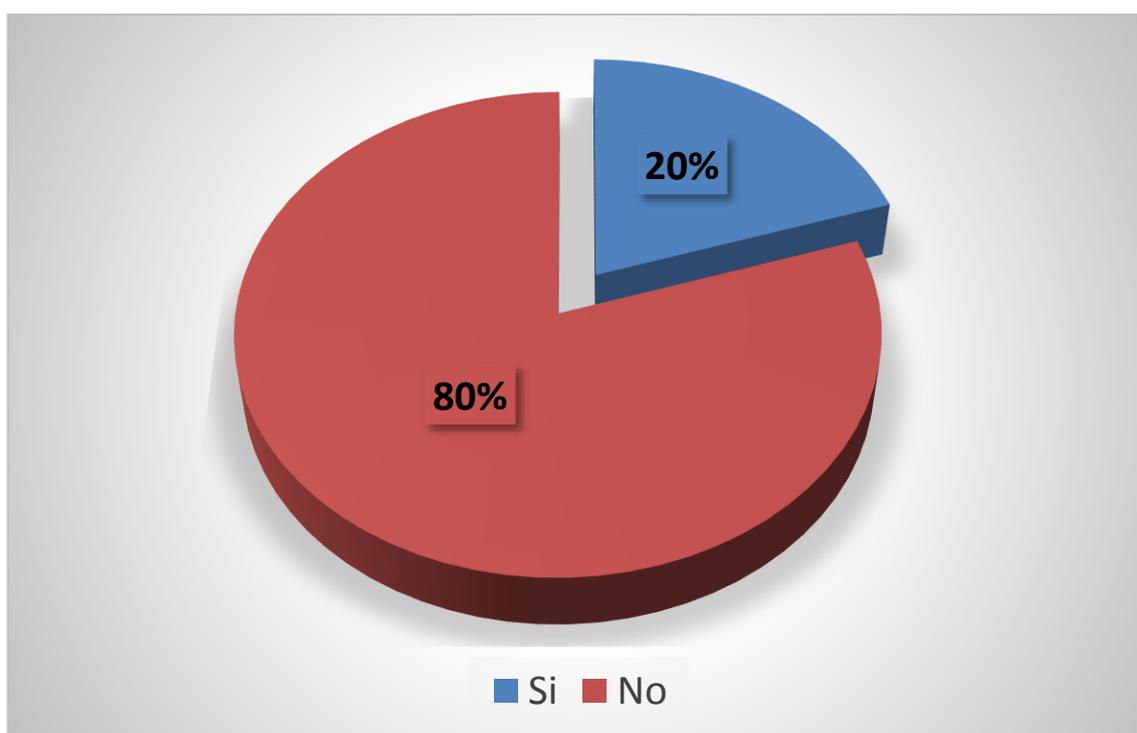
Cuadro 5. Acceso a los programas de apoyo

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	42	20
No	165	80
TOTAL	207	100

Fuente: Encuesta a los comerciantes de la Parroquia San Camilo

Elaborado: Autora

Gráfico 5



Análisis:

Se tiene que el 80% de los encuestados expresaron que no cuenta con acceso a los programas de apoyo a los microempresario por parte del gobierno debido que no cuenta con los requisitos que estipula el gobierno y el 20% indicaron que si tienen acceso debido que sus negocios iniciaron por incentivos del parte del gobierno

Pregunta 6. ¿Cuántos empleados poseen en su empresa actualmente?

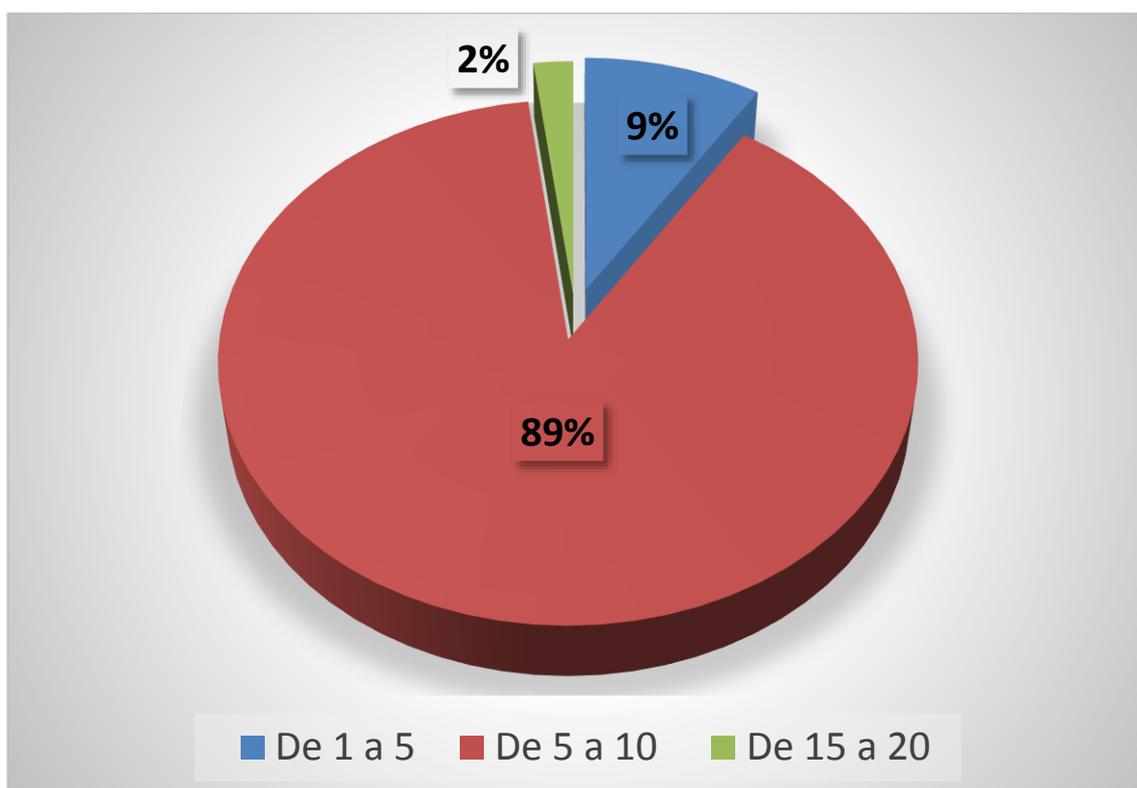
Cuadro 6. Número de empleados

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
De 1 a 5	19	9
De 5 a 10	183	88
De 15 a 20	5	2
TOTAL	207	100

Fuente: Encuesta a los comerciantes de la Parroquia San Camilo

Elaborado: Autora

Gráfico 6



Análisis:

El diagrama anterior muestra que el 89% de los encuestados expresaron que actualmente tienen entre 5 a 10 empleados por lo cual se la considera mediana empresa, el 9% de 1 a 5 empleados son microempresas y el 2% poseen entre 15 a 20 empleados son grandes empresas

Pregunta 7. ¿Cuánto es la facturación en promedio mensual que realiza su empresa?

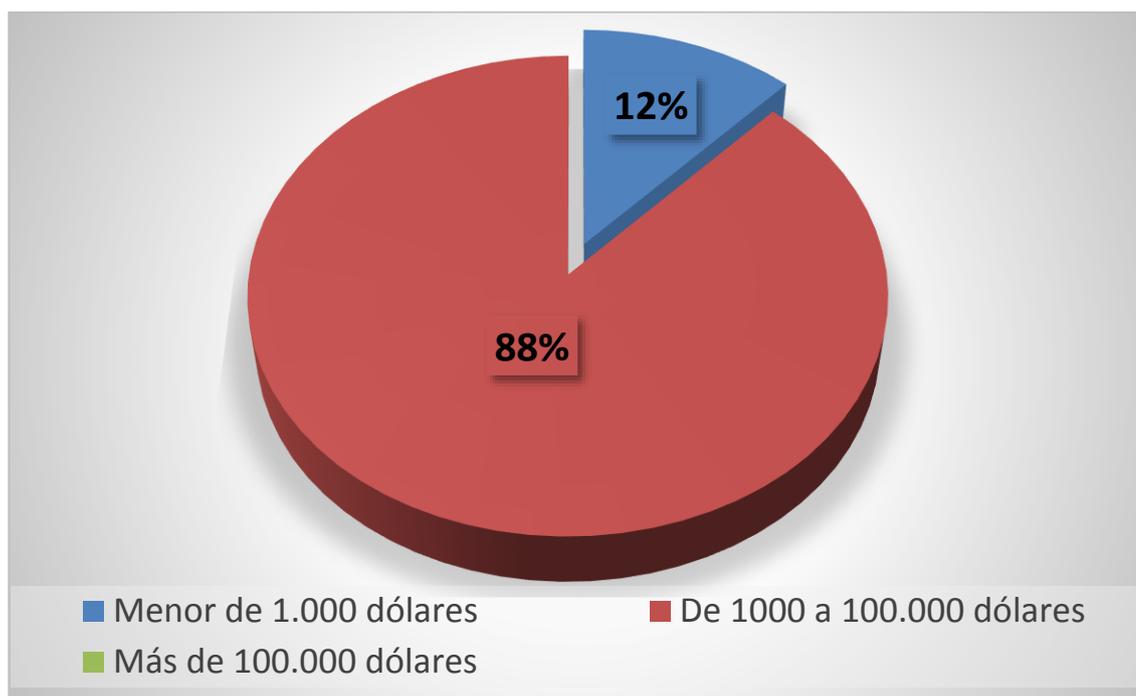
Cuadro 7. Facturación mensual

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Menor de 1.000 dólares	24	12
De 1000 a 100.000 dólares	183	88
Más de 100.000 dólares	0	0
TOTAL	207	100

Fuente: Encuesta a los comerciantes de la Parroquia San Camilo

Elaborado: Autora

Gráfico 7



Análisis:

De los comerciantes encuestados el 88% facturan mensualmente en su empresa un promedio de 1.000 a 100.000 dólares debido que son empresas exportadoras o comercializan sus productos en todo el país y el 12% facturan menor de 1.000 dólares mensuales ya que son microempresas como puesto de comida ambulantes, tiendas de esquina, etc

Pregunta 8. ¿Cómo lleva las finanzas de su empresa?

