



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE INGENIERÍA FINANCIERA

“EL NIVEL DE ENDEUDAMIENTO Y SU INCIDENCIA EN LA
CONSOLIDACIÓN EN EL MERCADO DE LAS PYMES DE LA CIUDAD
DE AMBATO”

**INFORME DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE:
INGENIERA FINANCIERA**

Autor: MARITZA SUSANA LLANOS MÍGUEZ

Tutor: ING. MAURICIO SÁNCHEZ

Ambato – Ecuador

2014

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi carácter de tutor del Trabajo de Grado presentado por la señorita: MARITZA SUSANA LLANOS MÍGUEZ, con Cédula de Identidad N° 180424663-3, para optar al título de INGENIERA FINANCIERA. Considero que dicho trabajo reúne los requisitos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe y con los requisitos y méritos suficientes para su aprobación.

En la ciudad de Ambato, a los 21 días del mes de Julio de 2014



Tutor
Ing. Mauricio Sánchez

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Título de la tesis: “El nivel de endeudamiento y su incidencia en la consolidación en el mercado de las PYMES de la Ciudad de Ambato”

Candidata: MARITZA SUSANA LLANOS MÍGUEZ

El presente informe de investigación es un requisito parcial para optar al grado y título de: INGENIERA FINANCIERA, en cumplimiento de los requisitos que señala el Reglamento Interno de la Facultad de Contabilidad y Auditoría y del Reglamento de la Universidad Técnica de Ambato.

Miembros del tribunal de grado:


Econ. Diego Proaño
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL


Ing. Ana Córdova
MIEMBRO DEL TRIBUNAL


Dr. Mauricio Arias
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AUTORÍA

La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en el trabajo de investigación con el tema: “EL NIVEL DE ENDEUDAMIENTO Y SU INCIDENCIA EN LA CONSOLIDACIÓN EN EL MERCADO DE LAS PYMES DE LA CIUDAD DE AMBATO”, corresponde exclusivamente a MARITZA SUSANA LLANOS MÍGUEZ con C.I. # 180424663-3 Autora del informe de investigación.



A handwritten signature in blue ink, reading "Maritza Llanos", is positioned above a horizontal line. The signature is stylized and cursive.

MARITZA SUSANA LLANOS MÍGUEZ
C.I. # 180424663-3
AUTORA

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación va dedicado a mis padres y hermanas, que han sido mi apoyo en todo momento y a todos quienes sin mencionarlos me brindaron ayuda para alcanzar esta meta importante en mi vida profesional.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios por darme paciencia y sabiduría para poder culminar esta etapa en la vida.

A los señores docentes de la Facultad de Contabilidad y Auditoría que fueron quienes impartieron sus conocimientos para mi formación, a los señores directivos de las Pymes carroceras por la apertura y colaboración para desarrollar el tema de investigación.

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL EXAMINADOR	iii
AUTORÍA.....	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	ix
ÍNDICE DE TABLAS	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT.....	xiii
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I.....	2
EL PROBLEMA.....	2
1.1 Tema.....	2
1.2 Planteamiento del problema	2
1.2.1 Contextualización	2
1.2.2 Análisis crítico	10
1.2.3 Prognosis	12
1.2.4 Formulación del problema.....	13
1.2.5 Preguntas directrices	14
1.2.6 Delimitación	14
1.3 Justificación	14
1.4 Objetivos.....	15
1.4.1 Objetivo general.....	15
1.4.2 Objetivos específicos.....	16
CAPÍTULO II.....	17
MARCO TEÓRICO	17
2.1 Antecedentes Investigativos	17

2.2 Fundamentación Filosófica	20
2.3. Fundamentación Legal	23
2.4 Categorías Fundamentales.....	28
2.4.1 Marco Conceptual Variable Independiente.....	30
2.4.2 Marco Conceptual Variable Dependiente	42
2.5 Conceptualización de la Hipótesis	63
2.6 Señalamiento de Variables	63
CAPITULO III.....	64
METODOLOGÍA	64
3.1. Enfoque de la investigación	64
3.2. Modalidad básica de la investigación.....	65
3.3. Nivel o tipos de Investigación Social.....	65
3.4. Población y Muestra	66
3.5 Operacionalización de Variables.....	67
3.6. Técnicas e Instrumentos.....	69
3.7. Recolección de la información	69
3.8. Procesamiento de la información.....	70
CAPITULO IV.....	71
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	71
4.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	71
4.3. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS	82
CAPÍTULO V.....	89
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	89
5.1 CONCLUSIONES	89
5.2 RECOMENDACIONES	90
CAPITULO VI.....	91
PROPUESTA.....	91
6.1 DATOS INFORMATIVOS	91
6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	93
6.3 JUSTIFICACIÓN.....	94
6.4 OBJETIVOS.....	95
6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD.....	96

6.6 FUNDAMENTACIÓN	98
6.7 MODELO OPERATIVO.....	100
6.8. ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA.....	133
6.9. PLAN DE MONITOREO Y EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA....	136
BIBLIOGRAFÍA.....	139

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Árbol de problemas	12
Gráfico 2 Supraordinación	28
Gráfico 3 Subordinación	29
Gráfico 4 Índices de endeudamiento	71
Gráfico 5 Apalancamiento.....	72
Gráfico 6 Concentración del endeudamiento.....	73
Gráfico 7 Fuentes de Financiamiento	74
Gráfico 8 Tiempo de financiamiento que solicitan las pymes	76
Gráfico 9 ¿Qué tipo de Créditos Solicitan las pymes?	77
Gráfico 10 Participación en el mercado	78
Gráfico 11 ¿Promedio de tiempo de existencia de las pymes?	79
Gráfico 12 Patrimonio de las pymes	80
Gráfico 13 ¿Edad promedio de los socios de las pymes?	81
Gráfico 14 Margen Neto de Utilidad.....	82
Gráfico 15 Relación entre nivel de endeudamiento y Consolidación en el mercado.....	87
Gráfico 16 Plan Financiero	101
Gráfico 17 Endeudamiento de las pymes	104
Gráfico 18 Instituciones financieras que fomentan el sector carrocero..	104
Gráfico 19 CFN.....	125
Gráfico 20 Administración de la Propuesta.....	135

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de Operacionalización de la variable independiente: Alto nivel de endeudamiento	67
Tabla 2 Matriz de Operacionalización de la variable dependiente: Consolidación en el mercado	68
Tabla 3 Índices de endeudamiento	71
Tabla 4 Apalancamiento.....	72
Tabla 5 Concentración del endeudamiento	73
Tabla 6 Fuentes de Financiamiento	74
Tabla 7 Tiempo de financiamiento que solicitan las pymes.....	75
Tabla 8 Tiempo de financiamiento que solicitan las pymes por año	75
Tabla 9 ¿Qué tipo de Créditos Solicitan las pymes?.....	76
Tabla 10 Participación en el mercado.....	77
Tabla 11 ¿Promedio de tiempo de existencia de las pymes?	78
Tabla 12 Patrimonio de las pymes	79
Tabla 13 ¿Edad promedio de los socios de las pymes?	80
Tabla 14 Margen Neto de Utilidad.....	81
Tabla 15 Análisis de Regresión Calcular valores de a y b	86
Tabla 16 Cálculo.....	86
Tabla 17 NECESIDAD DE INVERSIÓN.....	105
Tabla 18 FODA de las pymes del sector carrocero	105
Tabla 19 Matriz de Factores Externos	106
Tabla 20 Matriz de Factores Internos	107
Tabla 21 Cuadro de Inversiones	111
Tabla 22 Cuadro de Costos y Gastos.....	112
Tabla 23 Modelo OP 262 Bus escolar	114
Tabla 24 Modelo OP 028 mini bus urbano.....	118
Tabla 25 Flujo de efectivo Proyectado.....	132
Tabla 26 Cronograma para el plan de monitoreo y evaluación.....	137

RESUMEN

EL NIVEL DE ENDEUDAMIENTO Y SU INCIDENCIA EN LA CONSOLIDACIÓN EN EL MERCADO DE LAS PYMES DE LA CIUDAD DE AMBATO.

La presente investigación realiza un alcance metodológico, para viabilizar la elaboración correcta de un plan financiero, con ello las pymes del sector carrocero y otras similares, puedan tener una estructura base para realizar un análisis completo de las inversiones que necesitan; así también, permitan dar a conocer las fuentes de financiamiento donde pueden acudir para cumplir con los requerimientos de inversión.

En esta investigación se presenta los siguientes objetivos que fueron alcanzados a entera satisfacción:

- ✓ Analizar la incidencia del nivel de endeudamiento en la consolidación en el Mercado de las PYMES de la ciudad de Ambato para valorar la Situación Financiera.
- ✓ Analizar qué nivel de endeudamiento tienen las PYMES consolidadas en el mercado, para plantear estrategias de acción
- ✓ Determinar las características de las PYMES consolidadas en el mercado, para contribuir al desarrollo de mejores estrategias competitivas
- ✓ Proponer un plan financiero para la consolidación de las PYMES en el mercado.

Por tanto; después de investigar y desarrollar la investigación a plenitud, se establecieron los siguientes resultados:

Las pymes según los datos investigados prefieren en un 60% a créditos de corto plazo, 21% a mediano plazo y un 19% créditos de largo plazo. Las pymes carroceras en estudio presentan en promedio una tendencia creciente, analizando una pyme individual como Carrocerías Altamirano presenta una tendencia a la baja pero con un margen de utilidad promedio de 15%, mientras que Marielhez Cia. Ltda. Tiene tendencia creciente pero

su margen de utilidad es en promedio de 1.5%.mEn promedio las pymes carroceras consideradas en la investigación tienen el 83.49% de sus Activos financiados por terceros y solo el 16.51% por sus dueños o accionistas.

Siendo así; con estos resultados y estas directrices se procedió a la estructuración de los capítulos comprendidos en esta investigación, en los que se detalla lo siguiente:

El capítulo I; menciona y da a conocer sobre la problemática, realiza un acercamiento más profundo a la realidad empresarial a nivel macro, meso y micro, planteándose objetivos medibles o alcanzables de investigación.

El capítulo II; fundamenta teóricamente el problema y sustenta el mismo para que pueda ser estudiado, así mismo, se conceptualiza las variables de investigación, y se plantea la hipótesis de investigación que debe ser comprobada.

El capítulo III; realiza el enfoque de la investigación, se establece la población y muestra, así como se realiza la operacionalización de las variables; también se establece los instrumentos que servirán para recoger la información y procesarla.

El capítulo IV; desarrolla el análisis e interpretación de datos recolectados en el campo, así también se procede a comprobar la hipótesis mediante en estadígrafo que permita aceptar o rechazar la misma.

El capítulo V; recoge las acciones de los capítulos anteriores, realizándose las conclusiones y recomendaciones a las que se llegó con la investigación; esto se lo realiza previo a la estructuración de la propuesta o solución al problema.

El capítulo VI; es el último capítulo del presente trabajo investigativo y desarrolla la solución al problema central por el cual se desarrolló la investigación, llamado también la propuesta investigativa es la parte sustancial y es el resultado al que se llegó con la investigación.

ABSTRACT

LEVEL AND ITS IMPACT ON DEBT CONSOLIDATION IN THE MARKET TOWN SMEs AMBATO.

This research takes a methodological scope, to make possible the proper preparation of a financial plan, thereby bodybuilder SMEs sector and others like it, may have a base structure for a complete analysis of the investments they need; well, to publicize funding sources where they can go to meet the investment requirements.

The following objectives were achieved to the satisfaction presented in this research:

- ✓ Analyze the impact of the level of debt in the consolidation in the market SMEs Ambato to assess the financial position.
- ✓ Analyze what level of debt are consolidated in the SME market.
- ✓ Determine the characteristics of SMEs in the consolidated market.
- ✓ Suggest a financial plan for the consolidation of SMEs in the market.

Thus; after researching and developing research correctly, the following results were established:

SMEs according to the investigated data preferred by 60% to short-term loans, 21% in the medium term and 19% long-term loans. Carroceras SMEs studied have on average a growing trend, analyzing an individual SME and Bodywork Altamirano has a downward trend but with an average profit margin of 15%, while Cia has Marielhez growing trend but its margin income is on average 1.5%. mEn average carroceras SMEs considered in the investigation have 83.49% of its assets financed by third parties and only 16.51% for their owners or shareholders.

Being so; with these results and these guidelines we proceeded to the structuring of the chapters included in this research, which details the following:

Chapter I; mentioned and disclosed on the issue, takes a deeper reality to the business macro, meso and micro approach, considering measurable or achievable research objectives.

Chapter II; the theoretical foundations and supports the same problem so it can be studied, also, the research variables is conceptualized, and the research hypothesis to be tested is raised.

Chapter III; performs research focus, population and sample set, and the operationalization of the variables is performed; the instruments used to collect and process information is also set.

Chapter IV; develops the analysis and interpretation of data collected in the field, so we proceed to test the hypothesis by allowing in statistician accept or reject it.

Chapter V; includes shares of the earlier chapters, conclusions and recommendations that came with the research is performed; this is done prior to the structuring of the proposal or solution.

Chapter VI; is the last chapter of this research work and develop the solution to the central problem in which the research was conducted, also called the research proposal and the substance of the result which was reached with the investigation.

INTRODUCCIÓN

El presente documento realiza un acercamiento a la problemática de endeudamiento de las pymes de la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua y la incidencia de esta en la consolidación de las mismas en el mercado. Para esto se utilizó el paradigma cuantitativo como metodología y enfoque de la investigación. Las pymes carroceras en la ciudad, son un sector potencialmente fuerte y seguro en el mercado, pero en su mayoría no cuentan con un plan financiero que les guie en el nivel de endeudamiento. Por tanto, la investigación orienta a las pymes, para que estas ejecuten de la mejor manera, un plan financiero en donde se cuente con un presupuesto detallado de cómo invertir y como esta inversión resulta positivo en la empresa; así mismo, orienta a las pymes para que estas tengan un acercamiento hacia las instituciones públicas y privadas y que apoyadas por estos organismos puedan acceder a préstamos para reinversión del negocio. Desarrollando los capítulos que estructuran el trabajo investigativo se pudo concluir que: Las pymes según los datos investigados prefieren en un 60% créditos de corto plazo, 21% a mediano plazo y un 19% créditos de largo plazo. Las pymes carroceras en estudio presentan en promedio una tendencia creciente, analizando una pyme individual como Carrocerías Altamirano presenta una tendencia a la baja pero con un margen de utilidad promedio de 15%, mientras que Marielhez Cia. Ltda., tiene tendencia creciente pero su margen de utilidad es en promedio de 1.5%. En promedio las pymes carroceras consideradas en la investigación tienen el 83.49% de sus Activos financiados por terceros y solo el 16.51% por sus dueños o accionistas. Y así, se pudo proponer un estudio de un plan financiero que potenciara a este sector para que mediante esta herramienta puedan realizar inversiones de mejor manera, siendo recuperables en menor tiempo y aumente la producción, plazas de trabajo y rentabilidad empresarial; permitiendo el crecimiento progresivo de las pymes carroceras.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Tema

“El nivel de endeudamiento y su incidencia en la consolidación en el mercado de las PYMES de la Ciudad de Ambato”

1.2 Planteamiento del problema

1.2.1 Contextualización

1.2.1.1 Contexto macro

En la actualidad existen empresas grandes, medianas y pequeñas, estas últimas se han desarrollado en grandes proporciones incrementando el Producto interno Bruto (PIB). Generando crecimiento en el Sector Económico y Financiero; para obtener estable la situación económica, todos colaboran con preparación análisis e interpretación de datos para tener capacidad de tomar decisiones concretas, precisas y las más adecuadas acorde a la necesidad.

En el Ecuador 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.

Para definir el concepto de la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME), es necesario conceptualizar primero a la empresa, no existe una definición unánime de estos conceptos, pues dependen de muchos factores y características; según Reyes, (1996, pág. 75) afirma que la empresa está integrada: a) por bienes materiales, b) hombres y c)

sistemas; y agrega que la empresa puede ser estudiada en cuanto al aspecto económico, jurídico, administrativo, sociológico y de conjunto Rodríguez (2002, pág. 48) define a la empresa como “un ente en donde se crea riqueza, y donde ésta permite que pongan en operaciones recursos organizacionales (humanos, materiales, financieros y técnicos) para transformar los insumos en bienes y servicios terminados, de acuerdo con los objetivos fijados por una administración” Entonces de acuerdo a su número de participantes y el capital se pueden dividir en pequeñas, medianas y grandes empresas.

Por lo general en nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas entre las que se puede destacar lo siguiente:

- Comercio al por mayor y al por menor.
- Agricultura, silvicultura y pesca.
- Industrias manufactureras.
- Construcción.
- Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.
- Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- Servicios comunales, sociales y personales.

Las PYMES en nuestro país se encuentran principalmente en la producción de bienes y servicios, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, es por ello que se constituyen en un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo.

Las PYMES aportan en un 30% al Producto interno Bruto (PIB), según los resultados dados por el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC). “Era un dato que no conocíamos e indudablemente saber que el 30% del PIB lo están generando Pymes es fundamental, así como el de

generación de empleo, con casi la mitad de todos los del sector privado”, manifestó el viceministro Luis Álvarez.

El estudio resaltó que el registro de Pymes ante el MEIC creció un 254% entre 2011 y 2012, al pasar de 4.000 a más de 10.000 en ese periodo, aunque las pymes activas suman 5.120 empresas ni el 50% de las que registraron su apertura, es decir de cada 10 que se abren solo 5 de estas se encuentran activas en el mercado en el lapso de un año. De todas las registradas, el 69% son micro, 24% pequeñas y 6,5% medianas. La mayoría (93%) están registradas con cédula jurídica. El número de nuevas pymes tiene tendencia creciente pero su tiempo de vida en el mercado es corto, dentro de dos años empezará a notarse una baja en el índice de empresas activas. Según Zamorano, (1997, pág. 45) “La experiencia demuestra que el 50% de dichas empresas quiebran durante el primer año de actividad, y no menos del 90% antes de cinco años”.

El progreso de las PYMES se debe a algunas acciones tomadas por el Presidente Rafael Correa, como la preferencia que da a éstas en el portal de compras públicas, también el incremento de impuestos arancelarios en la importación de calzado para que esto no afecte a la producción nacional del mismo, por consiguiente motiva a que se consuma lo nuestro y se creen más plazas de trabajo.

El Estado Ecuatoriano tiene como objetivo “promover niveles y relaciones entre las tasas de interés pasivas y activas que estimulen el ahorro nacional y el financiamiento de las actividades productivas, con el propósito de mantener la estabilidad de precios y los equilibrios monetarios en la balanza de pagos” (Art. 302 y 303). Competir contra la importación de productos que también se producen en Ecuador, dentro de estas está el sector del calzado que para ayudar en su producción, el Gobierno Nacional incluyó un nuevo régimen, dispuso -desde el 1 de julio de 2010- un arancel mixto para el ingreso del producto, que consiste en el cobro de un porcentaje como derecho ad valorem (que se aplica sobre el valor total de la mercadería). Se estableció el arancel ad valorem del 10%,

más un arancel de 6% por cada par de zapatos que ingrese al mercado ecuatoriano. En la industria carrocera apoyó con capacitaciones,

1.2.1.2 Contexto meso

No solo las grandes empresas deben utilizar un adecuado manejo de sus recursos tanto humanos, materiales y financieros, Moreno, Joaquín (2005, págs. 65-70), dice que la Administración Financiera “es una fase de la administración general, que tiene por objeto maximizar el patrimonio de una empresa a largo plazo, mediante la obtención de recursos financieros por aportaciones de capital u obtención de créditos, su correcto manejo y aplicación, así como la coordinación eficiente del capital de trabajo, inversiones y resultados, mediante la presentación e interpretación para la toma de decisiones acertadas” considerando estrategias financieras y dentro de esta se encuentran los objetivos financieros lo que la empresa se propone alcanzar, para determinar si lo está logrando o no, se debe utilizar índices o indicadores, hay un tipo para cada fase o etapa de la empresa por ejemplo para determinar el nivel de apalancamiento para (Herrera y Carvajal) “significa el nivel de ayuda que una empresa tiene con terceros o primeras personas” por ejemplo el costo de endeudamiento con un banco por el pago de intereses.

En la Provincia de Tungurahua existen grandes movimientos comerciales y financieros aunque no haya una base de datos disponible con el número exacto de PYMES, cuenta con microempresarios e inversionistas que destinan su tiempo y conocimiento en la creación de su propia empresa, pero no siempre su desarrollo es por el camino adecuado, la apertura de nuevos locales se realizan sin un previo estudio de mercado, hay inversiones que se realizan acorde a la necesidad del momento, de manera empírica, lo que llamamos suerte o repetición de momentos pasados pero no siempre sucede lo mismo, estamos atrasados con la tecnología y utilización de herramientas que facilite ampliar el panorama para conocer la Situación de la empresa, hay indicadores que ayudan a decidir lo más adecuado, lo que genere crecimiento empresarial, como

dice Briceño, (2006, pág. 20) “La utilidad, muchas veces no es suficiente para poder determinar si un negocio es rentable” confundimos o nos conformamos con la utilidad que genere sin saber si nos corresponde o no; es decir tener utilidad anual de \$5000 cuando se ha invertido \$60000, entonces no son empresarios exitosos, recién recuperará la inversión a los 12 años de funcionamiento, la empresa no es atractiva para los inversionistas preparados e informados.

Tungurahua es un sector comercial conformado en su mayoría por la Industria Carrocera, Textil, Medianas y Pequeñas empresas (PYMES) negocios artesanales y familiares que por trayectoria son manejados de forma empírica sin actualizaciones de las nuevas tendencias compitiendo con productos importados lo que les conlleva a pedir prestado recursos financieros sin saber qué efectos ocasionan en la empresa, al no estar en capacidad de analizar la situación, estas se deterioran y son absorbidas por empresas grandes ya sean nacionales o extranjeras con cimientos fuertes, la gran mayoría no utilizan las herramientas financieras, no determinan mediante el análisis la situación real, como se encuentran financieramente, realizando comparaciones un año respecto a otro si existe crecimiento o decrecimiento. Si en Tungurahua se aplicara la utilización de indicadores Financieros, el crecimiento económico y financiero fuera mayor, con datos que respalden y atraigan la financiación de empresarios externos exitosos que impulsarán el desarrollo y a su vez mejorarían las utilidades en cada venta.

En la actualidad las grandes empresas se benefician con la utilización de estos datos, por ejemplo, Corporación Favorita encontró un nuevo medio de financiamiento al vender sus acciones, mediante los indicadores los inversionistas saben si les será rentable o no depositar su dinero en dicha institución.

Las empresas carroceras podrán determinar con exactitud la solvencia y lo fuertes que se encuentran para competir con los vehículos importados desde los países fronterizos, los convenios que se realizan se deberían

utilizar a nuestro favor, competir para exportar y no solo para mantenerse al ritmo de la competencia extranjera dentro de nuestro país, los vehículos no solo se venden en la provincia sino a nivel nacional y porque no buscar un nuevo mercado como es el internacional, Tungurahua es una provincia situada en el centro del país, están cerca las provincias con mayor población, tanto el Oriente como la zona costera, además se debería aprovechar de esto para vender.

Según las cifras que brinda el MEIC: se abren más de 10000 empresas pero solo 5100 se encuentran activas, uno de los motivos es que la gran mayoría no utilizan las herramientas financieras, no determinan mediante el análisis la situación real, como se encuentran financieramente, realizando comparaciones un año con respecto a otro, si existe crecimiento o decrecimiento. Si en Tungurahua se aplicara la utilización de indicadores Financieros, el crecimiento económico y financiero fuera mayor, estabilizarse en el mercado al menor tiempo, con datos que respalden y atraigan la financiación externa, que impulsarán el desarrollo y a su vez mejorará las utilidades en cada venta, con mayor calidad y acogiendo clientela.

1.2.1.3 Contexto micro

Ambato es la Capital de la Provincia de Tungurahua, han pasado 64 años desde el terremoto de 1949 que arrasó con esta ciudad, los pobladores con su espíritu positivo retomaron sus actividades y lograron alzar nuevamente el Comercio, la venta de flores y frutas es una de las actividades más antiguas al igual que la fabricación de calzado que va de la mano con la producción de cuero y la metal mecánica.

Las microempresas trabajan con dinero que no es propio, más del 50% de los ingresos son destinados a pagos de préstamos lo restante se divide entre sueldos y pagos a proveedores dejando un pequeño porcentaje a utilidades.

Según la Superintendencia de Bancos y Seguros las Cooperativas de ahorro y Crédito destinan el 28.6% de sus recursos a créditos de microempresas en el año 2011 mientras que en año 2012 incrementa a 39.3%, otro factor que impulsa a la creación de microempresas, las tasas de interés legales están entre el 16% y el 19%, los requisitos para acceder a un préstamo en la Cooperativa San Francisco y el tiempo que se demora en otorgar el crédito tarda entre una o dos semanas cuando recurren a montos que sobrepasen los \$20000, para esto deben ser socios y tener una base de \$5000 y un garante o la otra forma es hipotecando un terreno o activos, que no es atractivo para los dueños, existen otras formas de adquirir dinero a tasas de interés más altas de las Instituciones Financieras pero que no exigen tanta documentación ni tiempo, las letras de cambio son los respaldos, en casos de emergencia y por facilidad acceden a préstamos no legales, que a la final pagan intereses sobre intereses es por esto que el gobierno nacional da recompensa a quién de información de los chulqueros, que cobran interés entre el 5% y 10% mensual dejando el capital intacto.

La producción de las Pymes carroceras se la realiza utilizando materia prima que se compra al mercado nacional e internacional es por eso que los costos varían de acuerdo al tipo de estructura, chasis, marca, modelo y los requerimientos de los clientes o a su vez de Cooperativas de transporte, en la misma fábrica se realizan varios procesos que constan de Montaje de Estructura, Forrado de Estructura, Preparación y Pintura, Electricidad y acabados. En cada proceso se realiza el control de las medidas acorde al tipo de bus ya que un tipo escolar y un interprovincial son diferentes, para cada uno existe un diseño y control de calidad para pasar a la siguiente fase, existe un maestro responsable de los obreros o colaboradores. El técnico de planta y el Encargado del control entregan el vehículo probando la ruta, el resto forma parte del Administrativo que factura y el Sr. Gerente entrega al cliente su respectivo automotor, ya que para las cooperativas de transporte el producto terminado, es su herramienta diaria de trabajo y exigen mejor calidad, cumpliendo las

normas ISO 9000, que se refiere a las especificaciones de calidad, y las normas INEN que son las especificaciones técnicas para el diseño y montaje de la carrocería.

Todo se realiza acorde al momento y la experiencia de los participantes de la Junta General, Gerente de planta, técnico de planta y el Departamento contable, siendo este un problema al no contar con un Departamento financiero, con una distribución adecuada de funciones, es decir la implantación de un organigrama funcional con personal adecuado a cada rama de especialización dentro de la empresa. Convirtiéndose en una toma de decisiones de forma empírica que perjudica a la empresa en general, desacuerdos entre un concepto y otro. Contabilidad se norma al reglamento contable y tributario, producción a las normas de calidad y técnicas, la compañía en si necesita una base en donde englobe y controle cada departamento para una toma de decisiones acertadas y enfocadas a toda la organización.

Considerando factores internos y externos debido a que no existe un departamento para cada una, la responsabilidad es de todos los integrantes.

Siendo uno de los principales problemas la reinversión de utilidades en la importación de chasis, dado que los costos que implica no son correctamente analizados por personal calificado o capacitado, no existe una comparación donde demuestre si es mejor comprar a consignación, efectivo o cuando ya haya interesados, debido a que el costo es representativo e indispensable para montar la carrocería. Dando esto por entendido que la utilización monetaria se realiza al cálculo nada más, de esta forma se realiza que las riendas financieras no son llevadas profesionalmente y son tomadas de acuerdo al conocimiento y trayectoria de los representantes.

El bajo coste proporciona defensas contra los proveedores poderosos dando más flexibilidad para enfrentarse a los aumentos de costos de los

insumos. Los factores que conducen a una posición de bajo costo por lo general también ponen sustanciales barreras de ingreso en términos de economías de escala o ventaja de costes. Una posición de bajos costes protege a la empresa contra las cinco fuerzas competitivas porque la negociación sólo puede continuar para erosionar las utilidades hasta que las del competidor que siga en eficiencia sean eliminadas, y debido a que los competidores menos eficientes serán los primeros en sufrir ante las presiones competitivas, mantener una cantidad de dinero para la inversión es difícil es por ello que optar por un crédito es lo más fácil.

1.2.2 Análisis crítico

Una posible causa para la creación de nuevas PYMES es el desempleo, un problema que afecta a nivel mundial. En Ecuador la tasa de desempleo reportada en junio de 2011 es el 6.36% y que al 2012 al mismo mes es el 5.19%, forma parte de este problema los jóvenes egresados o recién graduados que por falta de experiencia o desconocimiento en el ámbito real, no pueden conseguir un trabajo acorde a sus expectativas. Por ende la necesidad de trabajar exige a las personas adquirir obligaciones financieras con entes privados para la creación de su microempresa, de tal manera que las Cooperativas de Ahorro y Crédito han destinado sus fondos monetarios en un 48% a la concesión de microcréditos para las llamadas empresas emprendedoras con visión a futuro.

Para el MEIC, entre los años 2008 y 2012, hubo un incremento del 7, 4% en el registro de Pymes. La creación de microempresas es sencilla, los requisitos principales son dar un nombre al negocio; RUC, representante, patentes, la escritura de constitución; Registro Mercantil, Superintendencia de compañías, dependiendo del tipo de actividad, para lo cual existen asesores que ofrecen sus servicios y ayudan con toda la tramitación. El problema no se reporta en abrir sino en mantenerse en el mercado como ya antes se mencionó que en el MEIC el registro de

PYMES ascendió a 10000 empresas pero de estas solo 5120 están activas.

El empresario decide establecer su negocio basándose en su observación, un estudio de mercado hecho a percepción suya, lo que genera una cadena, un efecto a futuro es la absorción de la micro empresa por empresas grandes, quiebra o cierre de la misma y lo que generará desempleo, este también fue una causa como ya se mencionó por necesidades de dinero buscan crear fuentes ingresos y se decide formar la pequeña empresa. Entonces si el desempleo llevo a la creación de las pymes el cierre de las pymes generará desempleo.

Los obreros cuando aprenden el oficio se independizan por buscar incrementar sus ingresos, a futuro son competencia para los microempresarios que les abrieron sus puertas, que les enseñaron y les capacitaron a diario. Como vieron el desempeño de su fuente de trabajo anterior, deciden crear su propia empresa en base a la experiencia adquirida, esta es una causa más para que el entorno se vuelva complejo para las pymes, superar sus primeros años de vida es como la de un bebé, necesita que le alimenten en este caso de capital, para el trabajo diario, para la compra de materia prima y maquinaria, los ahorros son la base para la creación acompañado por préstamos, la medición del riesgo o los factores externos se dejan al tiempo.

Es difícil que una pequeña empresa se mantenga activa en el mercado con el pasar de los años; la competencia es elevada, por ejemplo, en el sector carroceros cantón Ambato de la provincia de Tungurahua se encuentran entre 30 y 40 microempresas, sobrevive la más fuerte y la que tenga un capital que ayude en los momentos difíciles, las cooperativas de ahorro y crédito son la principal fuente de financiamiento, pero ¿Cómo inciden las tasas de interés que se pagan con respecto a las ganancias que generan esta inversión?, ¿Qué efectos tendrán a futuro sostenerse por varios años por financiamiento? Respuestas que se están observando ya, como es el sobre endeudamiento que conlleva a la

quiebra de la misma. Además en Tungurahua las carrocerías construídas todavía no llegan a los mercados extranjeros.

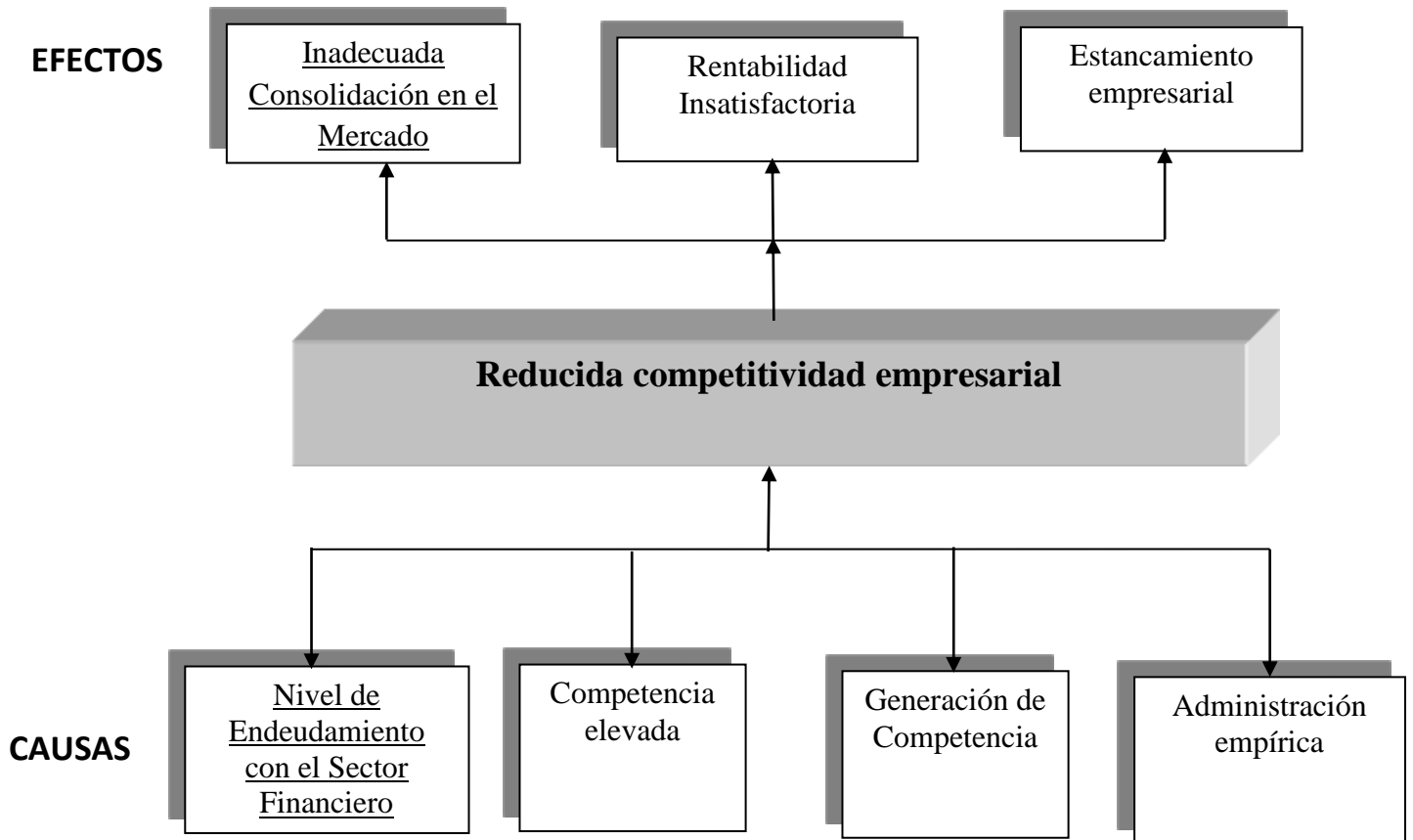


Gráfico 1 Árbol de problemas
Elaborado Por: LLANOS, Maritza

1.2.3 Prognosis

Para Las PYMES es muy claro que consolidarse en el mercado no se da de un día a otro, esto toma tiempo, lo que genera una rentabilidad insatisfactoria para los socios o dueños, al momento de realizar una actividad nueva se desconoce qué porcentaje de rentabilidad les proporcionará, se debe tomar en cuenta que una empresa que no tenga solvencia, tendrá muchos inconvenientes a futuro, esto influirá al momento de presentar los informes al departamento de Contabilidad ya que el apalancamiento Financiero no será el esperado, los Estados

Financieros revelaran los saldos de cada cuenta, por lo tanto en la interpretación y análisis de la situación real de la misma ante los socios y las Instituciones Financieras no serán atractivas para otorgar préstamos ni será tentativo para los inversionistas.