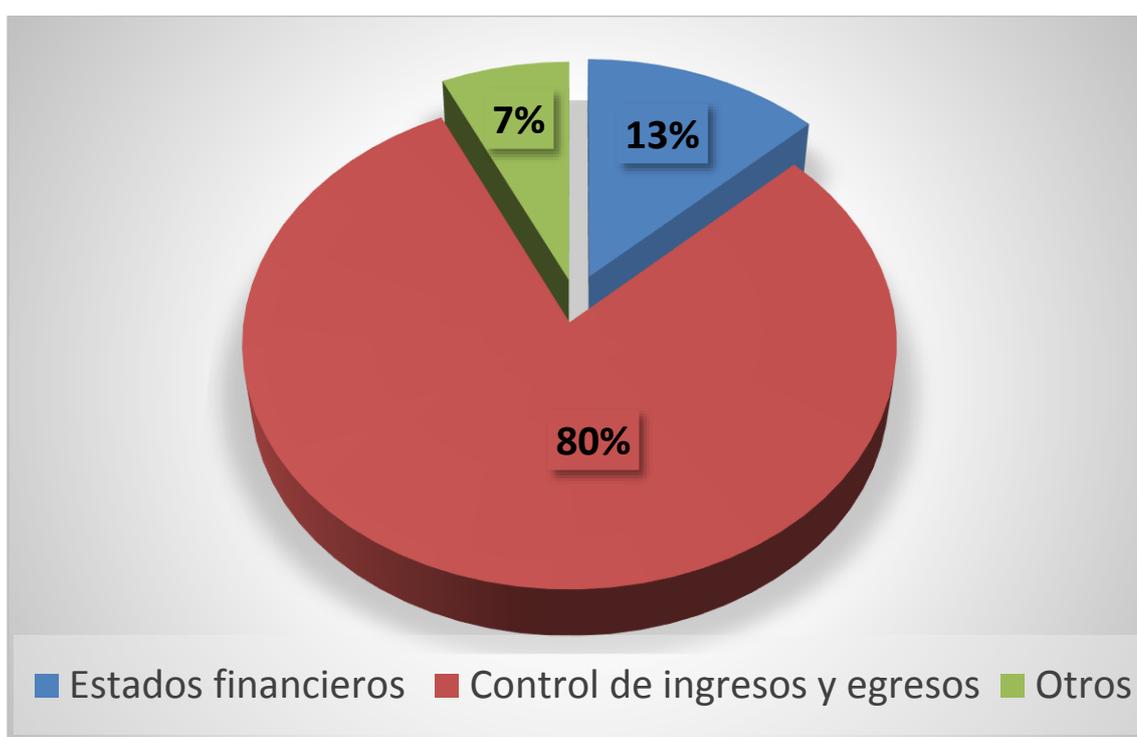
Cuadro 8. Finanzas de las empresas

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Estados financieros	27	13
Control de ingresos y egresos	165	80
Otros	15	7
TOTAL	207	100

Fuente: Encuesta a los comerciantes de la Parroquia San Camilo

Elaborado: Autora

Gráfico 8



Análisis:

Del 80% de los encuestados controlan sus finanzas por medio del control de ingresos y egresos ya que en su mayoría son microempresas que no tienen mayores volúmenes de venta, el 13% por medio de los estados financieros ya que se encarga un contador de realizar estos cálculos y el 7% utilizan otros medios

Pregunta 9. ¿Cuenta con servicios de tecnologías en su empresa?

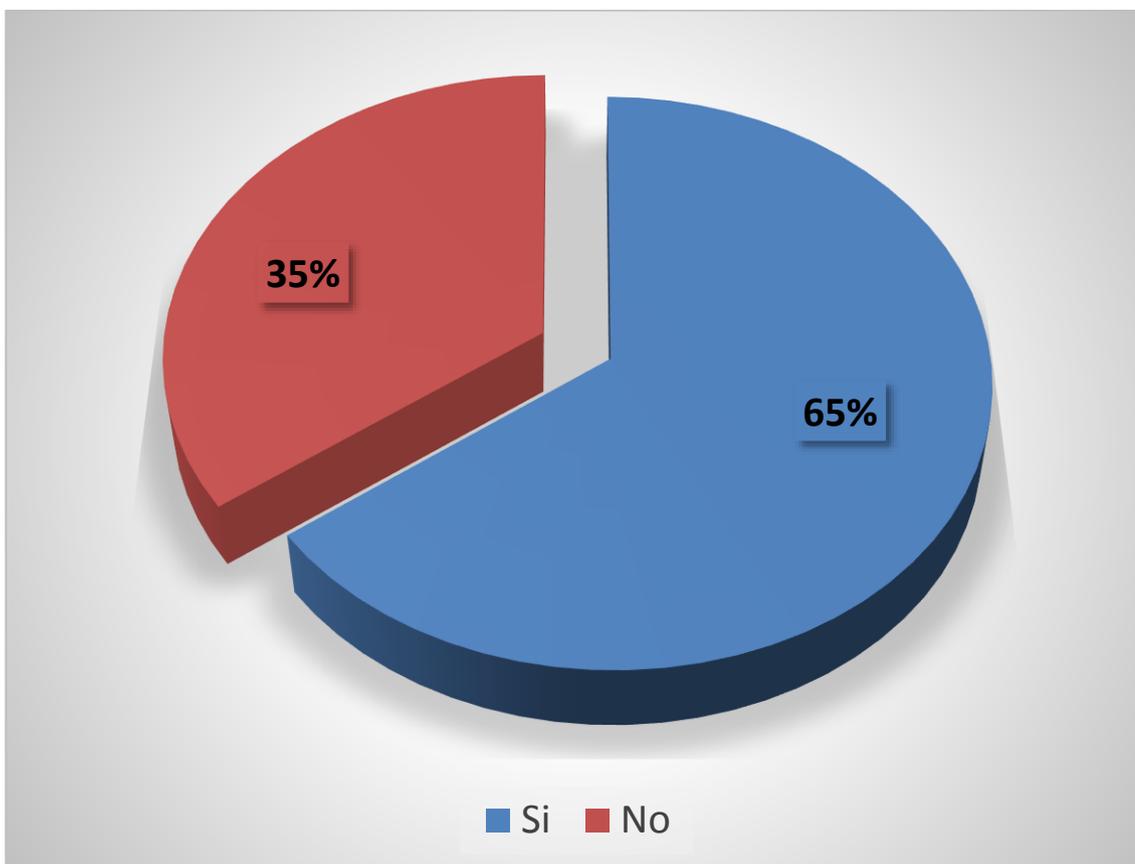
Cuadro 9. Tecnología en la empresa

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	134	65
No	73	35
TOTAL	207	100

Fuente: Encuesta a los comerciantes de la Parroquia San Camilo

Elaborado: Autora

Gráfico 9



Análisis:

Del total de los encuestados el 65% si cuenta con servicios de tecnología en su empresa, debido que son exportadoras o procesan materia prima y el 35% expresaron que no poseen ya que sus negocios no precisan de tener tecnología

Pregunta 10. ¿La última adquisición de maquinarias o equipos hace cuánto tiempo fue?