En el caso de no consolidarse en el mercado en los primeros años de existencia, creará problemas en cada departamento, para continuar con las actividades diarias incurrirán a préstamos. El riesgo corporativo será elevado, al evaluar la solvencia propia que posee la empresa los índices serán desfavorables de tal forma que los inversionistas se verán afectados, los proveedores protegerán sus carteras limitando sus préstamos que conlleva a comprar de contado y si no se cuenta con liquidez la materia prima será inestable no estarán los productos a tiempo y con clientes insatisfechos las ventas decaerán.

Los Problemas más frecuentes que pueden darse al no lograr consolidarse en el mercado son:

- ❖ Objetivos postergados
- ❖ Rentabilidad insatisfactoria
- ❖ Estancamiento empresarial
- ❖ Pérdida económica
- ❖ Cierre de la misma
- ❖ Absorción por empresas Grandes

1.2.4 Formulación del problema

¿Qué aspectos del Nivel de endeudamiento por la reducida competitividad empresarial inciden en la consolidación en el mercado de las PYMES de la ciudad de Ambato?

1.2.5 Preguntas directrices

¿Qué nivel de endeudamiento manejan las PYMES?

¿Qué características presenta las PYMES consolidadas en el mercado?

¿Qué herramientas de financiamiento puede utilizar el sector carrocerero como las más adecuadas para la consolidación de las PYMES en el mercado?

1.2.6 Delimitación

Campo: Finanzas

Área: Análisis Financiero

Aspecto: Nivel de endeudamiento y Consolidación en el Mercado

Espacial: El presente proyecto se desarrollara en las PYMES de la ciudad de Ambato.

Temporal: La investigación abarca el periodo 2013 desde el 1° de enero hasta el 31 de diciembre en las PYMES Carroceras de la ciudad de Ambato.

Poblacional: En la presente investigación los elementos de observación serán: Las PYMES Carroceras ubicadas en la ciudad de Ambato.

1.3 Justificación

La presente investigación contribuirá con el interés de resolver con esfuerzo participe y actitud científica el problema seleccionado, para que las PYMES sean más eficientes y eficaces, solucionando dificultades para que pueda consolidarse en el mercado generando plazas de trabajo.

La información que permitirá llevar a cabo este proyecto será obtenida de las PYMES, los reportes del MEIC y todo tipo de información, ayudando y

poniendo a disposición todos los recursos que sean necesarios para la realización de este proyecto de investigación.

Al tener todos los Estados Financieros acorde a los parámetros establecidos podrá interpretar cada una de las cuentas, medir el riesgo corporativo, evaluar la solidez financiera, formar una idea acerca del comportamiento de la organización, mediante la utilización de las herramientas financieras como son los indicadores de solvencia, calidad de activos, índices de morosidad, cobertura de cartera, eficiencia microeconómica, rentabilidad, liquidez, vulnerabilidad del patrimonio, índice de capitalización, etc. Determinará el nivel de endeudamiento, lo que necesita la empresa, contribuyendo al crecimiento de la misma, generar plazas de trabajo, contribuir en la economía nacional. Esto permitirá que las medidas adoptadas tengan buenos resultados en la salvaguarda de los recursos, y así verificar la exactitud de la información.

Los beneficiarios de este proyecto de investigación serán las PYMES mediante este análisis podrán conocer el nivel de endeudamiento y su incidencia dentro de la empresa, permitiendo consolidarse en el mercado, aumentar la productividad, promover la eficiencia, estimular en el cumplimiento de objetivos y metas. El cliente también será beneficiado al recibir productos de calidad al menor tiempo a precios accesibles porque la empresa al solucionar sus problemas financieros y al no tener que pagar las tasas de interés, optimizará recursos monetarios pero no para disminuir su calidad. Cumplir a cabalidad con las obligaciones tributarias y legales.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Analizar la incidencia del nivel de endeudamiento en la consolidación en el Mercado de las PYMES de la ciudad de Ambato para valorar la Situación Financiera.

1.4.2 Objetivos específicos

1. Analizar qué nivel de endeudamiento tienen las PYMES consolidadas en el mercado, para plantear estrategias de acción.
2. Determinar las características de las PYMES consolidadas en el mercado, para contribuir al desarrollo de mejores estrategias competitivas.
3. Proponer un plan financiero para la consolidación de las PYMES en el mercado.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes Investigativos

En la investigación de Abril (2013, págs. 105-110) sobre “Determinantes de Endeudamiento para el Sector Industrial Manufacturero Ecuatoriano en el período 2005-2010” se plantea como objetivos: “Determinar las variables de endeudamiento del Sector Industrial manufacturero ecuatoriano, mediante el estudio de las variables de mayor relevancia han tenido en este sector, para comprobar si las formas de financiamiento utilizadas son apropiadas para lograr su desarrollo”. Se plantea como objetivos “Determinar las variables relevantes de los niveles de endeudamiento de las empresas que se encuentran en el sector industrial manufacturero. Establecer si el endeudamiento está relacionado con el tamaño de la actividad del sector manufacturero. Definir si los gastos influyen en el nivel de endeudamiento del sector industrial manufacturero ecuatoriano.” Luego de un profundo análisis tomando en cuenta el método de análisis de datos la regresión lineal el autor llega a las siguientes conclusiones. “La industria pasó a ser importante en la economía del Ecuador después de todos los cambios que se dieron durante las revoluciones industriales a lo largo del tiempo pasando por cambios como la máquina de vapor, la electricidad, hasta la tecnología avanzada que es lo que tenemos en la actualidad, siendo el sector de mayor importancia después del sector comercio convirtiéndose en el que proporción más empleo. Con el desarrollo del sector del sector industrial manufacturero se pretende erradicar la pobreza y mejorar los estándares de vida por medio de la producción, este sector comercio que emplea a 106507 personas, después del sector comercio que emplea a 108971 personas según datos

de la Superintendencia de compañías para el año 2011, proporcionando trabajo este ayuda al desarrollo económico del país y por esto el Estado está apoyándolo. Dentro del sector industrial manufacturero se puede observar que sus subsectores no tienen un desarrollo equitativo, unos se han desarrollado más que otros, esto es ocasionado por escases de recursos para cada uno de ellos, leyes que los apoyen, desarrollo tecnológico y los requerimientos de la sociedad, y por todo esto en especial por la escases de recursos es importante que se definan los determinantes de endeudamiento que contribuyan al desarrollo del sector en base a los balances del año 2005 al 2010 proporcionados por la Superintendencia de Compañías.”

Este estudio aporta a la investigación por sus similitudes y el resultado al que el autor llega, siendo rescatable del contexto la necesidad de inversión que tienen los sectores manufactureros y como plantear estrategias frente a la problemática.

En el estudio de Farfán & Faicán (2012) sobre “Plan de negocios para la empresa Carrocerías Faicán” se planteó los siguientes objetivos: Especificación de los objetivos y criterios correspondientes que se utilizaran para la evaluación del diseño correspondiente. Estimación de la demanda del producto o servicio del sistema. Requerimiento de los espacios para los elementos de la distribución. Implementar nueva tecnología en los procesos de fabricación”. Luego de un profundo análisis tomando en cuenta el método de análisis de datos la regresión lineal el autor llega a las siguientes conclusiones: “La estrategia que llevara a Carrocerías Faicán a establecer una ventaja competitiva frente a sus competidores, será la diferenciación por sus tiempos de entrega y la calidad de sus productos mediante implementación de nueva tecnología en su proceso de fabricación, capacitación del personal y un correcto layout de planta. La importancia de establecer los lineamientos del marketing mix para que de acuerdo a la estrategia planteada llegar al segmento de mercado idóneo, con una correcta técnica de comunicación,

distribución que no dificulte la relación consumidor – empresa y con un margen de precio de acuerdo al sector industrial. Se definió una estructura administrativa para de buen funcionamiento de la empresa, estableciendo el organigrama, manual de funciones y código de ética, mediante los cuales se lograra que los colaboradores asuman responsabilidades, la comunicación dentro de la organización sea más fluida y la cultura organizacional sea asumida por todos.

Los autores se enfocan en la necesidad de establecer las inversiones mediante un plan de negocios, esto con la finalidad de medir la factibilidad económica y de mercado; así como, plantear estrategias que fortalezcan la competitividad empresarial.

En la investigación de Zaghi (2012) con tema “Diseño de un Plan Estratégico y Organizacional para mejorar la Producción y Comercialización de Carrocerías Metálicas Caso: Carrocerías Cuenca” se llegaron a cumplir con los siguientes objetivos de investigación: “Diseñar un Plan Estratégico y Organizacional para mejorar la producción y comercialización de carrocerías metálicas, logrando un direccionamiento estratégico de la empresa y sus procesos, con el propósito de cubrir con eficiencia y eficacia las necesidades del cliente, a través de la modernización de sus diseños; programación, ejecución y control de actividades propias de la construcción de carrocerías metálicas. Realizar un Análisis Situacional para conocer las causas que originan el problema de reducción de la producción y comercialización de carrocerías, comparando las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa. Realizar un Análisis de Competitividad para conocer las oportunidades y amenazas de la empresa frente a la competencia. Realizar una investigación de mercado para conocer el posicionamiento de la empresa en el mercado carrocerero. Realizar una investigación bancaria para conocer la factibilidad de crédito a mediano plazo hacia el sector. Realizar el Plan Estratégico y Organizacional de la empresa”. Así mismo, realizado un análisis exhaustivo el autor determino qué es factible

el incremento de la producción y la rentabilidad, así como minimizar los efectos de competencia tanto nacional como extranjera, si Carrocerías “CUENCA” logra la implementación de las siguientes acciones: “Ejecución del Plan Estratégico y Organizacional, cumpliendo los objetivos establecidos y aplicando oportunamente las estrategias. Para la implementación del Plan Estratégico y Organizacional se requiere de cambio de tecnología, incremento del capital de trabajo, nueva estructura orgánica, mayor publicidad del producto, implementación de políticas de financiamiento directo y completo, a fin de lograr mayor producción y por ende mayor rentabilidad. Otra situación importante, es la de evitar el trabajo por parcelas, y propiciar el trabajo en equipo, tomando en consideración la secuencia lógica de los procesos y la participación oportuna de cada Unidad en los mismos, para así lograr reducción de tiempos y costos. Qué la centralización de autoridad observada en la estructura organizacional de la empresa, la cual no permite una adecuada comunicación, coordinación e integración entre las diferentes unidades, se neutralizará cambiando el estilo administrativo y de liderazgo aplicado por la Gerencia General, ya que no obstante de optar por una de las sugerencias de estructura organizacional, ésta no funcionaría si no se desconcentra la autoridad”.

Esta investigación aporta por el contexto que realiza en cuanto al planteamiento de estrategias y líneas de acción que permiten a la empresa carrocera que estudia el autor para que pueda consolidarse en el mercado e incrementar su rentabilidad, a través de un adecuado estudio de comercialización e inversiones adecuadas.

2.2 Fundamentación Filosófica

En esta investigación se adopta el paradigma positivista debido a que se acoge a una situación cuantitativa, analizando datos que se extraen de los estados financieros de las pymes teniendo como finalidad de la investigación describir y explicar la realidad económica del objeto de

investigación (Reducida Competitividad empresarial), bajo razonamientos de objetividad, para comprobar de forma lógica y matemática los enunciados formulados (hipótesis).

Para SUÁREZ (1991), la filosofía del proceso, en su visión especulativa del mundo afirma que la realidad básica está basada en constante proceso de flujo y cambio, de hecho la realidad se identifica con un proceso puro. Este proceso de transformación requiere que el empresario o director de producción tome decisiones con miras a lograr que un producto de la calidad y en la cantidad deseadas con tecnología de punta, para que los pedidos sean entregados en la fecha establecida a un costo mínimo.

El enfoque hoy imperante en la Ciencia (tecnológico, cuantitativo y lucrativo) considera la aplicación del saber cómo la meta científica, y un bien en sí, que se realiza para conseguir una recompensa monetaria.

No obstante esta postura se fundamenta filosóficamente en el aporte de los británicos (Bacom, Newton, & Smith, 1989) quienes desarrollan sus fundamentos desde sus creencias religiosas. Así a más de dejar en evidencia la unidad que representa la Ciencia Tecnológica y las Humanidades, esta conjugación resulta conveniente para poder enmendar reflexivamente el rumbo meramente lucrativo de la Ciencia actual, por las consecuencias negativas que ello tiene.

Según, Villacís, (2009, pág. 45) También denominado paradigma cuantitativo, empírico-analítico, racionalista, es el paradigma dominante en algunas comunidades científicas. Tradicionalmente la investigación en educación ha seguido los postulados y principios surgidos de este paradigma.

El positivismo es una escuela filosófica que defiende determinados supuestos sobre la concepción del mundo y del modo de conocerlo:

- a) El mundo natural tiene existencia propia, independientemente de quien estudia.
- b) Está gobernado por leyes que permiten explicar, predecir y controlar los fenómenos del mundo natural y pueden ser descubiertas y descritas de manos objetiva y libre de valor por los investigadores con métodos adecuados.
- c) El objetivo que se obtiene se considera objetivo y factual, se basa en la experiencia y es válido para todos los tiempos y lugares, con independencia de quien lo descubre.
- d) Utiliza la vía hipotético-deductiva como lógica metodológica válida para todas las ciencias.
- e) Defiende la existencia de cierto grado de uniformidad y orden en la naturaleza.

Concluyendo esta teoría se nota que el paradigma positivista está dado por ser dominante en algunas comunidades científicas ya que proviene de una escuela filosófica en la cual se crean supuesto de la vida en general, aun con conocimiento de ella, se da por la creación de una concepto hipotético sobre un tema educativo estudiado y del cual se encuentra una solución después de su investigación.

Fundamentación Tecnológica

El desarrollo de la Tecnología permite que una persona desde su casa tenga acceso a toda la información que desea, en el caso de nivel de endeudamiento por medio de la Dirección Nacional de Registro de Datos Públicos o páginas privadas, si una persona desea adquirir un crédito solo basta dar el número de identificación y la autorización para que puedan

observar el estado de cuenta del mismo de una manera resumida, simple y franca.

2.3. Fundamentación Legal

Código orgánico de la producción, comercio e inversiones

LIBRO III

DEL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS, Y DE LA DEMOCRATIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN.

TITULO I

Del Fomento a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa

Capítulo I

Del Fomento y Desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES)

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.

En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento.

Capítulo II

De los Órganos de Regulación de las MIPYMES

Art. 54.- Institucionalidad y Competencias.- El Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias. Para determinar las políticas transversales de MIPYMES, el Consejo Sectorial de la Producción tendrá las siguientes atribuciones y deberes:

- a. Aprobar las políticas, planes, programas y proyectos recomendados por el organismo ejecutor, así como monitorear y evaluar la gestión de los entes encargados de la ejecución, considerando las particularidades culturales, sociales y ambientales de cada zona y articulando las medidas necesarias para el apoyo técnico y financiero;
- b. Formular, priorizar y coordinar acciones para el desarrollo sostenible de las MIPYMES, así como establecer el presupuesto anual para la implementación de todos os programas y planes que se prioricen en su seno;
- c. Autorizar la creación y supervisar el desarrollo de infraestructura especializada en esta materia, tales como: centros de desarrollo MIPYMES, centros de investigación y desarrollo tecnológico, incubadoras de empresas, nodos de transferencia o laboratorios, que se requieran para fomentar, facilitar e impulsar el desarrollo productivo de estas empresas en concordancia con las leyes pertinentes de cada sector;
- d. Coordinar con los organismos especializados, públicos y privados, programas de capacitación, información, asistencia técnica y promoción comercial, orientados a promover la participación de las MIPYMES en el comercio internacional;

- e. Propiciar la participación de universidades y centros de enseñanza locales, nacionales e internacionales, en el desarrollo de programas de emprendimiento y producción, en forma articulada con los sectores productivos, a fin de fortalecer a las MIPYMES;
- f. Promover la aplicación de los principios, criterios necesarios para la certificación de la calidad en el ámbito de las MIPYMES, determinados por la autoridad competente en la materia;
- g. Impulsar la implementación de programas de producción limpia y responsabilidad social por parte de las MIPYMES;
- h. Impulsar la implementación de herramientas de información y de desarrollo organizacional, que apoyen la vinculación entre las instituciones públicas y privadas que participan en el desarrollo empresarial de las MIPYMES;
- i. Coordinar con las instituciones del sector público y privado, vinculadas con el financiamiento empresarial, las acciones para facilitar el acceso al crédito de las MIPYMES; y,
- j. Las demás que establezca la Ley.

Capítulo III

De los Mecanismos de Desarrollo Productivo

Art. 55.- Compras públicas.- Las instituciones públicas estarán obligadas a aplicar el principio de inclusión en sus adquisiciones. Para fomentar a las MIPYMES, el Instituto Nacional de Compras Públicas deberá incentivar y monitorear que todas las entidades contratantes cumplan lo siguiente:

- a. Establezcan criterios de inclusión para MIPYMES, en los procedimientos y proporciones establecidos por el Sistema Nacional de Contratación Pública;

- b. Otorguen todas las facilidades a las MIPYMES para que cuenten con una adecuada información sobre los procesos en los cuales pueden participar, de manera oportuna;
- c. Procurar la simplificación de los trámites para intervenir como proveedores del Estado; y,
- d. Definan dentro del plan anual de contrataciones de las entidades del sector público, los bienes, servicios y obras que puedan ser suministrados y ejecutados por las MIPYMES.

El Instituto Nacional de Compras Públicas mantendrá un registro actualizado de las compras realizadas a la economía popular y solidaria y a las MIPYMES y divulgará estos beneficios a la ciudadanía, así como los planes futuros de compras públicas a efectuarse por el Estado y sus instituciones. Las mismas obligaciones y parámetros técnicos para las compras inclusivas se deberán aplicar para beneficiar a los actores de la economía popular y solidaria.

Capítulo IV

Del Registro Único de MIPYMES y Simplificación de Trámites

Art. 56.- Registro Único de las MIPYMES.- Se crea el Registro Único de las MIPYMES como una base de datos a cargo del Ministerio que presida el Consejo Sectorial de la Producción, quien se encargará de administrarlo; para lo cual, todos los Ministerios sectoriales estarán obligados a entregar oportunamente la información que se requiera para su creación y actualización permanente.