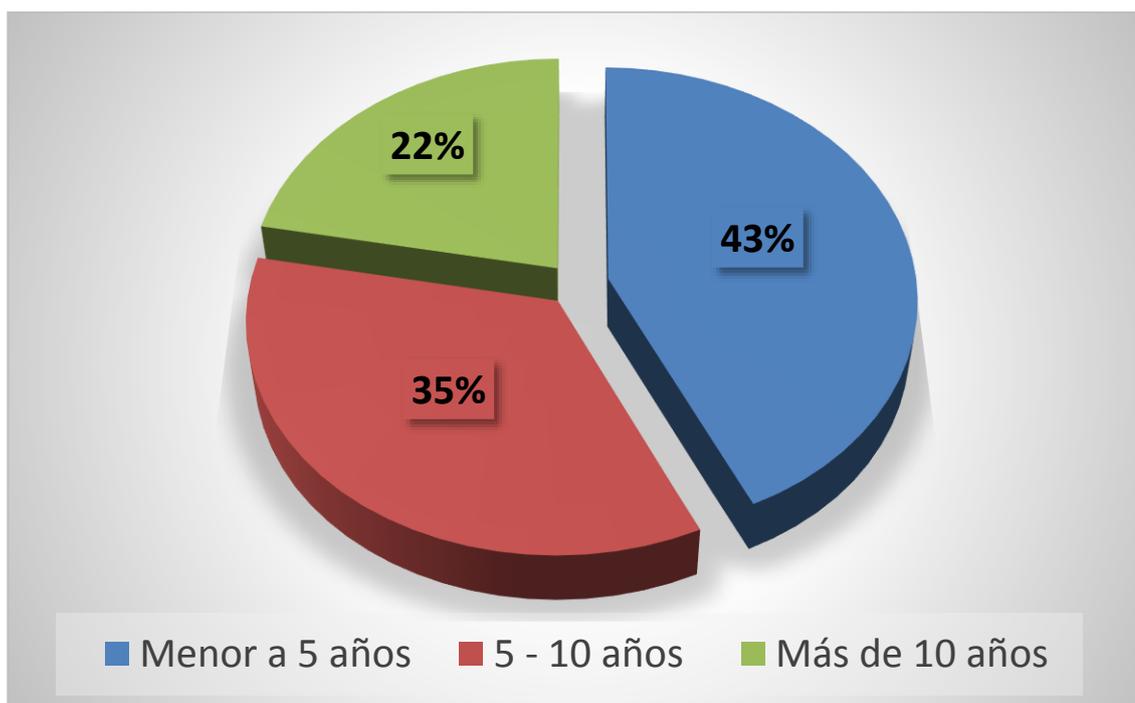
Cuadro 10. Adquisición de maquinaria o equipos

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Menor a 5 años	89	43
5 – 10 años	73	35
Más de 10 años	45	22
TOTAL	207	100

Fuente: Encuesta a los comerciantes de la Parroquia San Camilo

Elaborado: Autora

Gráfico 10



Análisis:

Se indica en el gráfico y cuadro anterior que el 43% de los encuestados adquieren las maquinarias hace menos de 5 años cuando comenzaron sus negocios de ahí no han hecho adquisiciones, el 35% de 5 – 10 años debido que necesitaban ampliar su producción, el 22% más de 10 años debido que cumplieron su vida útil

4.1.2. Manejo de los recursos de capital de trabajo de las MIPYMES

Pregunta 11. ¿Ha realizado créditos para invertir en su empresa?

Cuadro 11. Créditos para invertir

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	198	96
No	9	4
TOTAL	207	100

Fuente: Encuesta a los comerciantes de la Parroquia San Camilo

Elaborado: Autora

Gráfico 11



Análisis:

El gráfico anterior indica que el 96% de los encuestados expresaron que si han realizados créditos para invertir en su empresas debido que han tenido que ampliar sus negocios por la demanda presentada y el 4% que no ya que algunos de ellos han comenzado con capital propio y tienen poco tiempo en el mercado

Pregunta 12. ¿Los créditos que le han brindado a usted los considera oportuno para realizar su inversión?

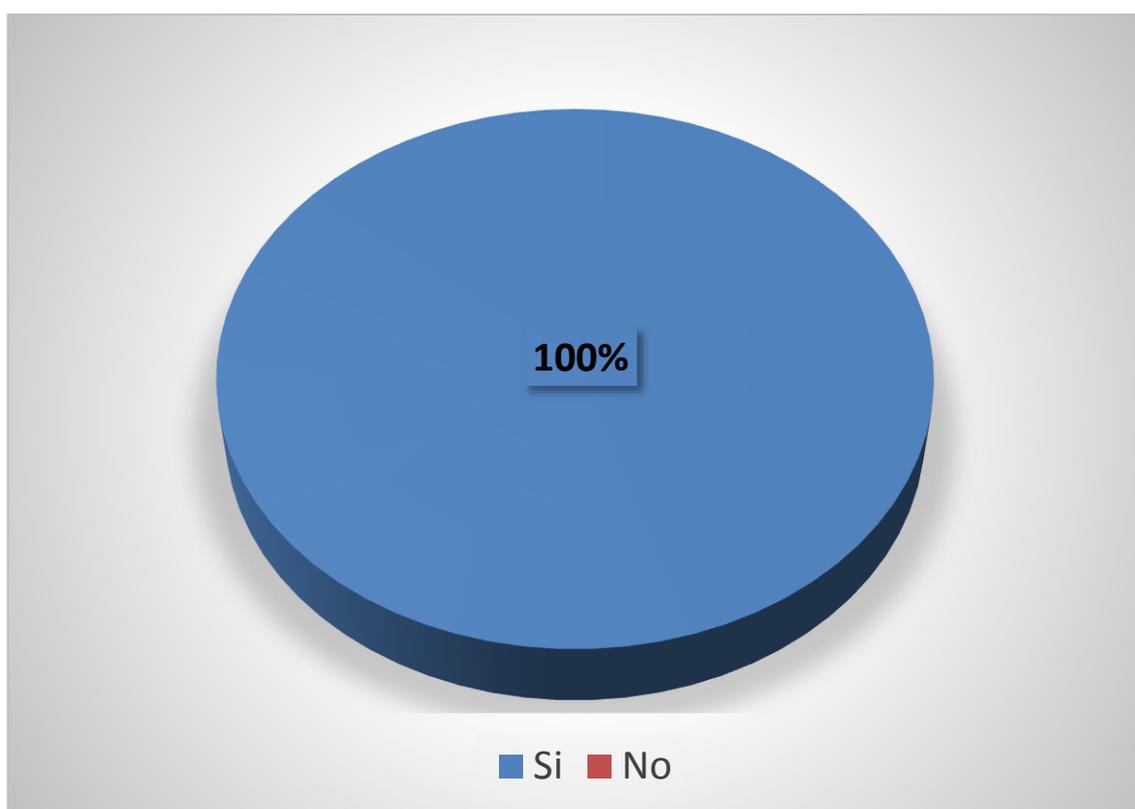
Cuadro 12. Créditos oportunos para invertir

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	198	100
No	0	0
TOTAL	198	100

Fuente: Encuesta a los comerciantes de la Parroquia San Camilo

Elaborado: Autora

Gráfico 12



Análisis:

Por medio de las encuestas a los comerciantes en donde el 100% manifestaron que si les fueron oportunos los créditos que han recibidos para invertir en sus empresas ya que necesitaban ampliara sus negocios o realizar compras de mercadería por la demanda que tenían

Pregunta 13. ¿Cuáles han sido los montos que recibido por el crédito que ha solicitado para su empresa?

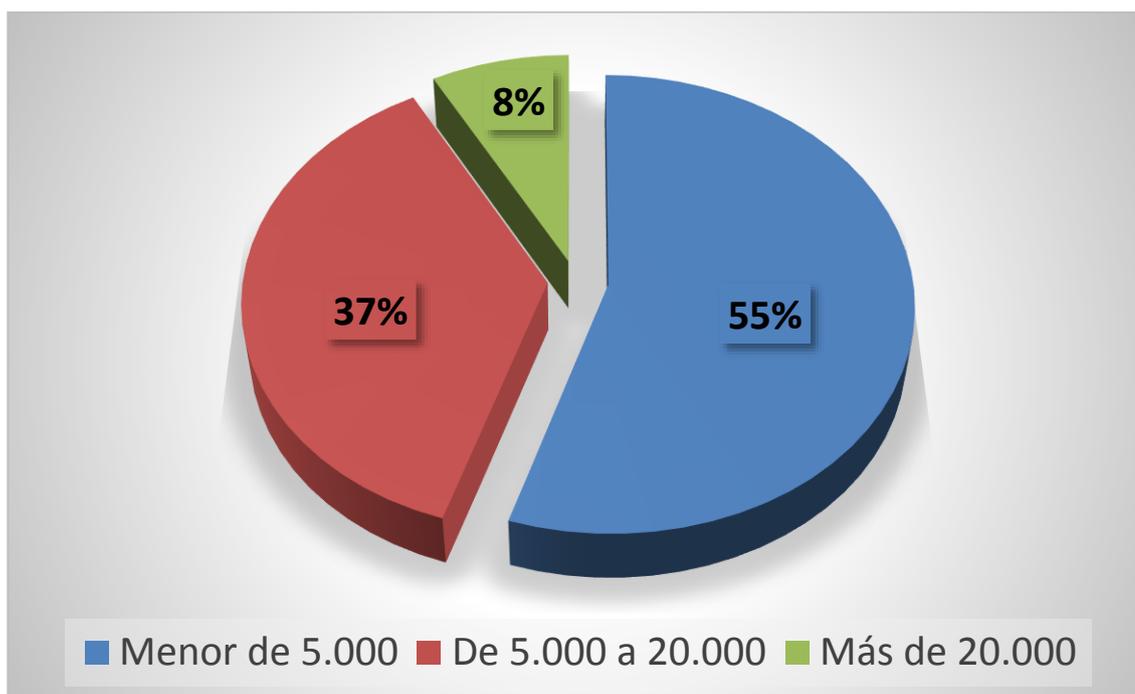
Cuadro 13. Montos solicitados

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Menor de 5.000	109	55
De 5.000 a 20.000	74	37
Más de 20.000	15	8
TOTAL	198	100

Fuente: Encuesta a los comerciantes de la Parroquia San Camilo

Elaborado: Autora

Gráfico 13



Análisis:

De la encuesta anterior el 55% de los encuestados han recibidos montos menor de 5.000 dólares ya que son microempresas y no necesitan de grandes cantidades de dinero, el 37% han recibido de 5.000 a 20.000 dólares por ser pequeñas o medianas empresas y el 8% más de 20.000 dólares porque son exportadores

Pregunta 14. ¿Cuáles han sido los plazos que ha recibidos para el pago de los créditos?

Cuadro 14. Plazos en los créditos

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Menor a 5 años	183	92
Más de 5 años	15	8
TOTAL	198	100

Fuente: Encuesta a los comerciantes de la Parroquia San Camilo

Elaborado: Autora

Gráfico 14



Análisis:

Como se puede observar en el gráfico anterior el 92% de los encuestados expresaron que el plazo que le dieron por el crédito solicitado fue de menor a 5 años debido por el monto solicitado y el 8% más de 5 años que algunas son grandes empresas y por ende son grandes cantidades que necesitan mayor tiempo de pago

Pregunta 15. ¿Cuál fue el destino que le ha dado a los créditos solicitados?

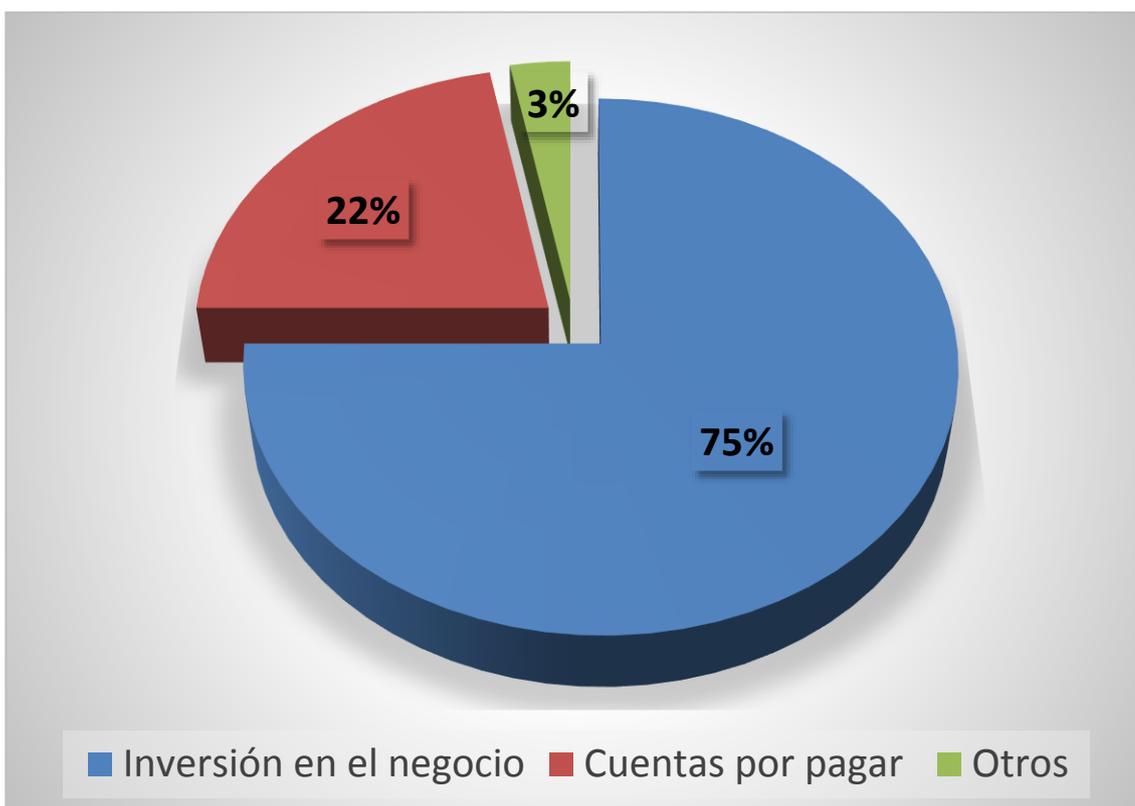
Cuadro 15. Destino de los créditos

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Inversión en el negocio	148	75
Cuentas por pagar	43	22
Otros	7	3
TOTAL	198	100

Fuente: Encuesta a los comerciantes de la Parroquia San Camilo

Elaborado: Autora

Gráfico 15



Análisis:

De los 198 comerciantes el 75% expresaron que el destino que le dieron al crédito otorgado fue la inversión en el negocio, el 22% fue para para cuentas y el 3% utilizaron para otro tipo de actividad

Pregunta 16. ¿Actualmente se encuentra pagando un crédito en una entidad bancaria?

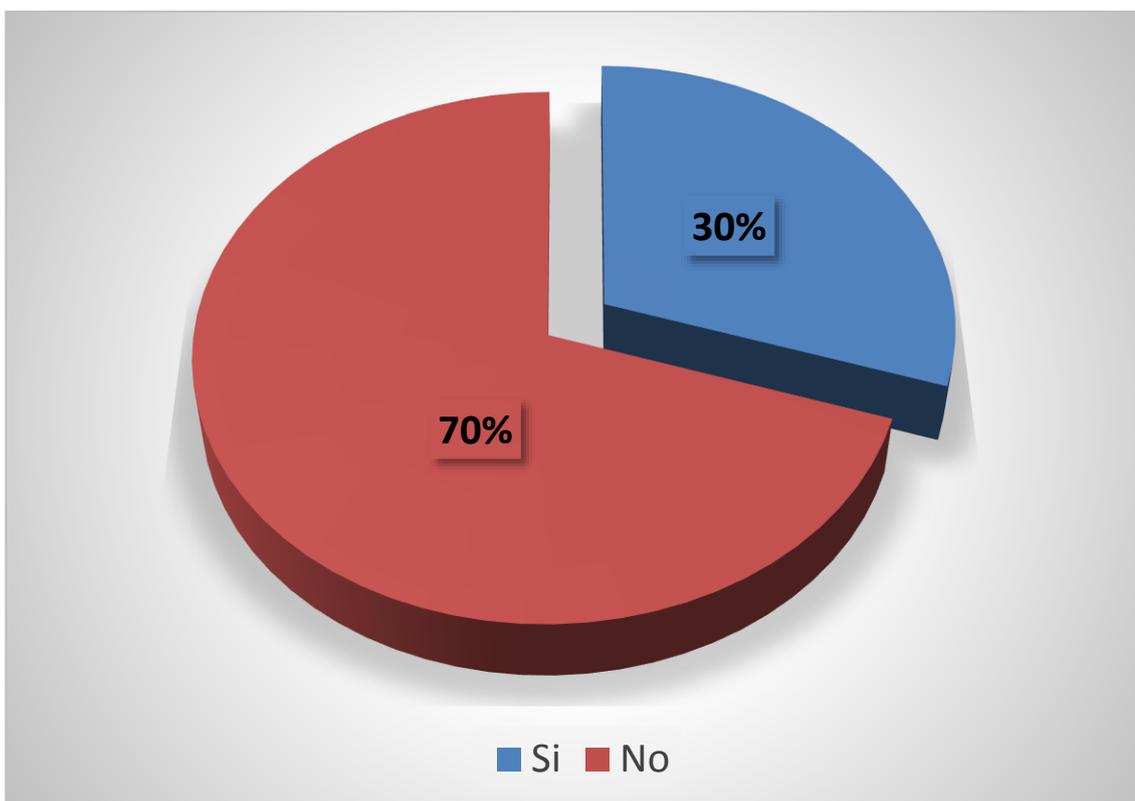
Cuadro 16. Pago de crédito

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	62	30
No	145	70
TOTAL	207	100

Fuente: Encuesta a los comerciantes de la Parroquia San Camilo

Elaborado: Autora

Gráfico 16



Análisis:

En los datos anteriores el 70% de los encuestados actualmente expresaron que no se encuentran pagando ningún crédito debido que no han hecho inversiones en sus negocios y el 30% expresaron que si lo hacen ya que tuvieron la necesidad para poder expandir su negocio o por la compra de mercadería

Pregunta 17. ¿Considera usted que ha mejorado la productividad de su negocio con el crédito recibido?