Este registro permitirá identificar y categorizar a las empresas MIPYMES de producción de bienes, servicios o manufactura, de conformidad con los conceptos, parámetros y criterios definidos en este código. De igual manera, generará una base de datos que permitirá contar con un sistema de información del sector, de las MIPYMES que participen de programas

públicos de promoción y apoyo a su desarrollo, o que se beneficien de los incentivos de este código, para que el órgano competente pueda ejercer la rectoría, la definición de políticas públicas, así como facilitar la asistencia y el asesoramiento adecuado a las MIPYMES.

Únicamente, para efectos de monitoreo de las políticas públicas que se implementen en este sector, el Ministerio administrador del Registro, podrá solicitar a las MIPYMES que consten en la base de datos, información relacionada con su categorización, en los términos que se determinará en el reglamento.

2.4 Categorías Fundamentales

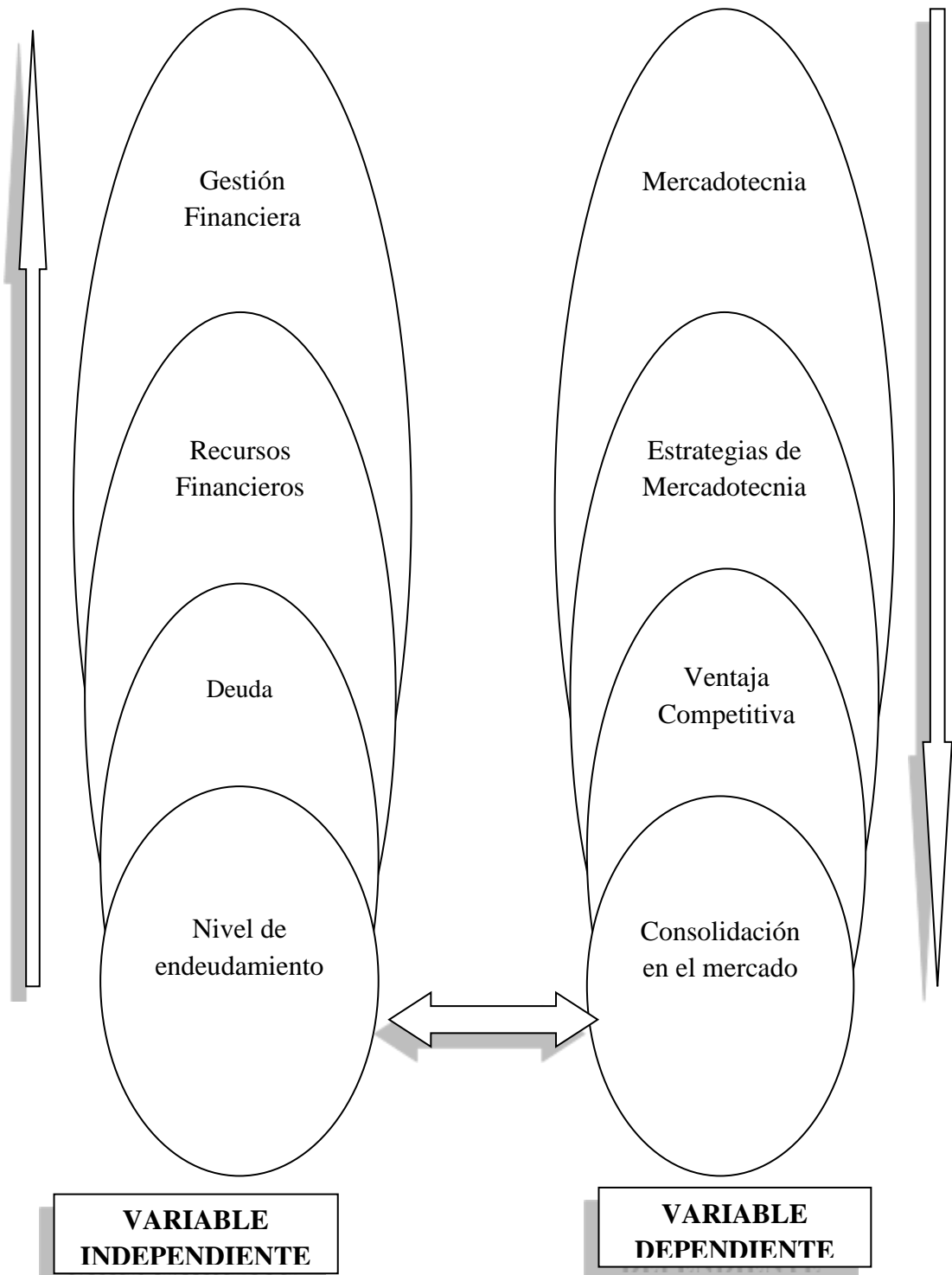


Gráfico 2 Supraordinación
Elaborado Por: LLANOS, Maritza

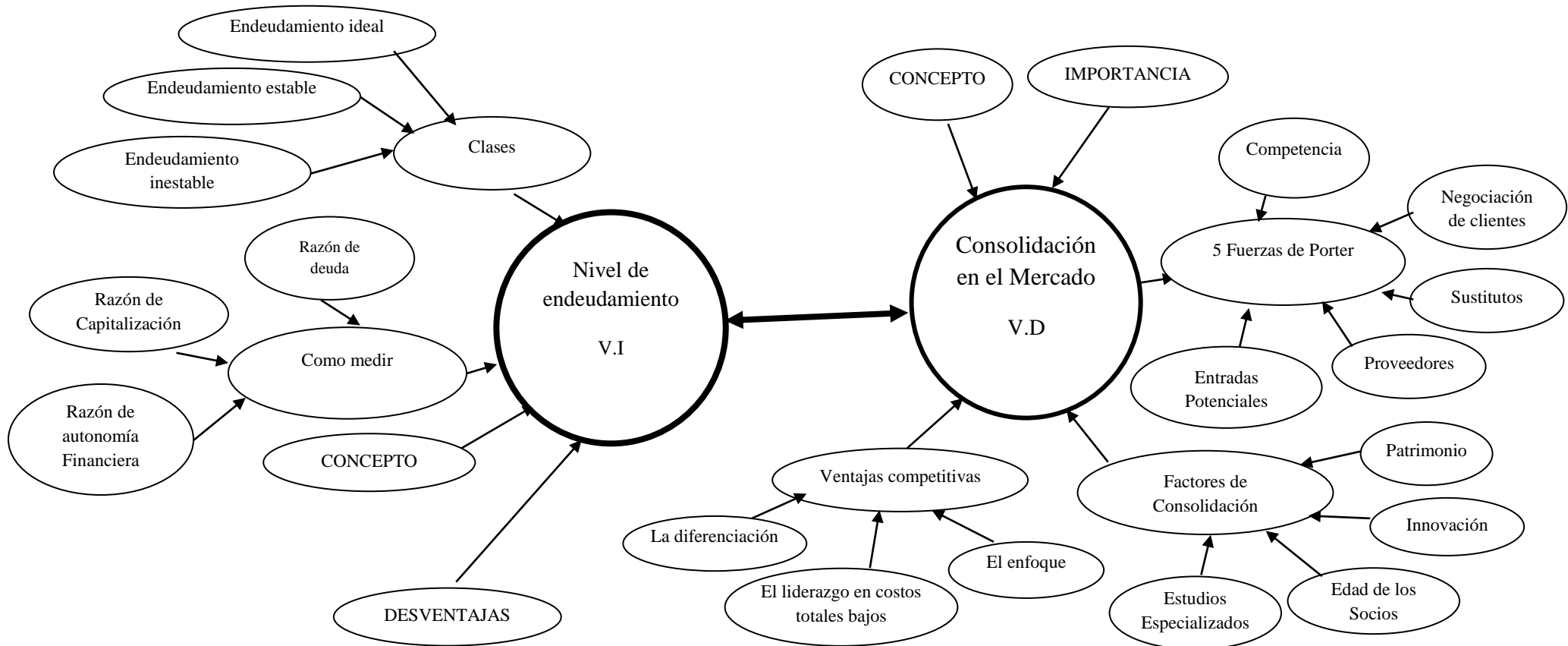


Gráfico 3 Subordinación
Elaborado por: LLANOS, Maritza

2.4.1 Marco Conceptual Variable Independiente

Gestión Financiera

El término gestión es de origen europeo. En el diccionario (Real Academia Española, (2001), se dice que es “acción y efecto de gestionar”, es decir, “hacer diligencias conducentes al logro de un negocio o deseo cualquiera”.

En el diccionario estándar, publicado por un Func & Wagnalle (1970), se expresa que gestión “es operación o management”, mientras que management es la especialidad de emplear los medios para acoplarlos a un propósito, o el acto, arte o método de controlar, manejar o conducir.

Tradicionalmente se ha hablado de administración, gerencia y management más que de gestión; se ha aceptado que la administración es la actividad, o el conjunto de actividades, dirigida por un individuo o por un grupo de individuos con el fin de realizar los objetivos de una empresa.

Para algunos autores, como Bruyne (2002), se afirma que gestión “es igual a management y se circunscribe a lo rutinario o cotidiano; contrapuesta a la dirección empresarial, que se relaciona con los objetivos básicos y la función de las grandes líneas de acción organizacional”.

Otros, como R. Pallu de la Barriere (1970) afirman que la “gestión de una empresa es el conjunto de los procesos puestos en marcha orientados por la adopción de decisiones que determinen la actividad de esa empresa”

A pesar de las diferentes acepciones del concepto y de la renuncia de algunos a usar la palabra gestión y preferir administración, management o planificación estratégica, es claro que lo que denomina gestión debe incluir

un conjunto de dimensiones, que involucran una estrategia y unos medios para alcanzar los objetivos de la empresa. La gestión se entiende de una manera integral, lo que conduce a considerarla como un sistema.

Como todos los negocios tienen ingresos y egresos. Consecuentemente, la gestión financiera consiste en planificar, supervisar y controlar los fondos de la institución, tanto si provienen de servicios como si son provistos por socios e inversores. Por lo tanto deberán desarrollarse mecanismos que permitan al gerente saber exactamente los montos disponibles, las necesidades y la capacidad de inversión. Además, la gestión financiera debería centrarse en atraer nuevas fuentes de fondos.

Recursos Financieros

Un recurso es un medio, de cualquier clase, que permite obtener lo que se desea o necesita según (Ortíz, 2004).

Ferrel, Hirt, Adriaenséns, & Flores, (2004) Finanzas se refiere a “todas las actividades relacionadas con la obtención de dinero y su uso eficaz”

Considerando los conceptos anteriores podemos recalcar que son medios que ayudan a la empresa a cubrir sus necesidades, son los activos que tienen algún grado de liquidez. El dinero en efectivo, los créditos, los depósitos en entidades financieras, las divisas y las tenencias de acciones y bonos forman parte de los recursos financieros.

Según Mendiluce, (2001) los recursos financieros “están constituidos en el caso de una empresa por sus recursos propios (aportes de los accionistas o de los socios, reservas, provisiones, utilidades no distribuidas) y los obtenidos por terceros o pasivo a través de créditos y préstamos denominados recursos financieros ajenos”

Los recursos financieros ajenos son aquellos constituidos por créditos y préstamos obtenidos por la empresa, por lo general, aunque no siempre, están sujetos al pago de una tasa de interés, lo que constituye un costo financiero.

Gómez, (2001) Dice que los costos financieros “se relacionan con la obtención de fondos para la operación de la empresa. Incluyen el costo de los intereses que la compañía debe pagar por los préstamos, así como el costo de otorgar crédito a clientes.”

Deuda

Deuda viene del origen en el latín debita. Su significado se refiere a la obligación que una persona tiene de pagar, reintegrar o satisfacer algo (generalmente dinero) a otro sujeto.

Malfoy, (2011) Utilizar recursos de terceros a través de una deuda con el objetivo de obtener liquidez a cambio de una remuneración por dicho capital en detrimento de la renta personal.

Medio por el cual las empresas obtienen financiación externa, captando recursos ajenos para el desarrollo de sus actividades

Proceso por el que se obtiene recursos financieros mediante operaciones de crédito que implican compromiso de pagos futuros.

Para Mendiluce, (2011) la deuda es “obligación de una persona natural o jurídica de pagar a un tercero una suma de dinero, cuando la deuda es producto de la otorgación formal de un crédito, se considera un plazo para ser pagada y una tasa de interés sobre el principal o capital pagado en préstamo”

Nivel de endeudamiento

Para García (1974) Se refiere a la palabra alto como “caro o subido, dicho del precio”, nivel como “índice de cuantificación de un costo o precio” y dice que el endeudamiento es el “medio por el cuál las empresas o instituciones obtienen financiación externa, captando recursos para el desarrollo de sus actividades”

Para (Escobar, 2006) Endeudamiento es la “utilización de recursos de terceros obtenidos vía deuda para financiar una actividad y aumentar la capacidad operativa de la empresa”

Malfoy, (2011) Nivel es un índice para averiguar la diferencia entre dos puntos.

Se denomina endeudamiento a la capacidad que tiene una persona de deber dinero sin caer en la morosidad según (Bennett, 1995)

Para Diaz, (2000) el endeudamiento se produce cuando una empresa hace uso de créditos y préstamos bancarios o emite obligaciones y bonos. También es endeudamiento la posición deudora de la empresa en relación con sus proveedores

Según Rodríguez, (2008), analista de riesgos, debe evitarse que el nivel de endeudamiento supere el 35% de la renta familiar; éste es el porcentaje idóneo para evitar que un banco no cuelgue el cartel de cliente "clasificado" o "endeudado", según afirma de manera clara y rotunda la experta.

Nivel de endeudamiento clases:

Endeudamiento ideal

Según el autor Baena (2010) “Los expertos aconsejan no superar un porcentaje de endeudamiento superior al 40% de la renta, aunque la

idoneidad de esta ratio varía en función de dos factores: el volumen de ingresos y el riesgo de subida en precio del dinero.”

También menciona Martel & Martín, (2009, pág. 245) “el primer ratio de endeudamiento, indica que porcentaje de todos nuestros recursos financieros suponen financiación ajena. Su valor ideal se encuentra ente el 40% y 60%”

También debemos considerar que el autor (Sancho Frías, 2010, pág. 169) Analiza las partidas del pasivo del balance (estructura financiera) y mide el porcentaje de endeudamiento, debe ser menor o igual que 0.5 porque lo ideal es que el neto sea superior al exigible.

Endeudamiento estable

Según Redondo (2013, pág. 42) “El nivel de endeudamiento estable total se produce durante el periodo analizado se debe fundamentalmente a una disminución del endeudamiento a largo plazo, esta disminución que está asociada al incremento de pero de patrimonio neto sobre los fondos permanentes”

Según el autor Escobar & otros (2009, pág. 519) “La capacidad de endeudamiento a que puede acceder la entidad territorial, está en relación directa con el crecimiento e su ahorro y con la capacidad de pago del servicio de la deuda.”

Según el autor Ecoto (2001, pág. 178) “Está dada por el cociente entre el valor de mercado de la deuda (D) y el del capital propio (S), o bien, por el cociente entre el valor de mercado de la deuda (D) y el valor total de mercado”

Endeudamiento inestable

Según el autor (Misas A., 2002, pág. 162) “El endeudamiento inestable para muchos con sus deudores, a un aumento de la cartera mala dentro del total

de la cartera de las instituciones financieras, a la disminución de sus tasas de rentabilidad, a provisiones insuficiente para amparar créditos malos”

El autor (Tokman E., 2010, pág. 16) “Existe un instante de tiempo finito para el cual el nivel de endeudamiento se hace cero. Para ello debe ocurrir que, es decir, que (en el caso que la autoridad fiscal no pueda apelar al banco central)”

El autor (Aibar Ortíz, 2012, pág. 69) “El nivel de endeudamiento debe estar necesariamente debajo del 40% de nuestros ingresos, un mayor nivel de endeudamiento nos va a dejar sin recursos para afrontar los pagos de los demás gastos. Evitar poner en riesgos activos de la empresa”.

Desventaja del nivel de endeudamiento

Las desventajas del endeudamiento según (Melamud, 2010, pág. 20)

Es difícil para una empresa que este “ahogada” por un alto nivel de endeudamiento centrarse en la satisfacción de sus consumidores. Usualmente, esas empresas deben centrar su atención en el servicio de la deuda, en vez de hacerlo en un servicio a sus consumidores. El servicio de la deuda deja poco dinero para implantar programas con objetivos a largo plazo. Las empresas que se encuentran en tan desafortunada situación terminan sirviendo a los bancos y no a los consumidores. Con frecuencia, las estrategias financieras obligan a adoptar un curso de acción que se aleja de los intereses de los consumidores de los productos de la empresa.

Según el Ministerio de Agricultura Minería y Alimentación de Guatemala, (2008, pág. 51) menciona:

- Los costos por intereses son obligantes y deben pagarse haya o no haya ganancias en el ejercicio económico.
- La deuda debe pagarse al vencimiento o refinanciarse quizás en peores términos.

- Una deuda alta implica un alto riesgo en la estructura de capital, lo cual puede significar que los inversionistas requieran una tasa de rendimiento mayor; lo tanto el costo de capital también sería mayor.
- En caso de errores de pronósticos las consecuencias pueden ser más trágicas para la empresa.
- Las disposiciones en las escrituras y términos de la deuda pueden ocasionar restricciones sobre la empresa.

Existen otros tipos de desventaja en la que acota por qué no debería realizar un endeudamiento, mencionando (Espinosa de los Monteros, 2001, pág. 175)

La Consolidación de efectos también puede traer consigo efecto negativo, dentro de las desventajas están las siguientes:

- En la medida en que se prolongan los pagos suben los gastos. Las nuevas condiciones pueden implicar intereses más altos y comisiones bancarias elevadas.
- Pago de más comisiones.
- Por lo general las empresas que llevan a cabo procesos de consolidación de deudas no están bajo el control del Banco de España.
- Se termina pagando durante más tiempo en la medida en que se prolongan los pagos.
- Se extenderá el plazo de las deudas.
- Sí no se tiene cuidado, podría aumentarse la capacidad de endeudamiento en caso de fijar una cuota muy alta.