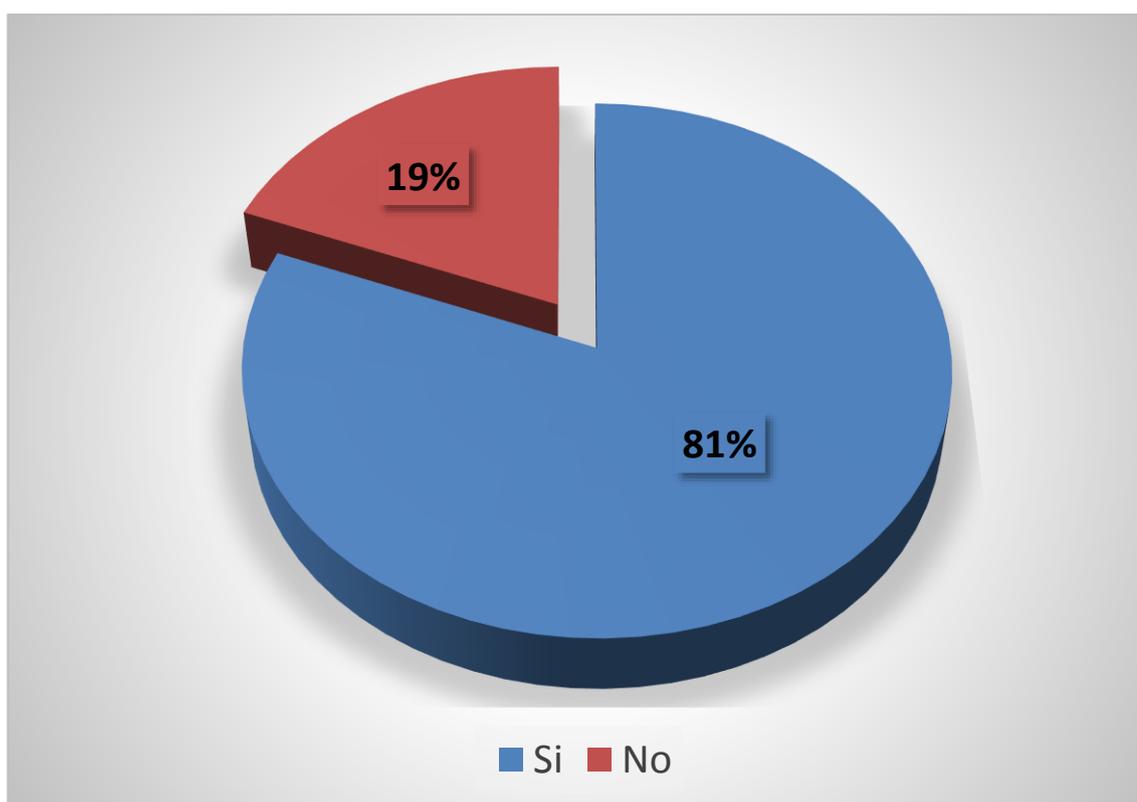
Cuadro 17. Mejora en la productividad

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	161	81
No	37	19
TOTAL	198	100

Fuente: Encuesta a los comerciantes de la Parroquia San Camilo

Elaborado: Autora

Gráfico 17



Análisis:

El cuadro anterior el 81% de los encuestados expresaron que si han mejorado la productividad de sus negocios ya con ese dinero pudieron expandirse o realizar compra de mayor mercadería y el 19% expreso que no porque tuvieron que disponerse para otra actividad que no sea del negocio

Pregunta 18. ¿Se le ha dificultado realizar un préstamo en alguna institución financiera?

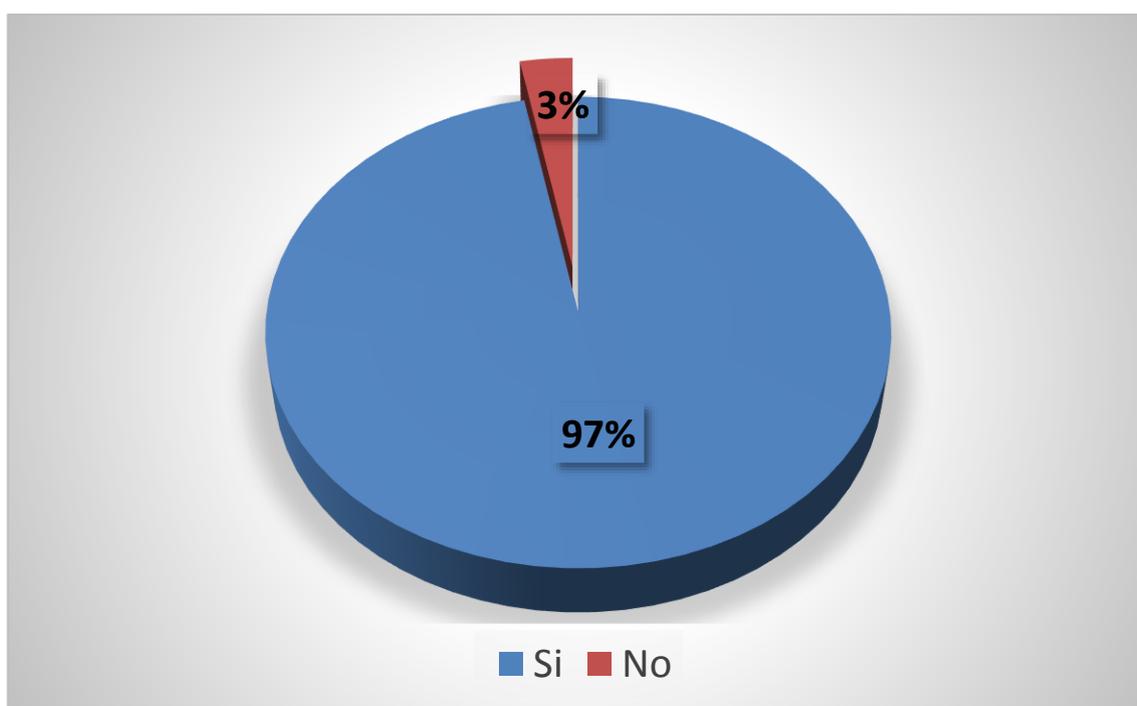
Cuadro 18. Dificultad al solicitar un crédito

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	200	97
No	7	3
TOTAL	207	100

Fuente: Encuesta a los comerciantes de la Parroquia San Camilo

Elaborado: Autora

Gráfico 18



Análisis:

Los datos anteriores muestran que el 97% de los encuestados manifestaron que si han tenido dificultad por parte de las entidades bancarias al momento de solicitar un crédito debido que se encuentran pagado uno o que no poseen todos los requisitos para poder que les den y el 3% expresaron que no, ya que anteriormente han cumplido con los pagos en las fechas establecidas lo cual tiene una buena referencia bancaria

4.1.3. Fuentes de financiamiento externo privado de las MIPYMES

Pregunta 19. ¿Cuáles son fuentes de financiamiento de su empresa?

Cuadro 19. Fuentes de financiamiento

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Personales – internas	0	0
Privadas – externas	207	100
TOTAL	207	100

Fuente: Encuesta a los comerciantes de la Parroquia San Camilo

Elaborado: Autora

Gráfico 19



Análisis:

Por medio de la encuesta el 100% de los comerciantes encuestados expresaron que las fuentes de financiamiento para su empresa son las entidades privadas – externas son las que facilitan mejor la obtención de un crédito

Pregunta 20. ¿Ha solicitado financiamiento externo para su empresa?

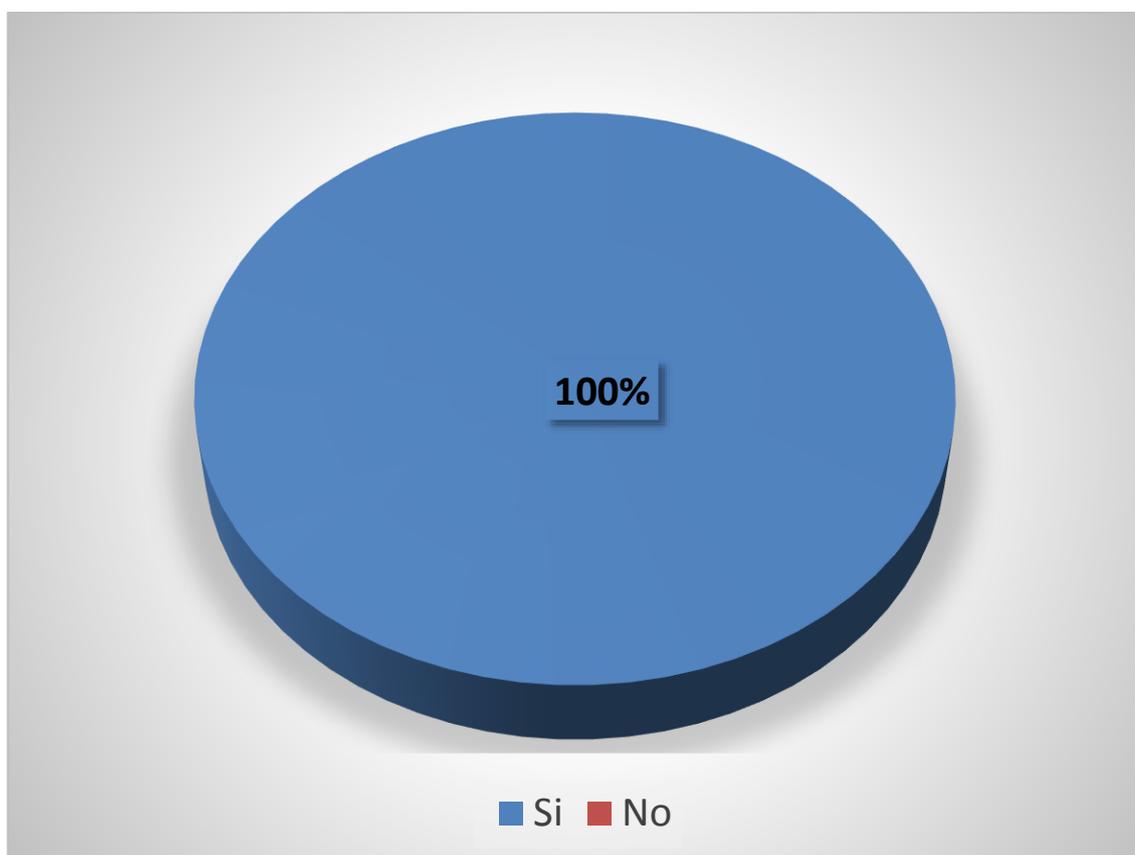
Cuadro 20. Solicitud de financiamiento externo