Concepto de endeudamiento

Según el autor (Glosario Financiero, 2014)

Se denomina endeudamiento a la capacidad que tiene una persona de deber dinero sin caer en la morosidad. Los bancos manejan, entre otros, este concepto a la hora de decidir si se concede o no un préstamo. Al final se trata de un porcentaje que relaciona los ingresos de una persona con sus gastos periódicos. Aunque existen variaciones, la fórmula del endeudamiento más común es la siguiente:

Endeudamiento = Gastos periódicos / Ingresos Mensuales Netos

Entre los gastos periódicos se tienen en cuenta tanto la hipoteca como otros gastos que pudiéramos haber contraído de forma periódica (por ejemplo, la letra del préstamo del coche).

Normalmente las entidades permiten un endeudamiento de entre el 35% y el 40%. Más del 40% se considera que la familia pondría en riesgo su capacidad de afrontar los gastos mensuales ordinarios (alimentación, colegios, agua).

Ratio financiero que mide la relación existente entre el importe de los fondos propios de una empresa con relación a las deudas que mantiene tanto en el largo como en el corto plazo.

$$\text{Ratio endeudamiento} = \frac{\text{Deuda total}}{\text{Capitales propios}}$$

Se entiende por capitales propios el denominado Patrimonio neto y como deuda total la suma del denominado Pasivo corriente y no corriente.

Hay que tener en cuenta que este ratio nos indica lo apalancada, mediante financiación ajena, que esta la empresa entre la financiación a largo y a corto plazo. En este sentido lo ideal es que el grueso de la financiación se encuentre a largo plazo, pudiéndose dar el caso de que el pasivo no corriente iguale en cuantía al patrimonio neto con lo que el ratio de endeudamiento de la empresa se situaría en 1. Por otra parte lo ideal es que el pasivo corriente se encuentre por debajo del 50 % del patrimonio neto, con lo que el ratio de endeudamiento a corto plazo se situaría como máximo por debajo del 0,5.

A más de ello; también tenemos que entender el concepto de endeudamiento a nivel contable, en el que menciona el autor Coscollar & otros (2009, pág. 373)

Es la capacidad que tenemos cada uno de nosotros de endeudarnos sin correr riesgos de caer en la morosidad o, lo que es peor, en el impago. Dicho de otro modo: es lo mucho (o lo poco) que podemos contraer deudas sin poner en peligro el pago de las mismas.

La capacidad de endeudamiento, sin embargo, es un término un poco más complejo. En general es la causa por la cual alguna entidad bancaria no nos otorga un crédito o préstamo solicitado. O por lo menos, es la causa más “explicable”: sus ingresos no se corresponden

con el dinero que está pidiendo, es lo más escuchado al denegarse una solicitud.

¿Pero cómo hacen los bancos y las cajas para calcular nuestra capacidad de endeudamiento y llegar a esa conclusión? No hay un criterio unificado para hacerlo, ya que las distintas entidades pueden tener su propia ecuación de cálculo. Pero básicamente, la cuenta que hacen es esta:

$$\mathbf{C.E. = (I.T. - G.F.) x 0.35}$$

Donde es:

C.E.: capacidad de endeudamiento

I.T.: Ingresos Totales mensuales: la suma de todos los ingresos

G.F.: Gastos Fijos mensuales: hay que tener en cuenta recibos, pagos de tarjetas de créditos y las cuotas de otros préstamos.

Razón de deuda

La razón de la deuda según (Horngren & Harrison, 2009, pág. 142)

Otra ayuda en la toma de decisiones es la razón de deuda, es decir, la razón del total de los pasivos y el total de los activos:

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

La razón de deuda indica la proporción de activos de una empresa que se financian con deudas. Esta tasa mide la capacidad total de una empresa para pagar tanto las deudas a corto plazo como las deudas a largo plazo (pasivos totales) La razón de deuda mide de manera distinta la capacidad de pago de deuda que tiene la razón de circulante.

Una razón baja de deuda es más segura que alta. Debido a que una empresa con escasa cantidad de pasivos tiene pocas exigencias de pagos. Dicha empresa difícilmente se involucrara en problemas financieros. En comparación, con una empresa con una alta razón de deuda se verá en dificultades para pagar sus pasivos, en especial cuando las ventas son bajas y el efectivo escaso. Cuando una empresa

deja de pagar sus deudas, los acreedores pueden quitarle el negocio al dueño. La mayor quiebra financiera minorista en la historia.

Van Horne & Wachowicz (2006, pág. 316) destaca en su informe:

Para evaluar el grado en que las empresas utilizan dinero prestado, se puede recurrir a diferentes razones de deuda. La razón de deuda a capital se calcula simplemente dividiendo la deuda total de una empresa (incluidos pasivos corrientes) entre el capital de los accionistas.

Dependiendo para el fin para el cual se utilizan las razones, cuando se calculan las razones de deuda, a veces las acciones preferentes se incluyen como deudas más que como capital. Este tipo de acciones representa un crédito previo para los tenedores de acciones ordinarios; por ende, los inversionistas pueden incluir las acciones preferentes como deudas cuando analizan la situación de la empresa

Según Escoto (2001, pág. 109) sobre las razones financieras menciona:

Estas razones indican el monto del dinero de terceros que se utilizan para generar utilidades, estas son de gran importancia ya que estas deudas comprometen a la empresa en el transcurso del tiempo.

RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO (RE): Mide la proporción del total de activos aportados por los acreedores de la empresa.

$$RE = \text{Pasivo total} / \text{Activo total}$$

RAZÓN PASIVO-CAPITAL (RPC): Indica la relación entre los fondos a largo plazo que suministran los acreedores y los que aportan los dueños de las empresas.

$$RPC = \text{Pasivo a largo plazo} / \text{Capital contable}$$

RAZÓN PASIVO A CAPITALIZACIÓN TOTAL (RPCT): Tiene el mismo objetivo de la razón anterior, pero también sirve para calcular el porcentaje de los fondos a largo plazo que suministran los acreedores, incluyendo las deudas de largo plazo como el capital contable.

$$RPCT = \text{Deuda a largo plazo} / \text{Capitalización total.}$$

Razón de capitalización

Según el autor (Bastidas, 2014):

Modernamente se considera que el capital de una empresa no está compuesto solamente de los aportes que hacen los propietarios, sino que también debe ser considerado como tal, el aporte a largo plazo que puedan hacer los terceros. De allí que se defina la capitalización como la sumatoria del patrimonio de la empresa y los recursos contratados a largo plazo.

A este tema también acota Davies (2008, pág. 28) mencionando:

Tiene el mismo objetivo de la razón anterior, pero también permite medir el porcentaje de los fondos a largo plazo que suministran los acreedores, incluyendo las deudas de largo plazo como el capital contable.

$RPCT = \text{Deuda a largo plazo} / \text{Capitalización total}$

Coscollar & otros (COSCOLLAR, DOLZ DOLZ, FERRER ORTEGA, & IBORRA , 2009, pág. 63) acota al tema:

Razón de Capitalización Externa: Modernamente se considera que el capital de una empresa no está compuesto solamente de los aportes que hacen los propietarios, sino que también debe ser considerado como tal, el aporte a largo plazo que puedan hacer los terceros. De allí que se defina la capitalización como la sumatoria del patrimonio de la empresa y los recursos contratados a largo plazo.

$\text{Capitalización Externa} = \text{Deuda a Largo Plazo} / (\text{Patrimonio} + \text{Deuda a Largo Plazo})$

Razón de Capitalización Interna: En el marco del concepto ya explicado, este indicador mide la proporción en que el patrimonio de los accionistas participa en la capitalización de la empresa; por ejemplo, una capitalización interna de 75% indica que la capitalización existe en una relación de 3 a 1 entre lo aportado por los accionistas y lo tomado

de terceros. La suma de los dos índices de capitalización debe ser igual a 1.

Capitalización Interna=Patrimonio / (Patrimonio + Deuda a Largo Plazo)

Razón autonomía financiera

Según el autor (Horngren & Harrison, 2009, pág. 29)

Ratio que mide la capacidad de una empresa para financiarse. Se trata de la relación existente entre los capitales propios de la empresa con el total de capitales permanentes necesarios para su financiación, donde se incluyen también los préstamos y créditos a medio y largo plazo. Así cuanto mayor sea este ratio mayor será la autonomía financiera de la empresa.

$$\text{Ratio de Autonomía Financiera} = \frac{\text{Capitales propios}}{\text{Capitales permanentes}}$$

Siendo:

CC.PP. = Capitales Propios.

Capitales per. = Capitales Permanentes.

A más de ello el autor menciona (Molina & Rodrigo, 2010, pág. 67) “Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada con dinero de los propietarios. Es complementaria a la de endeudamiento, por lo que la suma de las dos debe ser igual a uno”.

También acota Díaz (2000, pág. 168)

Razón de Autonomía: muestra la participación de los propietarios en la financiación de los activos, es decir, indica cuánto le pertenece a los dueños de cada peso invertido en la empresa. Esta razón es el complemento de la Razón de Endeudamiento.

Formula: Patrimonio/Activo Total.

2.4.2 Marco Conceptual Variable Dependiente

Mercadotecnia

Según el Committee on Definitions of the American Marketing (1960) “la mercadotecnia es el desarrollo de las actividades del negocio que dirigen el flujo de mercancías y servicios del productor hacia el consumidor o usuario”

La Mercadotecnia es una mezcla planificada de estrategias que, partiendo del conocimiento cualitativo y cuantitativo del entorno y del mercado y de sus tendencias, se ocupa de la concepción, desarrollo, planificación, difusión y comercialización de marcas, productos y servicios, que satisfagan las expectativas de la demanda, logrando resultados rentables para la empresa u organización interesada. Esto según Iniesta (2004: 147).

Bennett, (1995) Define a la mercadotecnia como “el proceso de planificar y ejecutar la concepción, asignación de precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan metas individuales y de la organización.

Según Drucker, (1964) declaró que “todo negocio puede definirse como algo que sirve a clientes, mercado o usuarios finales”

En la página web Definición.de (Definición.de, 2001) “La mercadotecnia pretende posicionar un producto o una marca en la mente de los consumidores. Para eso, parte de las necesidades del cliente para diseñar, ejecutar y controlar las actividades de comercialización de una empresa”. Entonces la mercadotecnia o marketing consiste en el conjunto de tácticas que permitan alcanzar resultados positivos en el posicionamiento del mercado.

Estrategias de Mercadotecnia

Es importante definir primeramente que es la “estrategia” para la organización; Barthelme Vargus, (2009, pág. 17) afirma que se la puede definir a partir de dos perspectivas: “desde la perspectiva de lo que una organización pretende hacer y desde la perspectiva de lo que finalmente una organización hace.

Así también; Cravens, (2007, pág. 20) afirma que es importante destacar que “la estrategia impulsada por el mercado ofrece una perspectiva sobre toda la empresa que obliga a una integración más eficaz de las actividades y de los procesos que afectan al valor que obtiene el consumidor”.

Por ende, estas estrategias de mercadotecnia contribuyen a la realización de mercados altamente competitivos y que las empresas destaquen una de otras mediante una diferenciación bien estructurada, parámetro que se encuentra en la ventaja competitiva como parte del posicionamiento.

Estrategias de Integración

1. Estrategia de Integración hacia Adelante.

Ganar la propiedad o un mayor control sobre distribuidores o detallistas. Este tipo de estrategias es conveniente aplicarla cuando:

- Cuando los distribuidores actuales de una organización son especialmente costosos, poco confiables o incapaces de cumplir con las necesidades de distribución de la empresa.
- Cuando la disponibilidad de distribuidores de calidad es tan limitada que esto ofrece una venta competitiva a las empresas que se integran hacia adelante.
- Cuando una empresa compite en una industria creciente y se espera que continúe creciendo aceleradamente; este factor se debe a que la

integración hacia adelante reduce la habilidad de una organización para diversificarse en caso de que su industria básica falle.

- Cuando una organización posee tanto recurso humano como de capital necesario para administrar el nuevo negocio de distribuir sus propios productos.
- Cuando las ventajas de la producción estable son especialmente buenas; esta consideración se debe a que una organización puede aumentar la predictibilidad de la demanda para sus productos mediante la integración hacia adelante.
- Cuando los distribuidores actuales o minoristas tienen grandes márgenes de rentabilidad; esta situación sugiere que una empresa podría de forma rentable distribuir sus propios productos y fijarles precios de forma más competitiva mediante la integración hacia adelante.

2. Estrategia de Integración hacia Atrás.

Busca la propiedad o un mayor control sobre proveedores. Esta estrategia se debe aplicar cuando:

- Cuando los proveedores actuales de una organización son especialmente costosos o poco confiables o incapaces de suplir las necesidades de la empresa en cuanto a partes, componentes, conjuntos o materias primas.
- Cuando el número de proveedores es reducido y el número de competidores grande.
- Cuando una organización compite en una industria que crece rápidamente; este factor se debe a que las estrategias de tipo integrativo (hacia adelante, hacia atrás y horizontal) reduce la habilidad de una empresa para diversificarse en una industria decreciente.

- Cuando una organización posee tantos los recursos humanos como de capital necesarios para administrar el nuevo negocio de suministrar sus propias materias primas.
- Cuando las ventajas de precios estables son especialmente importantes; este factor se debe a que una organización puede estabilizar el costo de sus materias primas y el precio asociado de sus productos mediante la integración hacia atrás.
- Cuando los proveedores actuales tienen altos márgenes de rentabilidad como hecho que sugiere que el negocio de suministrar productos y servicios en una industria dada es una actividad productiva.
- Cuando una organización necesita adquirir un recurso necesario de forma rápida.

3. Estrategia de Integración Horizontal.

Busca la propiedad o mayor control de los competidores. Para su aplicación se deben presentar alguna de las siguientes causas:

- Cuando una organización puede ganar características monopolísticas en un área o región particular sin tener problemas con el gobierno federal por tratar en forma sustancial de reducir la competencia.
- Cuando una organización compite en una industria creciente.
- Cuando economías de escala aumentadas suministran ventajas competitivas importantes.
- Cuando una organización posee tanto el capital como el talento humano necesarios para administrar de forma exitosa una organización ampliada.
- Cuando los competidores están fallando debido a la falta de conocimiento gerencial o a la necesidad de un recurso particular que su empresa posee; tener en cuenta que la integración horizontal no

sería adecuada en caso de que a los competidores les esté yendo mal debido a una declinación general de las ventas en la industria.

Estrategias intensivas

1. Estrategia de Penetración en el Mercado.

Busca mayor participación en el mercado para los productos actuales en los mercados existentes, mediante mayores fuerzas de mercadeo. Las pautas que permiten desarrollar esta estrategia son:

- Cuando los mercados actuales no se encuentran saturados con su producto o servicio particular.
- Cuando la tasa de uso de los actuales cliente se puedan aumentar de forma significativa.
- Cuando la participación en el mercado por parte de los competidores más importantes se encuentra disminuyendo, mientras que las ventas totales de la industria están aumentando.
- Cuando la correlación entre las ventas y gastos de mercadeo ha sido históricamente alta.
- Cuando las economías de escala aumentadas dan ventaja competitiva importante.

2. Estrategia de Desarrollo del Mercado.

Introducción de productos actuales a nuevas áreas geográficas. Este tipo de estrategia puede aplicarse cuando el propietario de un restaurante que construye uno idéntico en un pueblo cercano. Su aplicación se hará cuando se presenten las siguientes situaciones:

- Cuando se encuentran disponibles nuevos canales de distribución que son confiables, de bajo costo y buena calidad.
- Cuando una organización tiene mucho éxito en sus actividades.

- Cuando existen nuevos mercados no saturados o sin explotar. 32
- Cuando una empresa posee tanto los recursos humanos como de capital necesario para administrar operaciones ampliadas.
- Cuando una organización tiene capacidad excesiva de producción.
- Cuando la industria básica de una organización se está volviendo rápidamente a escala mundial.

3. Estrategia de Desarrollo del Producto.

Busca mayores ventas mejorando o modificando (desarrollando) el producto actual.

Cuando una empresa introduce un nuevo producto. Las pautas para su aplicación serán:

- Cuando una organización tiene productos exitosos que se encuentran en la etapa de madurez; en este caso la idea es atraer clientes satisfechos para que prueben los nuevos productos (mejorados), con base a su experiencia positiva con los productos o servicios actuales de la organización.
- Cuando una organización compite en una industria que se caracteriza por rápidos desarrollos tecnológicos.
- Cuando los competidores importante ofrecen productos de mejor calidad a precios comprables.
- Cuando una organización compite en una industria con mucho crecimiento.
- Cuando una organización tiene capacidad de investigación y desarrollo especialmente fuertes.

Estrategias de diversificación

1. Estrategia de Diversificación Concéntrica.

Añadir nuevos productos pero relacionados. Las pautas para su aplicación estarán regidas:

- Cuando una organización compite en una industria de lento o nulo crecimiento.
- Cuando la adición de nuevos productos relacionados significaría un incremento en las ventas de productos actuales.
- Cuando nuevos productos relacionados se pueden ofrecer a precios altamente competitivos.
- Cuando nuevos productos relacionados tiene niveles estacionales de ventas que contrarrestan los picos y valles existentes en la organización.
- Cuando los productos de una organización están al momento en la etapa de declinación del ciclo de vida.
- Cuando una organización posee un equipo gerencial fuerte.

2. Estrategia de Diversificación de Conglomerado.

Añadir nuevos productos no relacionados. Para desarrollar este tipo de estrategias se deben de analizar las siguientes pautas:

- Cuando la industria básica de una empresa pasa por una disminución en las utilidades y ventas anuales.
- Cuando una organización posee tanto el capital como el talento gerencial requeridos para competir de forma exitosa en una nueva industria.
- Cuando la organización posee la oportunidad de adquirir un negocio no relacionado que representa una oportunidad atractiva de inversión.
- Cuando existe sinergia financiera entre la firma adquiriente y la empresa adquirida. Una diferencia clave entre diversificación concéntrica y de conglomerado está en que la primera debe basarse

en cierto factor común con respecto a mercado, productos o tecnología, mientras que la segunda se debe basar más que todo en consideraciones de utilidad.

- Cuando los mercados existentes por los productos actuales de una organización se encuentran saturados.
- Cuando a una organización la pudiera ofertar alguna acción antimonopolística, habiéndose dicha empresa concentrado históricamente en una industrial única.

3. Estrategia de Diversificación Horizontal.

Añadir productos nuevos, no relacionados para clientes actuales. Las pautas para su aplicación se basan:

- Cuando los ingresos obtenidos de los productos o servicios actuales de una organización se verían incrementados de forma significativa mediante la incorporación de nuevos productos, no relacionados.
- Cuando una organización participa en una industria muy competitiva o con ningún crecimiento, tal como lo indican los bajos márgenes de ganancia y retorno de la industria.
- Cuando los actuales canales de distribución de una organización se pueden usar para el mercadeo de nuevos productos o clientes actuales.
- Cuando los nuevos productos tiene patrones de venta contra-cíclicos en comparación con los productos actuales de una organización.

Estrategias defensivas

1. Estrategia de Asociaciones.

Una empresa que trabaja con otra en un proyecto especial. Las pautas de su aplicación pueden ser:

- Cuando una organización de propiedad privada se asocia con una empresa poseída por el público; hay alguna ventaja en cuanto a la empresa de propiedad privada, como ser de propiedad cerrada; en las empresas de propiedad de gran número de personas, también hay la ventaja de tener acceso a la emisión de acciones como fuente de capital. A veces, las ventajas únicas de ser de propiedad pública o privada pueden combinarse de forma sinérgica en una asociación.
- Cuando una empresa nacional forma una empresa conjunta con una compañía extranjera, la asociación puede dar a la compañía doméstica la oportunidad de obtener gerencia local en un país extranjero, reduciendo así riesgos de expropiación y de acoso por parte de funcionarios del país anfitrión.
- Cuando las capacidades distintivas de dos o más firmas se complementan recíprocamente, especialmente bien.
- Cuando un proyecto es especialmente muy rentable pero requiere de recursos abrumadores y grandes riesgos.
- Cuando dos o más empresas pequeñas tienen problemas en cuanto a competir con una firma más grande.
- Cuando existe la necesidad de reducir rápidamente una nueva tecnología.

2. Estrategia de Reducción.

Una empresa que se reestructura mediante reducción de costos y de activos para disminuir declinación en ventas. Para implementar este tipo de estrategia se tienen que considerar las siguientes pautas:

- Cuando una empresa es especialmente competente en ciertas áreas pero ha dejado de cumplir con sus objetivos y metas a través del tiempo de forma consecuyente.

- Cuando una organización es uno de los competidores más débiles de una industria específica.
- Cuando una empresa se encuentra abrumada por la ineficacia, la baja rentabilidad, el desgano de los empleados y las presiones de los accionistas que buscan mejorar el rendimiento.
- Cuando una organización ha dejado de aprovechar oportunidades externas, de reducir a un mínimo las amenazas externas, debe sacar ventaja de las fortalezas internas y de vencer las debilidades internas a través del tiempo, o sea cuando los gerentes estratégicos de la organización ha fracasado (y han sido posiblemente remplazados por individuos más competentes).
- Cuando una organización ha crecido tanto y tan rápidamente que se requiere una organización interna importante.

3. Estrategia de Desposeimiento.

- Venta de una división o parte de una organización. Su aplicación se verá regida por las siguientes pautas:
- Cuando una organización lleva a cabo una estrategia de reducción y no logra las mejoras requeridas.
- Cuando una división necesita para ser competitiva más recursos de los que la empresa puede suministrar.
- Cuando una división es responsable del mal desempeño general de la firma.
- Cuando una división no se adapta bien al resto de la organización; esto puede producirse debido a mercados, clientes, gerentes, empleados, valores o necesidades radicalmente diferentes.
- Cuando se requiere una gran suma de dinero en efectivo rápidamente y ella no se puede obtener de forma razonable de otra fuente.

- Cuando una acción antimonopolística del gobierno amenaza a una organización.

4. Estrategia de Liquidación.

- Venta de todos los activos de la empresa, por partes, por su valor tangible. Se deben considerar las siguientes pautas para su aplicación:
- Cuando una organización ha llevado a cabo tanto estrategias de reducción como de desposeimiento y ninguna de ellas ha sido fructífera.
- Cuando la única alternativa de una organización es la quiebra; la liquidación representa un medio ordenado y planificado para obtener el mayor dinero posible de los activos de una empresa. Una empresa puede verse legalmente en quiebra primero y después liquidar varias divisiones con el objeto de obtener el capital deseado.
- Cuando los accionistas de una firma pueden reducir a un mínimo sus pérdidas mediante la venta de los activos de una organización.

Estrategias genéricas de Porter

(Michael Porter 2007), hace las siguientes afirmaciones con respecto a este grupo de estrategias:

Liderazgo en costos

- Lograr el Liderazgo por costo significa que una firma se establece como el productor de más bajo costo en su industria.
- Un líder de costos debe lograr paridad, o por lo menos proximidad, en bases a diferenciación, aun cuando confía en el liderazgo de costos para consolidar su ventaja competitiva.

- Si más de una compañía intenta alcanzar el Liderazgo por costos al mismo tiempo, este es generalmente desastroso.
- Logrado a menudo a través de economías a escala.

Diferenciación

Se refiere a:

- Lograr diferenciación significa que una firma intenta ser única en su industria en algunas dimensiones que son apreciadas extensamente por los compradores.
- Un diferenciador no puede ignorar su posición de costo. En todas las áreas que no afecten su diferenciación debe intentar disminuir costos; en el área de la diferenciación, los costos deben ser menores que la percepción de precio adicional que pagan los compradores por las características diferenciales.
- Las áreas de la diferenciación pueden ser: producto, distribución, ventas, comercialización, servicio, imagen.

Enfoque

Lograr el enfoque significa que una firma fijó ser la mejor en un segmento o grupo de segmentos: tiene 2 variantes:

- Enfoque por costos; y,
- Enfoque por diferenciación

Ventaja Competitiva

De acuerdo con el modelo de la ventaja competitiva; la estrategia competitiva toma acciones ofensivas o defensivas para crear una posición defendible en una industria, con la finalidad de hacer frente, con éxito, a las fuerzas competitivas y generar un Retorno sobre la inversión. Según (Porter M. ,

2002), “la base del desempeño sobre el promedio dentro de una industria es la ventaja competitiva sostenible”.

Pujol (1999) Dice que una empresa tiene ventaja competitiva cuando “supone tener una capacidad superior a la de la competencia. Toma importancia se es superior en un factor vital para la satisfacción de los clientes y logra establecerse en el mercado”

Para Escobar (2006) la Ventaja Competitiva es “un concepto relativo en cuanto al tiempo en que pueden resultar efectivas las ventajas de las empresas, teniendo en consideración la flexibilidad, la innovación, el aprendizaje más rápido, economías de escala y la mayor fuerza de negociación. Hay ventajas competitivas cuando alcanzan el triunfo en relación a sus competidores con una ventaja sostenible”

Jones, et al, (2010: 23-24) define los elementos de la ventaja competitiva de la siguiente forma:

1. Alcanzar una eficiencia superior

La eficiencia es la medida de la cantidad de insumos que se requieren para producir una cantidad determinada de resultados. Cuanto menores sean los insumos requeridos para producir un resultado determinado, mayor será la eficiencia y menor el costo del resultado.

2. Alcanzar una calidad superior

Calidad significa producir bienes y servicios que tienen atributos como diseño, estilo, desempeño y confiabilidad que los clientes perciban como superiores a los de los productos competidores. Los productos de alta calidad promueven el prestigio del nombre de su marca y ese prestigio hace posible que la organización que los fabrica cobre precios más altos por ellos.

3. Alcanzar una innovación, rapidez y flexibilidad superiores

Cualquier cosa nueva o mejor en la forma en que una organización opera o en los bienes y servicios que produce es resultado de la innovación. Una innovación exitosa le otorga a una organización algo única o diferente acerca de sus productos que sus competidores no tienen: productos, procesos de producción, o estrategias y estructuras más sofisticados que fortalecen su ventaja competitiva. La innovación agrega valor a los productos y permite que la organización se diferencie aún más de sus rivales y atraiga a clientes dispuestos a pagar un sobreprecio por productos únicos.

4. Alcanzar un nivel superior de respuesta a los clientes

Una organización en responder a los clientes, trata de satisfacer sus necesidades y les da exactamente lo que quieren. Una organización que trata a los clientes mejor que sus rivales también les proporciona un servicio valioso por el cual es posible que estén dispuestos a pagar un poco más. Los gerentes pueden aumentar su nivel de respuesta a los clientes brindándoles un servicio y un soporte de posventa excelentes, trabajando con ellos para brindarles mejores productos o servicios de un futuro.

Consolidación en el Mercado

Consolidación, del latín consolidatō, es la acción y efecto de consolidar o consolidarse (dar firmeza, seguridad y solidez a algo) existen varios factores que intervienen (Definición.de, 2001). El concepto es frecuente en la economía con diversos usos.

Para Kotler, Armtroug, Cámara, & Cruz, (2003) mercado es el "conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio"

Según (Parkin, 2009) En el lenguaje cotidiano la palabra mercado se refiere al lugar donde la gente compra y vende bienes como pescado, carne, frutas y vegetales. En economía, sin embargo el término mercado tiene un significado más amplio. Un mercado es cualquier acuerdo que permite a compradores y vendedores obtener información y hacer negocios entre sí.

Mochón (2000) Dice que un mercado es toda institución social en la que los bienes y servicios así como los factores productivos, se intercambian libremente.

Pitman & Sons (1941) Se entiende generalmente por mercado un lugar donde se venden y se compran mercancías.

Aspers (2011) Mercado, en economía, son cualquier conjunto de transacciones o acuerdos de intercambio de bienes o servicios entre individuos o asociaciones de individuos. El mercado no hace referencia directa al lucro o a las empresas, sino simplemente al acuerdo mutuo en el marco de las transacciones. Estas pueden tener como partícipes a individuos, empresas, cooperativas, ONG, entre otros.

Stanton, Etzel, & Walker (2010) Definen el mercado como "las personas u organizaciones con necesidades que satisfacer, dinero para gastar y voluntad de gastarlo"

Bonta (2000) El mercado es "donde confluyen la oferta y la demanda. En un sentido menos amplio, el mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto. Por ejemplo: El mercado de los autos está formado no solamente por aquellos que poseen un automóvil sino también por quienes estarían dispuestos a comprarlo y disponen de los medios para pagar su precio"

Se dice que el mercado ha entrado en fase o período de consolidación cuándo el movimiento del precio no muestra una fuerza dominante hacia una

dirección en particular, es decir, cuándo hay ausencia de una tendencia definida.

Los períodos de consolidación son frecuentes tras fuertes movimientos, ya sean alcistas o bajistas, y se pueden identificar fácilmente por el movimiento del precio dentro de un rango estrecho de precios que queda enmarcado entre un área de soporte y un área de resistencia. Las etapas de consolidación terminan cuándo el precio rompe cualquiera de dichas áreas de soporte y resistencia saliendo del rango de comercio en el que se ha estado moviendo.

Los avances en las comunicaciones, la incorporación de sistemas electrónicos de negociación, las modificaciones y armonizaciones normativas internacionales, y los cambios en la estructura de propiedad de las bolsas, han facilitado la competencia entre los mercados, la ampliación de su ámbito de actuación y los procesos de consolidación, como estrategia para hacer frente al nuevo entorno competitivo global

A continuación se exponen los principales factores que favorecen los procesos de consolidación

Desarrollo tecnológico

Según McAndrews y Stefanais (2002), “Los avances en las comunicaciones y en los sistemas de información han ampliado el ámbito de actuación y el entorno competitivo de los mercados de valores, facilitando y favoreciendo los procesos de concentración”

Así, los sistemas electrónicos de negociación han rebajado los costes de entrada, a la vez que han permitido deslocalizar físicamente los mercados de valores. Por otro lado, la tecnología ha facilitado la entrada de nuevos competidores pero también el acceso a nuevos mercados y las alianzas transfronterizas entre mercados regulados.

Economías de escala y alcance y externalidades de red

La existencia de economías de escala condiciona la búsqueda de una masa crítica de operaciones mediante el acceso a un mayor número de inversores. Este acceso puede lograrse facilitando la negociación remota y mediante operaciones empresariales en forma de alianzas y concentraciones, siempre que no existan restricciones normativas y/o técnicas que lo impidan, Malkamäki (1999), quien destaca la importancia de las economías de escala en los mercados de valores. Posteriormente, Malkamäki, Schmiedel y Tarkka (2002) analizaron las actividades de liquidación y registro, en las que también encontraron evidencia de significativas economías de escala.

Marco normativo y estructura de propiedad de los mercados

- i) elimina el principio de concentración, según el cual todas las operaciones debían efectuarse en un mercado regulado, y en consecuencia acaba con el monopolio de la negociación de los mercados regulados establecidos (incumbents), y
- ii) crea unas reglas comunes y homogéneas para los mercados regulados y plataformas alternativas.

Tras dos años desde su entrada en vigor y como señala Davies (2008), la MiFID ha cubierto uno de sus objetivos de incrementar la competencia entre las diferentes plataformas de negociación en la mayoría de países. Sin embargo, no puede descartarse que esta mayor competencia inicial se vea reducida en un futuro si las nuevas plataformas no alcanzan el volumen de negocio requerido para cubrir los costes operativos, en cuyo caso las fusiones pueden ser una estrategia de supervivencia.

Factores de Consolidación

Las empresas de consolidación alta tienen un mayor tamaño inicial, (una media de 3 socios fundadores frente a 2 en las empresas de consolidación

media y baja). En las empresas de consolidación alta es más frecuente la presencia de un socio mayoritario o único y de mujeres entre los socios fundadores.

- Un factor de consolidación es la realización de estudios especializados en gestión y administración de empresas y la experiencia de los socios.

- Los motivos por los que se crea la empresa influyen también en el grado de consolidación. “Mejorar el patrimonio” es más importante en las empresas de consolidación alta mientras que “salir del desempleo” destaca en las de consolidación baja.

- La edad de los socios es un factor importante para la consolidación empresarial. Al aumentar la edad crece la experiencia, y con ello las probabilidades de consolidación, pero la dedicación a la empresa es menor. El efecto favorable sobre la consolidación de la experiencia es menor que el efecto desfavorable derivado de la falta de dedicación.

- Las empresas de consolidación alta, consideraron en el momento de su creación que tardarían menos en obtener beneficios que las empresas de consolidación media y baja.

- Si analizamos los aspectos relevantes para lograr los objetivos empresariales, las empresas más consolidadas se basan en la innovación y los recursos humanos, mientras que las empresas menos consolidadas dan algo más de importancia al precio.

5 Fuerzas de Porter



Fuente: Estrategia Competitiva, (2009)

Según Michael Porter (2009), cinco fuerzas determinan conjuntamente la intensidad de la competencia y la rentabilidad que se puede esperar en un sector o mercado concreto.

1. La rivalidad entre las empresas que compiten

En muchos casos, este componente central del modelo de Porter es el principal determinante de la competitividad de la industria.

“En el sector la competencia entre rivales es muy alta. Pueden competir agresivamente en precios así como en otras dimensiones como la calidad, el diseño, la innovación o el marketing (Porter M. , 2009).

2. La entrada potencial de competidores nuevos

La llegada de nuevos jugadores suele estar condicionada por la existencia o no de barreras de entrada, tales como patentes, economías de escala,

requisitos de capital importantes, costes de transferencia, acceso a la distribución, las políticas gubernamentales, etc.

Por lo general, las empresas industriales de este tipo son empresas grandes que se benefician de economías de escala, contratos atractivos con los proveedores, y de la curva de experiencia que les da cierto know-how. Ahora bien, el desembarco de jugadores internacionales en el mercado nacional sí puede representar una amenaza a tomar en consideración. Además, los nombres y la imagen de marca desempeñan un papel importante en este sector, por lo que es difícil que nuevas empresas tengan un éxito rápido en el mercado. Con respecto a estas particularidades, podemos deducir que la amenaza de nuevos entrantes en el mercado sigue siendo relativamente baja.

3. El desarrollo potencial de productos sustitutos

“...Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria...”

4. El poder de negociación de los proveedores

“La capacidad de negociación de los proveedores depende de las características del sector, tales como el número de proveedores, su importancia en la cadena de valor o su concentración (Porter M. , 2009)”.

5. El poder de negociación de los consumidores

“Los consumidores pueden tener un cierto poder de negociación cuando están muy concentrados, asociados en grupos grandes o cuando compran cantidades muy importantes de los productos o servicios ofrecidos por una empresa.”

Ventajas Competitivas

Como consecuencia directa de estos dos tipos de ventajas competitivas, Porter (2009) habla de tres estrategias competitivas genéricas que se pueden aplicar a cualquier rubro empresarial; las estrategias que se pueden poner en acto, generalmente por separado pero en algunas circunstancias también en conjunto, según los casos, para asegurar el crecimiento del valor de la empresa, son las siguientes:

El liderazgo en costos

“Es la estrategia más intuitiva y representa una oportunidad si la empresa está capacitada para ofrecer en el mercado un producto a un precio inferior comparado a la oferta de las empresas oponentes (Porter M. , 2009)”

Este tipo de estrategia requiere una atención prioritaria finalizada a reducir los costos de producción, lo que se puede lograr con distintos medios.

Diferenciación

Es destacar el punto más alto de la empresa y exponerlo ante el mercado objetivo; según Porter destaca:

Constituye una opción atractiva para empresas que quieren construirse su propio nicho en el mercado y no apuestan necesariamente a un elevado porcentaje de consensos en términos generales, sino en compradores que buscan características peculiares del producto distintas a las que ofrecen las empresas oponentes.

Algunas buenas actuaciones de la estrategia competitiva de la diferenciación pueden ser: materias primas de mayor valor frente a los productos en el mercado- un servicio al cliente más específico y capacitado para proporcionar más seguridad a los compradores en el tiempo- ofrecer un diseño del producto exclusivo que sea un atractivo muy fuerte para los clientes

El enfoque, que consiste en especializarse en un dado segmento del mercado y en ofrecer el mejor producto pensado expresamente para los reales requerimientos de nuestro segmento. Ejemplos concretos de enfoque pueden ser:- una categoría especial de potenciales

compradores- un área geográfica específica- un segmento particular de la línea de productos. (Porter M. , 2009).