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	207	100
No	0	0
TOTAL	207	100

Fuente: Encuesta a los comerciantes de la Parroquia San Camilo

Elaborado: Autora

Gráfico 20



Análisis:

El 100% de los comerciantes encuestados expresaron que si han solicitado financiamiento para su empresa a las entidades privadas – externas, ya que necesitan para poder invertir en sus negocios o lo han hecho para poder arrancar

Pregunta 21. ¿Le exigen los estados financieros al solicitar un préstamo?

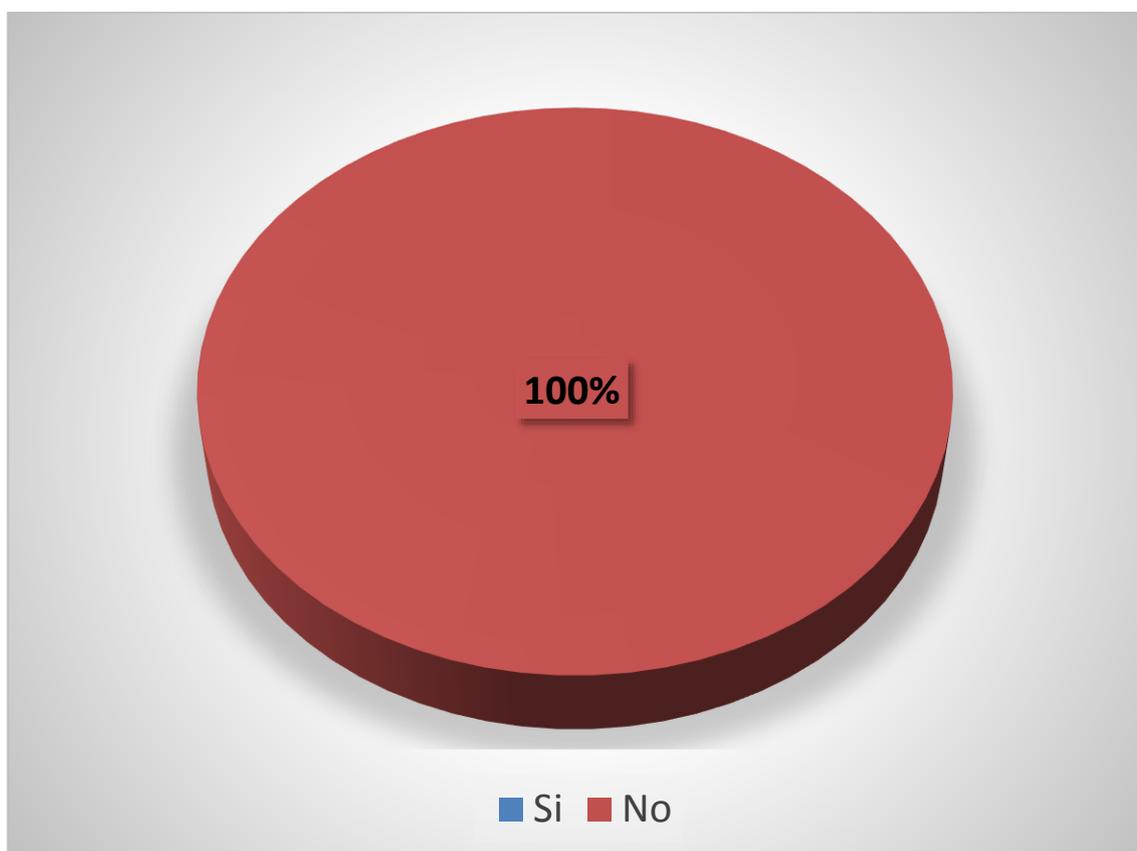
Cuadro 21. Solicitud de los estados financieros

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	0	0
No	207	100
TOTAL	207	100

Fuente: Encuesta a los comerciantes de la Parroquia San Camilo

Elaborado: Autora

Gráfico 21



Análisis:

El total de los comerciantes encuestados expresaron que no le exigieron los estados financieros al momento de solicitar un financiamiento para su empresa, debido que es necesario contar con un respaldo poder cubrir el valor del crédito que será otorgado

Pregunta 22. ¿Los bancos le han brindado facilidades para adquirir un crédito?

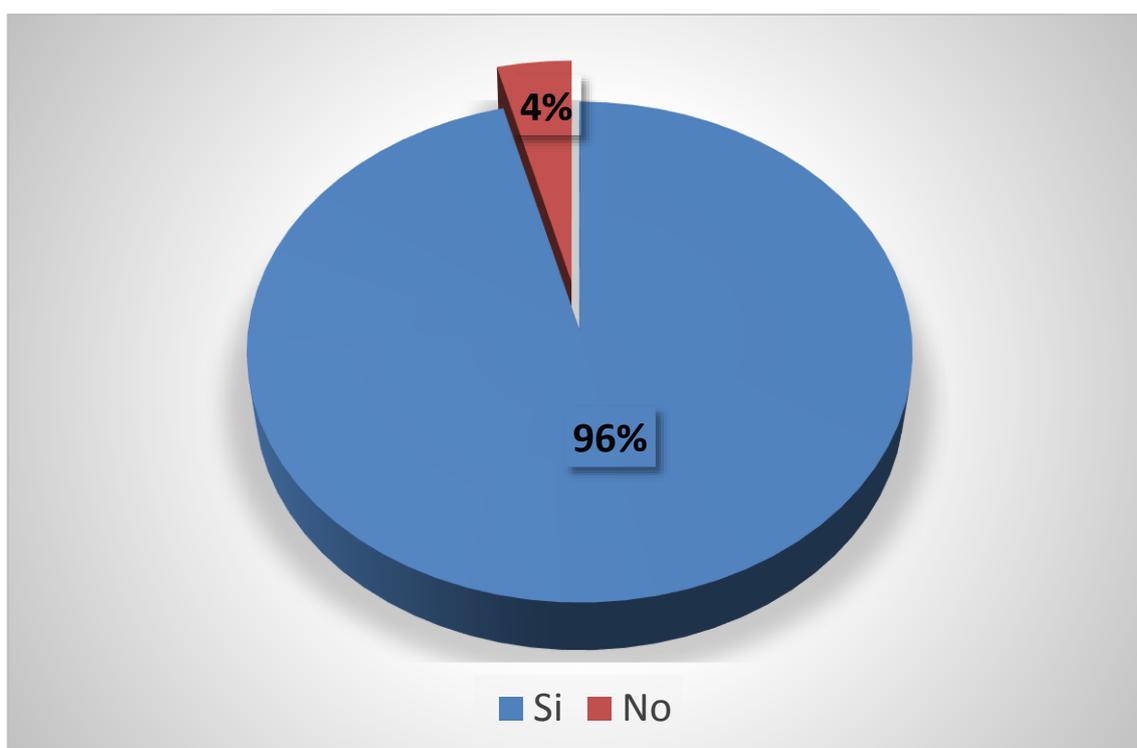
Cuadro 22. Facilidades para adquirir un crédito

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	198	96
No	9	4
TOTAL	207	100

Fuente: Encuesta a los comerciantes de la Parroquia San Camilo

Elaborado: Autora

Gráfico 22



Análisis:

Por medio de las encuestas el 96% de los comerciantes encuestados manifestaron que las entidades bancarias si le han dado facilidades para obtener un crédito, debido que poseen un buen historial crediticio o tienen un buen respaldo para el pago del crédito y el 4% expreso que no, debido que no cumplieron con los requisitos

Pregunta 23. ¿Cuándo recurre a un financiamiento por lo general donde lo hace?