2.5 Conceptualización de la Hipótesis

El Nivel de endeudamiento por la reducida competitividad empresarial incide en la consolidación en el Mercado de las PYMES

2.6 Señalamiento de Variables

- **Variable Independiente:** Nivel de endeudamiento
- **Variable Dependiente:** Consolidación en el Mercado
- **Unidad de Análisis:** PYMES
- **Término de Relación:** Incidencia

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Enfoque de la investigación

El enfoque que se le dará a la investigación, será un enfoque cualicuantitativo, debido a que recoge información que muestran la realidad empresarial de las pymes; además se analiza el nivel de deuda y su relación con la consolidación en el mercado; por tanto, se utiliza un enfoque cualicuantitativo para un mejor análisis y comprensión del estudio de las variables investigativas.

“El método cualicuantitativo, consiste en la definición de una serie de índices, que permitan evaluar la estructura, desde una serie de aspectos, teniendo en cuenta la racionalidad estructural de la misma” Saldivar (2002).

(Hernández, 2003) “utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento de una población”. En la investigación se dará respuesta a la hipótesis planteada y este paradigma relata eso.

Por tanto, este enfoque basado en los principios metodológicos que propone el pragmatismo; en donde se menciona que es práctico para cualquier tipo de investigación. Es decir, pragmatismo es igual a practicidad; el enfoque es práctico, aplicable para cualquier estudio que se realice.

3.2. Modalidad básica de la investigación

Para la ejecución del presente proyecto se utilizará las siguientes modalidades de investigación.

Investigación Bibliográfica-Documental

Es de mucha utilidad este tipo de investigación para el trabajo investigativo, porque a través de ésta podemos recolectar información basándonos en documentos técnicos y libros, publicaciones, internet (fuentes secundarias como los estados financieros) que serán valiosos y oportunos. El presente trabajo sirve para respaldar la información que se utiliza en la investigación, siendo necesarios documentos de autores que respalden las diferentes teorías relacionados con el tema que permite fundamentar teóricamente este trabajo.

3.3. Nivel o tipos de Investigación Social

Para la ejecución del presente proyecto se utilizará los siguientes tipos de investigación:

Investigación Exploratoria

Consiste en desarrollar nuevos métodos para poder generar la hipótesis acertada del proyecto, es decir, desde un principio poder reconocer las variables más importantes para la investigación, así como poder realizar una indagación a cierto problema. En este contexto en el sector no se ha realizado investigaciones que contengan las variables del estudio y conlleve a resultados satisfactorios. Al contar con los resultados, se simplifica abrir líneas de investigación y proceder a su consecuente comprobación, ya que podremos ubicar el problema y de esta manera ponernos en contacto con la realidad de las pymes.

Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva, sirve de base para investigaciones que requieran un mayor nivel de profundidad. Debido a que esta investigación es nueva en el sector. Con esta investigación permitirá determinar las características fundamentales del problema de estudio, es decir, detallar cómo es y cómo se está presentando en las pymes.

Investigación Correlacional

La asociación de variables permite estudiar las variables vistas en el proyecto, es decir, las variaciones del comportamiento de una variable en función de las variaciones de la otra variable, así también podemos medir el grado de relación entre las mismas. Esta investigación es de tercer nivel, en la que determina el grado de incidencia que existe entre las variables.

3.4. Población y Muestra

En el presente estudio a realizarse se predispone con el fin de obtener la comprobación de la hipótesis, la población o universo es de 6, los mismos que representan a los estados financieros de las “PYMES” de 6 años desde el 2007 hasta el 2012, esto ayudará a establecer la comprobación de la hipótesis que se estableció.

3.5 Operacionalización de Variables

Tabla 1 Matriz de Operacionalización de la variable independiente: Alto nivel de endeudamiento

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍA	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TECN-INSTRUM.
<p>Alto nivel de Endeudamiento</p> <p>Alto: Es un <u>índice</u> para averiguar la diferencia entre dos puntos.</p> <p>Endeudamiento: Hacer uso de <u>créditos</u> y <u>préstamos</u> bancarios o emite obligaciones y bonos</p>	<u>Índice</u>	<p>Índices o Razones de Endeudamiento</p> <p>-Endeudamiento sobre activos totales</p> <p>-Endeudamiento de leverage o apalancamiento.</p> <p>-Concentración de endeudamiento</p>	<p>¿Qué índices de endeudamiento presentan las PYMES?</p>	<ul style="list-style-type: none"> FUENTES INTERNAS <p>Análisis de los Estados Financieros</p>
	<u>Créditos</u>	<p>Banca</p> <p>Cooperativas</p> <p>Sociedades financieras</p> <p>Mutualistas</p> <p>Crédito informal</p>	<p>¿Qué fuentes de financiamiento utilizan las pymes?</p>	
	<u>Préstamos</u>	<p>PRESTAMOS:</p> <p>Corto</p> <p>Mediano</p> <p>Largo plazo</p> <p>De consumo</p> <p>Prendarios</p> <p>Hipotecarios</p>	<p>¿Cuál es el tiempo de endeudamiento?</p> <p>¿Qué tipo de préstamo solicitan las pymes?</p>	

Elaborado por: LLANOS, Maritza

3.6. Técnicas e Instrumentos

En la presente investigación se utilizará la técnica del análisis e interpretación de los Estados Financieros de las pymes desde el año 2007 hasta el 2012.

3.7. Recolección de la información

El plan de recolección de información contempla estrategias metodológicas requeridas por los objetivos e hipótesis de investigación para la captura de información primaria y secundaria.

Para la presente investigación se recolectara información primaria de las PYMES Carroceras dedicados a la fabricación de carrocerías para buses urbanos, interprovinciales, parroquiales, interparroquiales, minibús, que posean RUC y estén cumpliendo las obligaciones tributarias con el SRI, por lo cual tienen un sistema contable.

Se obtuvo los estados financieros desde el año 2007 hasta el 2012, Balances de Situación como Balances de Resultados

Para la investigación se aplicó la técnica de análisis Financiero

La investigación únicamente se realizara en cuatro pymes carroceras modernas ya que abrieron sus puertas para entregar los custodiados Estados Financieros.

Finalmente, para la recolección de la información también se acudiría a fuentes secundarias en bibliotecas e internet.

3.8. Procesamiento de la información

- Revisión crítica de la información recogida, de los Estados financieros otorgados por las pymes
- Se procederá a distribuir en tablas toda la información cuantitativa extraída de los Estados Financieros, organizados de acuerdo a las necesidades establecidas en la conceptualización para responder a las interrogantes
- Se realizará el procesamiento matemático de la Información utilizando técnicas estadísticas, para determinar las medidas estadísticas de tendencia central como promedios, para la comprobación de hipótesis se utilizará el Análisis de regresión lineal con el método de mínimos cuadrados.
- Toda la información recopilada y los resultados obtenidos serán representados en gráficos de tipo circular, barras, de dispersión.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1.1 Preguntas variable independiente: Nivel de endeudamiento

1. ¿Qué índices de endeudamiento presentan las pymes?

Tabla 3 Índices de endeudamiento

EMPRESA AÑO	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO	Promedio
2007	99,45%	98,16%	73,58%	68,68%	84,97%
2008	99,45%	98,44%	76,89%	64,49%	84,82%
2009	99,04%	95,71%	77,03%	73,03%	86,20%
2010	98,67%	94,66%	80,99%	68,34%	85,66%
2011	95,09%	92,60%	77,62%	67,94%	83,31%
2012	95,23%	94,16%	49,89%	64,67%	75,99%
Promedio	97,82%	95,62%	72,67%	67,86%	83,49%

Fuente: Estados Financieros pymes
Elaborado por: LLANOS, Maritza

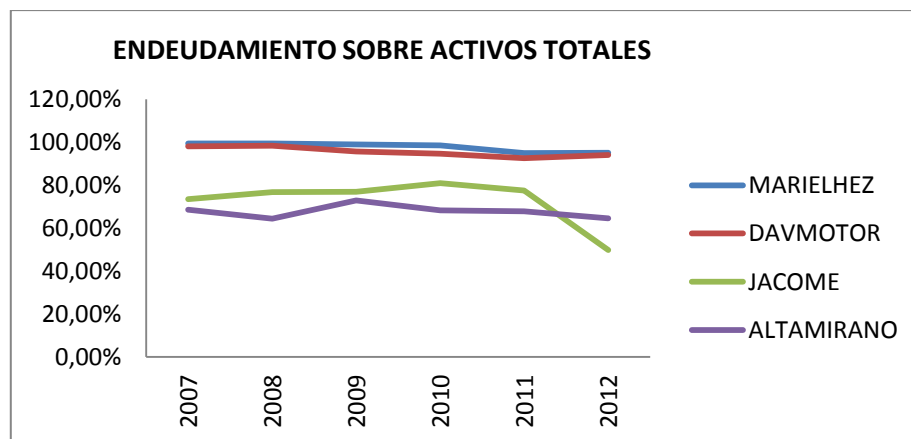


Gráfico 4 Índices de endeudamiento
Fuente: Estados Financieros pymes
Elaborado por: LLANOS, Maritza

Análisis: En promedio las pymes carroceras consideradas en la investigación tienen el 83.49% de sus Activos financiados por terceros y solo el 16.51% por sus dueños.

Interpretación: Las Pymes presentan un alto nivel de endeudamiento lo que significa un relevante apalancamiento y es más rentable ya que se está utilizando dinero de otros, es decir por cada \$1.00 que la empresa tiene en el Activo, debe 0.83 ctvs.

Tabla 4 Apalancamiento

EMPRESA AÑO	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO	PROMEDIO
2007	181,64	53,31	2,79	2,19	59,98
2008	182,27	63,26	3,33	1,82	62,67
2009	103,63	22,33	3,35	2,71	33,01
2010	74,02	17,74	4,26	2,16	24,54
2011	19,38	12,52	3,47	2,12	9,37
2012	19,94	16,13	1,00	1,83	9,73
PROMEDIO	96,81	30,88	3,03	2,14	33,22

Fuente: Estados Financieros pymes

Elaborado por: LLANOS, Maritza

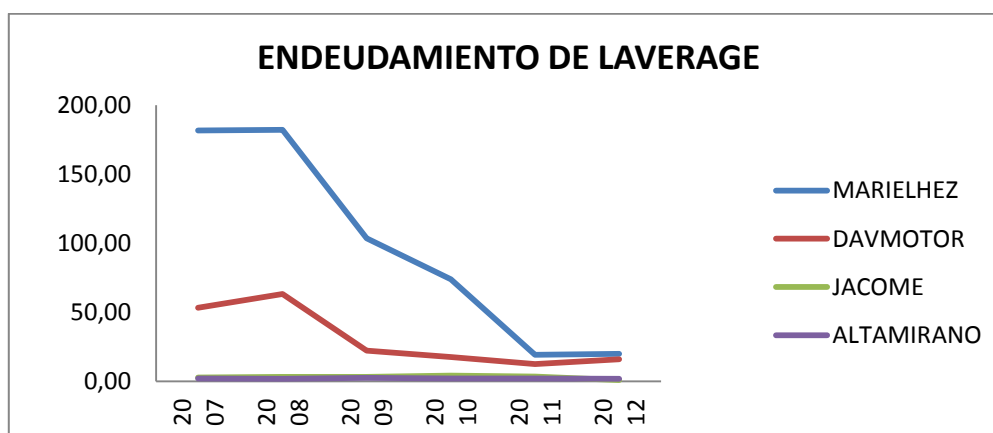


Gráfico 5 Apalancamiento

Fuente: Estados Financieros pymes

Elaborado por: LLANOS, Maritza

Análisis: Los Socios de Marielhez Cia. Ltda., en el año 2007 se encontraban comprometidos 181.64 veces con los acreedores bajando para el año 2012 a

19.94 veces el compromiso de los aportes de los socios para cubrir las deudas

Interpretación: Los Accionistas de Marielhez se encuentran altamente comprometidos con los acreedores, por cada \$1.00 del dinero aportado por los socios en el año 2007 se debía a acreedores \$181.64 disminuyendo en el año 2012 la deuda a \$19.94. Las pymes en investigación presentan tendencia a la baja con el transcurso de los años, puede ser, por el incremento de aportes de los socios o debido a que los acreedores ya no financian montos altos como en años anteriores por la economía que atraviesa el país.

Tabla 5 Concentración del endeudamiento

EMPRESA AÑO	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO	Promedio
2007	96,86%	80,51%	82,45%	41,53%	75,34%
2008	6,39%	29,10%	86,24%	32,32%	38,51%
2009	89,37%	100,00%	86,21%	30,94%	76,63%
2010	89,59%	100,00%	89,01%	32,00%	77,65%
2011	99,30%	96,01%	86,99%	28,55%	77,71%
2012	46,81%	98,33%	64,57%	31,38%	60,27%
PROMEDIO	71,39%	83,99%	82,58%	32,79%	67,69%

Fuente: Estados Financieros pymes

Elaborado por: LLANOS, Maritza

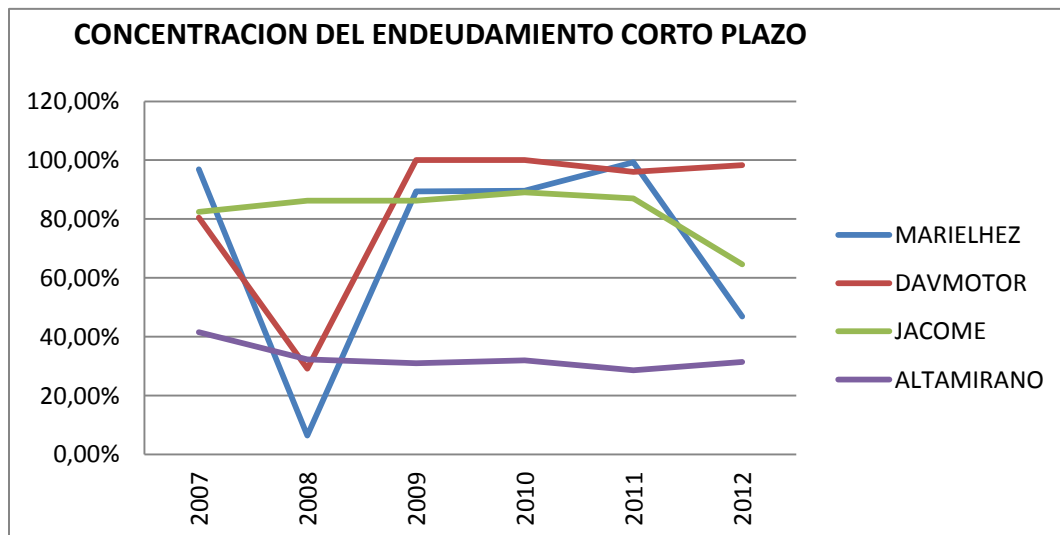


Gráfico 6 Concentración del endeudamiento

Fuente: Estados Financieros pymes

Elaborado por: LLANOS, Maritza

Análisis: Las pymes carroceras Marielhez, Davmotor y Jácome presentan una concentración de deuda a corto plazo sobrepasando el 50% mientras que carrocerías Altamirano tienen concentración de deuda a largo plazo

Interpretación: Las pymes que presentan su concentración de deuda a corto plazo su patrimonio está expuesto, Davmotor debe pagar el 100% de sus Deudas a corto plazo en el año 2009, Carrocerías Altamirano tiene su patrimonio más asegurado porque tiene mayor plazo para planificar estratégicamente.

2 ¿Qué fuentes de financiamiento utilizan las Pymes?

Tabla 6 Fuentes de Financiamiento

FUENTES DE FINANCIAMIENTO							
AÑOS / FUENTES	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2007-2012
BANCA	1859348,79	2550982,16	2292773,08	2246650,49	2135444,42	3624996,27	14710195,21
COOPERATIVAS	623646,85	813105,30	897946,88	412048,93	547681,57	789417,60	4083847,13
SOCIEDADES FINANCIERAS	0,00	0,00	71256,28	359940,94	314605,89	482493,12	1228296,23
MUTUALISTAS	33652,84	21563,24	0,00	48000,00	36000,00	358231,28	497447,36
CREDITO INFORMAL	0,00	91950,70	165665,04	249854,23	83961,39	80104,50	671535,86

Fuente: Estados Financieros pymes

Elaborado por: LLANOS, Maritza

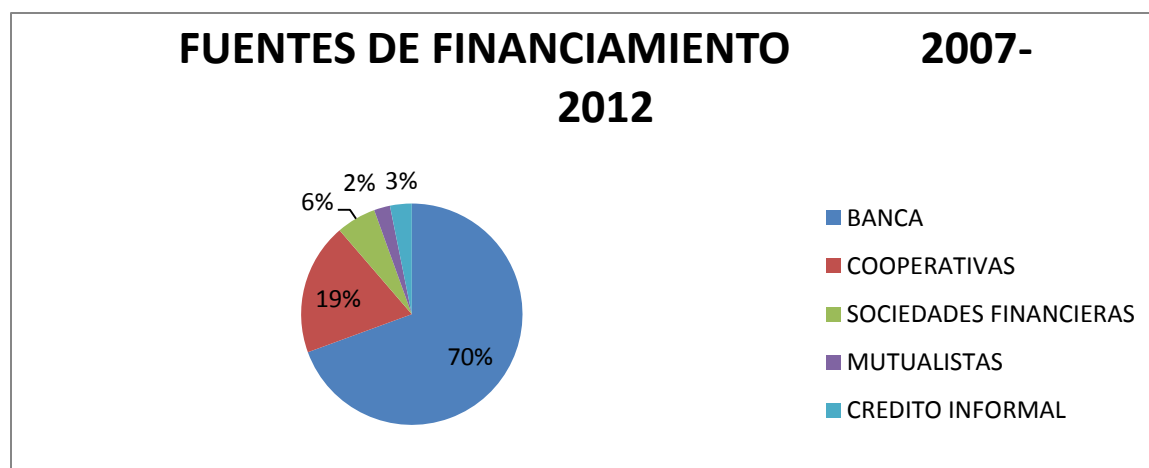


Gráfico 7 Fuentes de Financiamiento

Fuente: Estados Financieros pymes

Elaborado por: LLANOS, Maritza

Análisis: Las pymes en entre los años 2007 y 2012 utilizan como fuente de financiamiento con un 70% La banca, 19% Cooperativas de Ahorro y Crédito, 6% Sociedades Financieras, 3%Crédito Informal, y un 2% las Mutualistas

Interpretación: Las Fuentes de Financiamiento que más utilizan las pymes carroceras son las tradicionales como es el sector bancario y Cooperativas, abarcando un 89% entre estas dos clases de Entidades Financieras una razón de utilizar estas fuentes es por el desconocimiento de nuevas fuentes de Financiamiento.