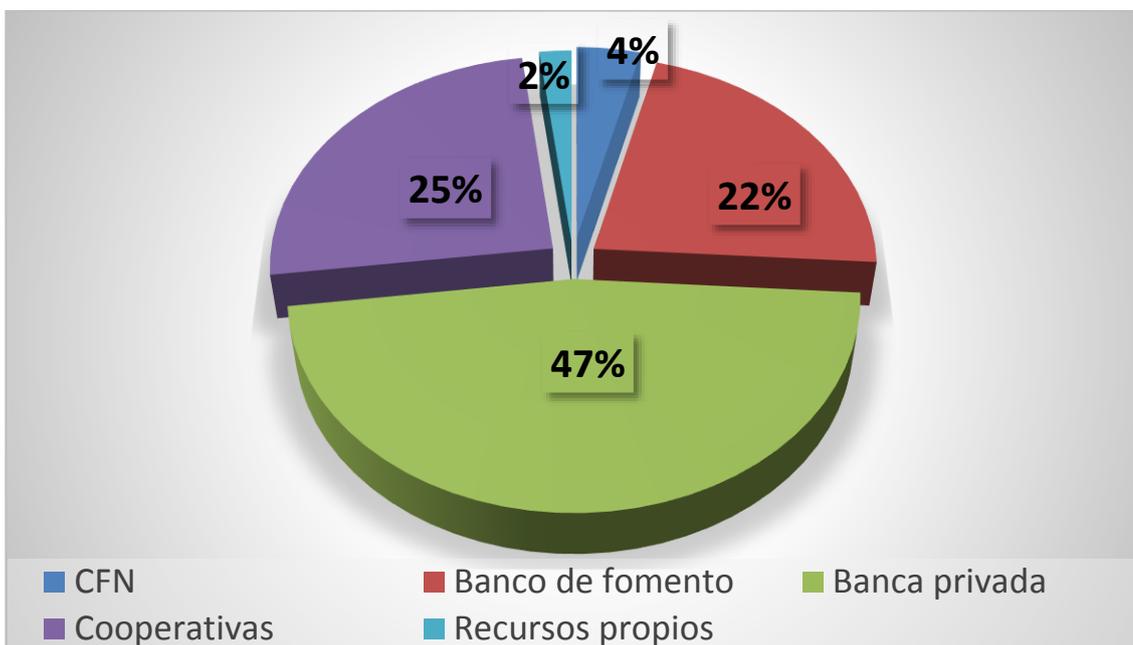
Cuadro 23. Financiamiento

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
CFN	8	4
Banco de fomento	46	22
Banca privada	98	47
Cooperativas	51	25
Recursos propios	4	2
TOTAL	207	100

Fuente: Encuesta a los comerciantes de la Parroquia San Camilo

Elaborado: Autora

Gráfico 23



Análisis:

El gráfico y cuadro anterior muestra que el 47% de los encuestados expresaron que acuden por un financiamiento para su empresas a bancos privados, el 25% a las cooperativas, el 22% al banco de fomento, el 4% CFN y el 2% utilizan recursos propios

Pregunta 24. ¿Por qué ha realizado financiamiento externo privado?

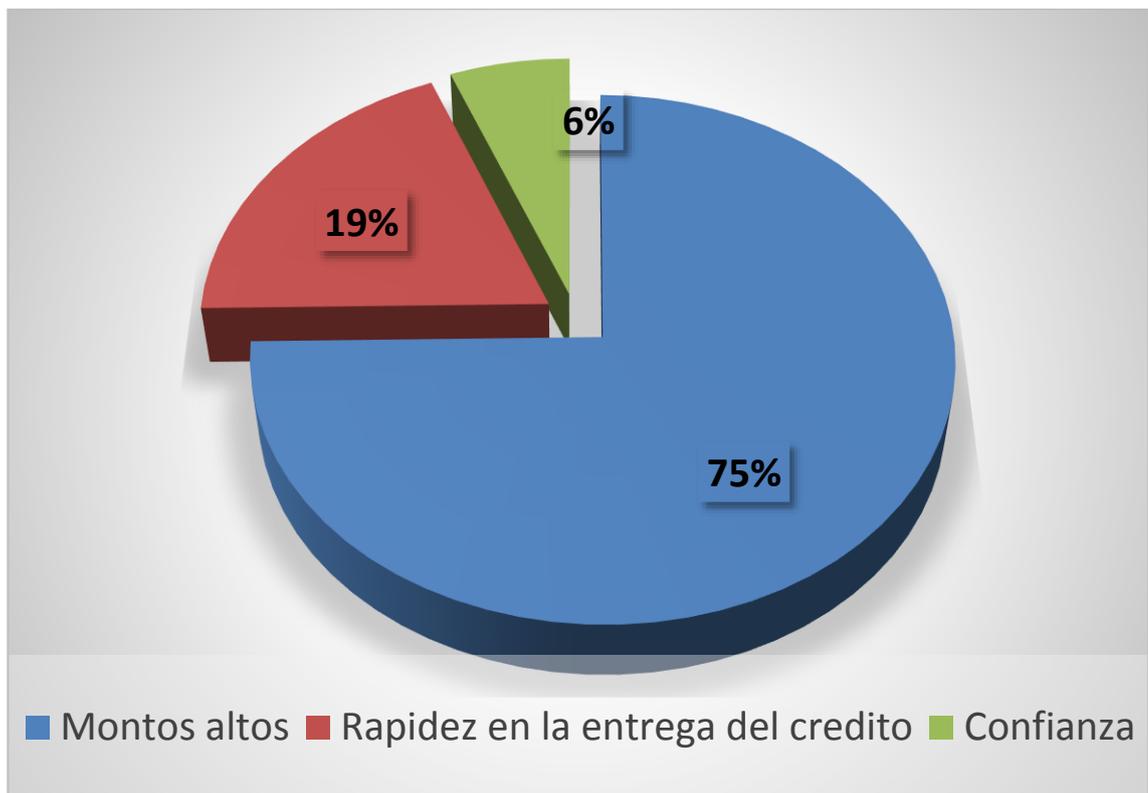
Cuadro 24. Financiamiento externo privado

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
Montos altos	154	74
Rapidez en la entrega del crédito	40	19
Confianza	13	6
TOTAL	207	100

Fuente: Encuesta a los comerciantes de la Parroquia San Camilo

Elaborado: Autora

Gráfico 24



Análisis:

Se puede observar en el cuadro y gráfico anterior que el 75% de los encuestados manifestaron que han realizados financiamientos externo –privado debido a sus montos altos de créditos, el 19% por la rapidez en la entrega del crédito y el 6% la confianza

Pregunta 25. ¿Cuántos créditos externos privados ha realizado?

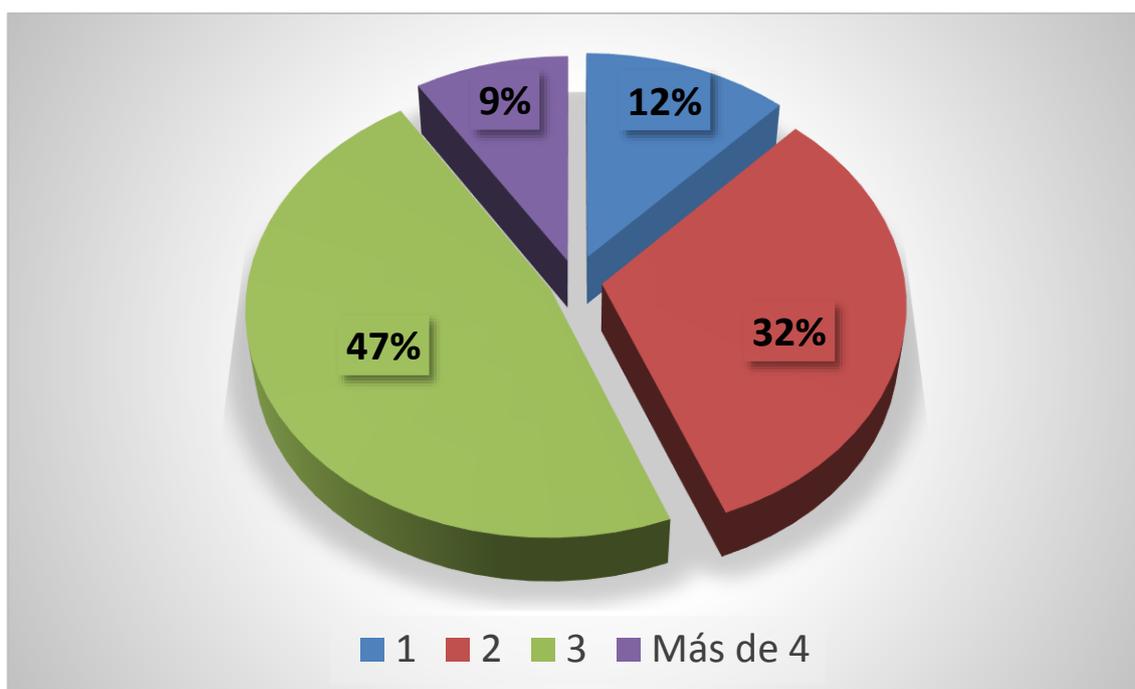
Cuadro 25. Créditos realizados

ALTERNATIVAS	RESPUESTA	PORCENTAJE
1	24	12
2	67	32
3	97	47
Más de 4	19	9
TOTAL	207	100

Fuente: Encuesta a los comerciantes de la Parroquia San Camilo

Elaborado: Autora

Gráfico 25



Análisis:

Por medio de las encuestas el 47% de los encuestados expresaron que realizaron 3 créditos a entidades externas privadas debido que han sido de pocas cantidades, el 32% 2 créditos, el 12% 1 solo crédito y el 9% han realizado más de 4 créditos ya que tienen un largo tiempo su empresa en el mercado

4.2. DISCUSIÓN

Mediante las encuesta se conoció que la mayor parte de las microempresas tienen una facturación promedio de \$ 1.000,00 dólares y poseen entre 5 a 10 empleados, lo que concuerda con **(Morales, 2012)**. Se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas

Los microempresarios expresaron que financian sus negocios con los recursos otorgados por una entidad bancaria para invertirlos en sus negocios en compra de nueva maquinaria o mercadería, lo que concuerda con **(Kloter, 2008)**. Se designa con el término de Financiamiento al conjunto de recursos monetarios financieros que se destinarán a para llevar a cabo una determinada actividad o proyecto económico

Los microempresarios en su mayoría han realizados tres créditos para invertir en sus negocios, así mismo algunos de ellos actualmente mantienen un crédito con una institución financiera la que les ha permitido incrementar su productividad, lo que concuerda **(Kloter, 2008)**. Es el acto mediante el cual se invierten ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo. La inversión se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio, con el objetivo de incrementarlo. Dicho de otra manera, consiste en renunciar a un consumo actual y cierto, a cambio de obtener unos beneficios futuros y distribuidos en el tiempo

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

El 80% de las MIPYMES de la Parroquia urbana San Camilo del cantón Quevedo utilizan el control de ingresos y egresos para sus finanzas. Además el 80% no poseen o no han tenido acceso a los programas de apoyo para microempresas por parte del gobierno

El 96% de los microempresarios han realizados créditos para poder invertir en sus negocios lo cual lo han calificado como oportunos. También el 75% de ellos manifestaron que el destino que le dieron al crédito recibido fuera para invertir en sus negocios

El 100% de los microempresarios expresaron que ellos utilizan como fuente de financiamiento el privado – externo por tener montos altos para el crédito. Además el 47% de ellos que para el financiamiento de sus negocios utilizan a bancos privados seguidos por cooperativas

5.2. RECOMENDACIONES

Las PYMES de la Parroquia urbana de San Camilo deben elaborar estados financieros para poder identificar su situación real en el mercado y sacar provecho en la gestión de la empresa, para utilizarlos como una herramienta de toma de decisiones

Mediante una ley específica el Ministerio de Industrias, productividad, Cámara de Comercio de Quevedo fomente a las MIPYMES, ya que son un motor de desarrollo y fuentes de trabajo

Crear el fondo para el financiamiento de las PYMES que sea exclusivo para el sector, además de desarrollar y fortalecer las competencias de los gobiernos locales para el desarrollo de las PYMES.

CAPÍTULO VI
BIBLIOGRAFÍA

6.1. LITERATURA CITADA

Andrade. (2009). Diccionario de economía. Andrade.

Baca. (2009). Evaluación y Administración de proyectos. Colombia: Ecoe ediciones.

Brealey. (2012). Fuentes de financiación de la empresa. Estados Unidos: Mc Graw Hill.

Chiavenato. (2010). Introducción a la teoría general de la administración. McGraw-Hill Interamericana.

Davalos. (2009). Fundamentos de preparación y evaluación de proyectos de inversión. Bogota.

Ferrel. (2009). Introducción a los negocios en un mundo cambiante. McGraw-Hill.

Fischer. (2009). Mercadotecnia . Mc Graw Hill.

Horne, V. (2008). Fundamentos de administración financiera . Mexico: Prentice Hall.

Kloter. (2008). Dirección de Marketing: Conceptos esenciales. Prentice Hall.

Lamb. (2009). Marketing. International Thomson Editores.

Morales. (2012). Las Pymes en Ecuador. Bolentin emitido por la Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador.

Murcia. (2009). Proyecto, Formulación y criterios de evaluación . Alfaomega.

Oliveira. (2009). Teoría de la administración. International Thomson Editores.

Pallares. (2008). Hacer empresa: Reto. Nueva empresa.

Richard. (2009). Mercadotenia. Ediciones continental.

Rodríguez. (2009). Como aplicar la planeación estratégica a la pequeña y mediana empresa. Mexico : CengageLearning editores.

Romero. (2010). Marketing. Palmir E.I.R.L.

Sapag. (2009). preparación y evaluación de proyectos. New York: McGraw.

SENPLADES. (2010). financiamiento a las Pymes en Ecuador. Quito: Ecoe ediciones.

Stanton. (2011). Fundamentos de marketing. Mc Graw-Hill Interamericana.

CAPÍTULO VII
ANEXOS

**ANEXO 1. ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS DE LAS MIPYMES
DE LA PARROQUIA URBANA SAN CAMILO DEL CANTÓN QUEVEDO.**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACION FINANCIERA**

1.- ¿Cuántos años tiene operando su empresa?

- a) 1 – 5 ()
- b) 5 – 10 ()
- c) 10 – 15 ()
- d) Más de 15 ()

2.- ¿Cuál es la actividad a la que se dedica su microempresa?

- a) Comercial ()
- b) Industrial ()
- c) Servicio ()

3.- ¿Cuál es el destino de las ventas de su empresa?

- a) Local ()
- b) Nacional ()
- c) Internacional ()

4.- ¿Cuáles son sus principales clientes?

- a) Consumidor final ()
- b) Distribuidores ()
- c) Otras empresas ()

5.- ¿Cuenta con acceso su empresa a los programas de apoyo del gobierno?

a) Si ()

b) No ()

6.- ¿Cuántos empleados poseen en su empresa actualmente?

a) De 1 a 5 ()

b) De 5 a 10 ()

c) De 15 a 20 ()

7.- ¿Cuánto en la facturación en promedio mensual que realiza su empresa?

a) Menor de 1.000 dólares ()

b) De 1.000 a 100.000 dólares ()

c) Más de 100.000 dólares ()

8.- ¿Cómo lleva las finanzas de su empresa?

a) Estados financieros ()

b) Control de ingresos y egresos ()

c) Otros ()

9.- ¿Cuenta con servicios de tecnología en su empresa?

a) Si ()

b) No ()

10.- ¿La última adquisición de maquinarias o equipos hace cuánto tiempo fue?

a) Menor de 5 años ()

b) 5 – 10 años ()

c) Más de 10 años ()

11.- ¿Ha realizado créditos para invertir en su microempresa?

a) SI ()

b) NO ()

12.- ¿Los créditos que le han brindado puede usted considerarlos como oportunos para realizar su inversión?

- a) Siempre ()
- b) A veces ()
- c) Rara vez ()
- d) Nunca ()

13.- ¿Cuáles han sido los montos de que recibió por el crédito que ha solicitado para su empresa?

- a) Menor de 5.000 dólares ()
- b) De 5.000 a 20.000 dólares ()
- c) Más de 20.000 dólares ()

14.- ¿Cuáles han sido los plazos que han recibido para el pago de los créditos?

- a) Menor a 5 años ()
- b) Mayor a 5 años ()

15.- ¿Cuál es el destino que le ha dado a los créditos solicitados?

- a) Inversión en el negocio ()
- b) Cuentas por pagar ()
- c) Otros ()

16.- ¿Actualmente se encuentra pagando un crédito en una entidad bancaria?

- a) SI ()
- b) NO ()

17.- ¿Considera usted que ha mejorado la productividad de su negocio con el crédito recibido?

- a) Poco ()
- b) Medianamente ()
- c) Nada ()

18.- ¿Se le ha dificultado realizar un préstamo en alguna institución financiera?

a) SI ()

b) NO ()

19.- ¿Cuáles son fuentes de financiamiento de su empresa?

a) Personales - internas ()

b) Privadas - externas ()

20.- ¿Ha solicitado financiamiento externos para su empresa?

a) SI ()

b) NO ()

21.- ¿Los exigen los estados financieros al solicitar un préstamo?

a) SI ()

b) NO ()

22.- ¿Cuándo recurre a un financiamiento por lo general donde lo hace?

a) SI ()

b) NO ()

23.- ¿Por qué ha realizado financiamiento externo privada?

a) Montos altos ()

b) Rapidez en la entrega del crédito ()

c) Confianza ()

25.- ¿Cuántos créditos externos privados ha realizado?

a) 1 ()

b) 2 ()

c) 3 ()

d) Más de 4 ()

ANEXO 2. ESTUDIO DE CAMPO