3 ¿Cuál es el tiempo de financiamiento que solicitan las pymes para los créditos?

Tabla 7 Tiempo de financiamiento que solicitan las pymes

2007-2012	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO	TOTAL
CORTO PLAZO	21,00	23,00	19,00	19,00	82,00
MEDIANO PLAZO	10,00	5,00	4,00	6,00	25,00
LARGO PLAZO	5,00	4,00	7,00	13,00	29,00
TOTAL	36,00	32,00	30,00	38,00	136,00

Fuente: Estados Financieros pymes

Elaborado por: LLANOS, Maritza

Tabla 8 Tiempo de financiamiento que solicitan las pymes por año

AÑOS TIEMPO	2007	2008	2009	2010	2011	2012	\bar{X}
CORTO PLAZO	16,00	17,00	13,00	16,00	10,00	10,00	14,00
MEDIANO PLAZO	6,00	6,00	3,00	5,00	3,00	2,00	4,00
LARGO PLAZO	6,00	6,00	3,00	2,00	6,00	6,00	5,00

Fuente: Estados Financieros pymes

Elaborado por: LLANOS, Maritza

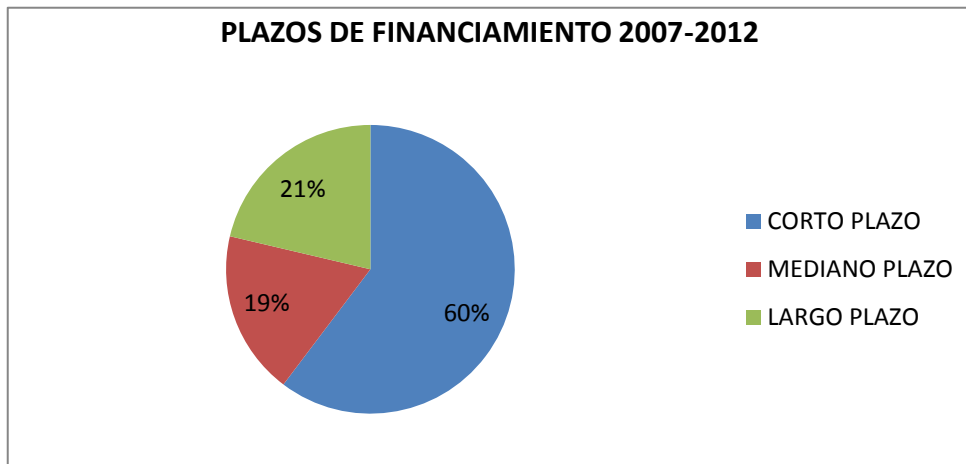


Gráfico 8 Tiempo de financiamiento que solicitan las pymes
Fuente: Estados Financieros pymes
Elaborado por: LLANOS, Maritza

Análisis: Las pymes según los datos arrojados el porcentaje más elevado corresponden al 60% a créditos de corto plazo, 21% a mediano plazo y un 19% a créditos de largo plazo

Interpretación: Como podemos apreciar la mayoría de las pymes carroceras prefieren los créditos a corto plazo lo que dificulta la disposición de recursos para inversión a futuro.

4 ¿Qué tipo de Créditos Solicitan las pymes?

Tabla 9 ¿Qué tipo de Créditos Solicitan las pymes?

2007	2008	2009	2010	2011	2012	2007-2012
14,00	16,00	8,00	15,00	11,00	6,00	12,00
4,00	6,00	4,00	3,00	1,00	4,00	4,00
10,00	7,00	6,00	5,00	7,00	8,00	7,00

Fuente: Estados Financieros pymes
Elaborado por: LLANOS, Maritza

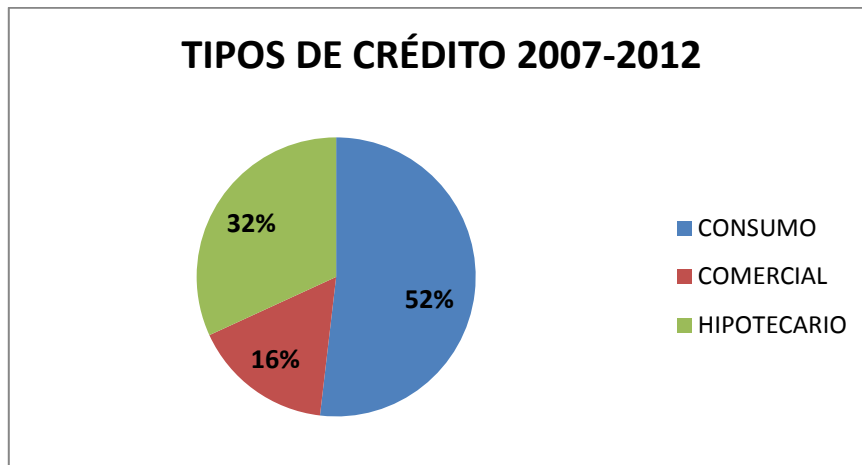


Gráfico 9 ¿Qué tipo de Créditos Solicitan las pymes?

Fuente: Estados Financieros pymes

Elaborado por: LLANOS, Maritza

Análisis: De los datos en estudio el porcentaje más relevante es el 52% que corresponde a los créditos de consumo, 32% a créditos hipotecarios y un 16% a crédito comercial

Interpretación: La mayoría de pymes prefieren los créditos de consumo que son para cubrir pagos y adquirir algún bien a corto plazo.

4.1.2 Preguntas variable dependiente: Consolidación en el mercado

1 ¿Qué participación en el mercado tienen las pymes carroceras?

Tabla 10 Participación en el mercado

PYMES	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO	PROMEDIO VENTAS
AÑOS					
2007	2157652,98	1582631,85	1883584,87	2136814,51	1940171,05
2008	2481996,72	1606192,38	1766165,17	2488795,89	2085787,54
2009	1327275,86	1703928,94	2519303,22	2031039,38	1895386,85
2010	2449956,91	1305421,52	3447230,22	2712139,10	2478686,94
2011	3944776,25	1550607,18	3992407,72	3150564,50	3159588,91
2012	4177445,04	1694929,63	6252906,47	3639935,67	3941304,20
PROMEDIO VENTAS	2756517,29	1573951,92	3310266,28	2693214,84	2583487,58

Fuente: Estados Financieros pymes

Elaborado por: LLANOS, Maritza

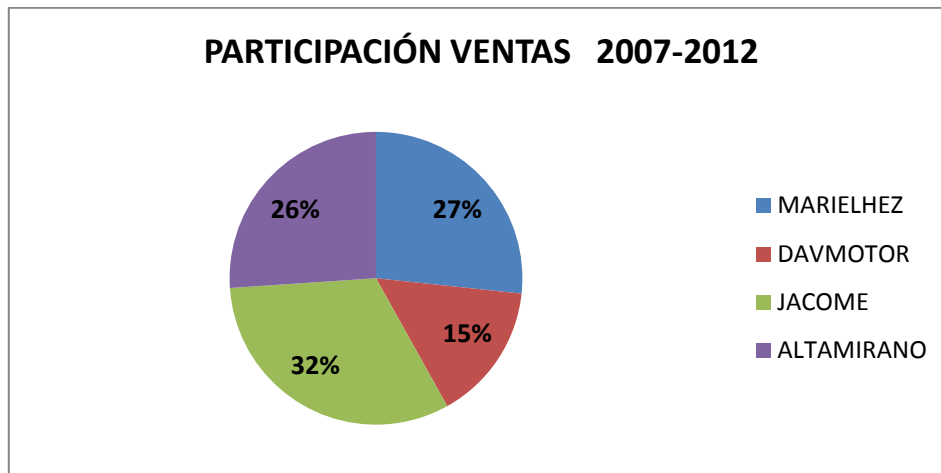


Gráfico 10 Participación en el mercado
Fuente: Estados Financieros pymes
Elaborado por: LLANOS, Maritza

Análisis: De las ventas realizadas entre los años 2007-2012 el porcentaje más alto corresponde al 32% de Carrocerías Jácome.

Interpretación: De acuerdo al volumen de Ventas entre las pymes en estudio Carrocerías Jácome tiene mayor participación en el mercado.

2 ¿Promedio de tiempo de existencia de las pymes?

Tabla 11 ¿Promedio de tiempo de existencia de las pymes?

AÑOS DE EXISTENCIA	
PYMES	AÑOS
MARIELHEZ	25
DAVMOTOR	8
JACOME	8
ALTAMIRANO	15
PROMEDIO	14

Fuente: RUC pymes
Elaborado por: LLANOS, Maritza

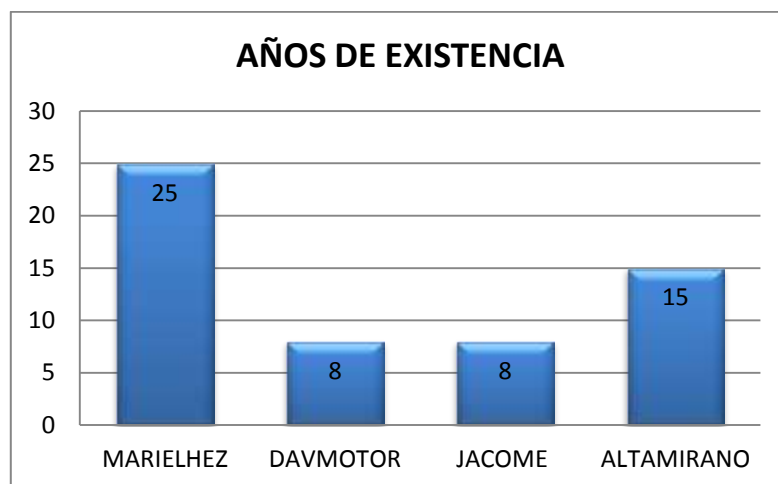


Gráfico 11 ¿Promedio de tiempo de existencia de las pymes?

Fuente: RUC pymes

Elaborado por: LLANOS, Maritza

Análisis: La empresa Marielhez es la que tiene más años de existencia, con 25 años en el mercado.

Interpretación: Según los datos en estudio el promedio de existencia de las pymes carroceras es de 14 años lo cual significa que aún tienen varios años para recorrer y mejorar.

3 ¿Qué porcentaje de la empresa se encuentra en el Patrimonio de las pymes?

Tabla 12 Patrimonio de las pymes

COMPOSICIÓN DE LAS PYMES			
CUENTAS	ACTIVO	PASIVO	PATRIMONIO
AÑOS			
2007	11701060,81	9682124,48	2018936,40
2008	13625817,80	11324956,24	2300861,56
2009	13807893,31	11723137,67	2084755,64
2010	16999949,54	14672813,38	2327136,16
2011	17934648,65	15135091,34	2799557,31
2012	20677011,49	17004890,54	3672120,95
PROMEDIO	15791063,60	13257168,94	2533894,67

Fuente: Estados Financieros pymes

Elaborado por: LLANOS, Maritza

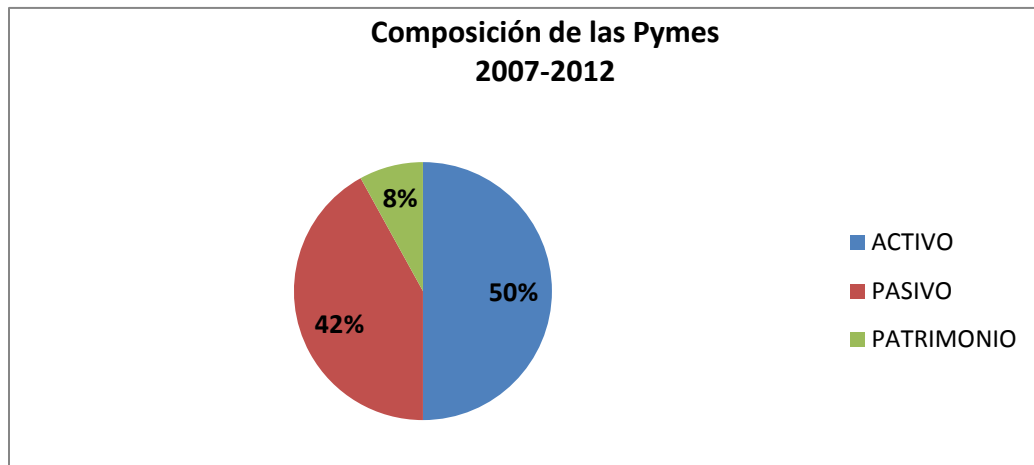


Gráfico 12 Patrimonio de las pymes
Fuente: Estados Financieros pymes
Elaborado por: LLANOS, Maritza

Análisis: Las pymes en promedio tienen el 8% en el patrimonio y el 42% en pasivos.

Interpretación: Según los datos arrojados las pymes solo tienen un 8% en el patrimonio es decir capital propio lo cual significa que para tener estabilidad necesitan los socios invertir más fondos en las Pymes

4. ¿Edad promedio de los socios de las pymes?

Tabla 13 ¿Edad promedio de los socios de las pymes?

EDAD DE LOS SOCIOS AL 2012				
CUENTAS AÑOS	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO
SOCIO 1	55	18	45	60
SOCIO 2	85	25	45	55
SOCIO 3	45	32	22	27
SOCIO 4	52	28	56	58
SOCIO 5	18	55	71	45
SOCIO 6	25	85	75	22
SOCIO 7	32	52	40	28
SOCIO 8	28		42	54
SOCIO 9			25	80
SOCIO 10				82
PROMEDIO	43	42	47	51

Fuente: Listado de Accionistas pymes
Elaborado por: LLANOS, Maritza

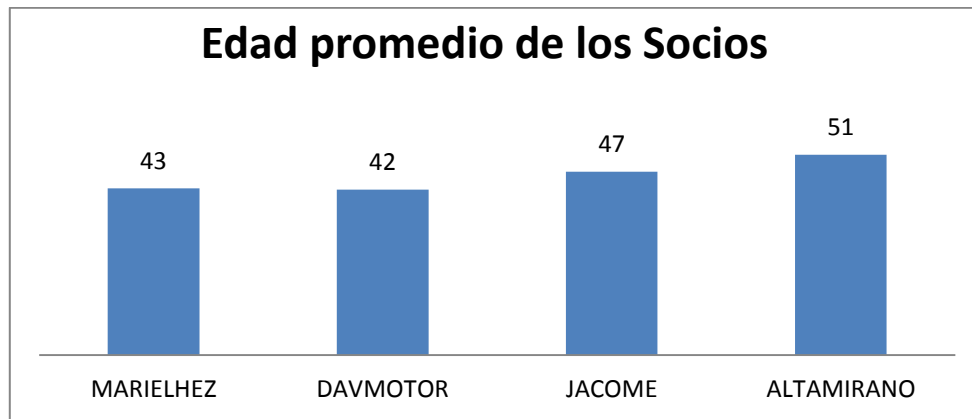


Gráfico 13 ¿Edad promedio de los socios de las pymes?
Fuente: Listado de Accionistas pymes
Elaborado por: LLANOS, Maritza

Análisis: Los socios de Carrocerías Altamirano tienen la edad promedio de 51 años

Interpretación: Según los datos arrojados Carrocerías Altamirano está compuesta por Socios de mayor edad en comparación con las otras pymes carroceras

5. ¿Qué margen neto de utilidad presentan las pymes?

Tabla 14 Margen Neto de Utilidad

MARGEN DE UTILIDAD					
PYMES \ AÑOS	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO	PROMEDIO MARGEN UTILIDAD
2007	0,58%	0,44%	9,27%	17,13%	6,85%
2008	0,41%	0,54%	15,33%	21,31%	9,40%
2009	2,05%	4,60%	10,19%	13,90%	7,69%
2010	1,67%	7,21%	7,42%	13,91%	7,55%
2011	1,88%	6,13%	8,31%	15,47%	7,95%
2012	3,19%	4,05%	4,76%	18,52%	7,63%

Fuente: Estados Financieros pymes
Elaborado por: LLANOS, Maritza

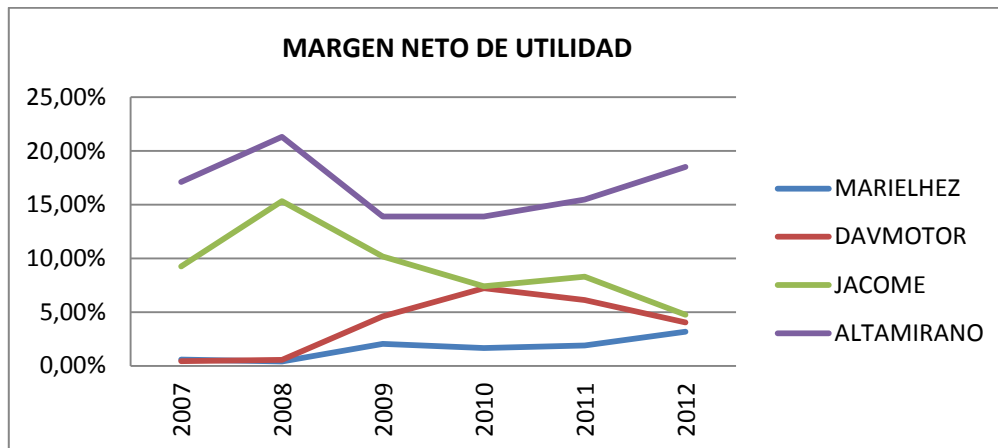


Gráfico 14 Margen Neto de Utilidad
Fuente: Estados Financieros pymes
Elaborado por: LLANOS, Maritza

Análisis: Las pymes carroceras en estudio presentan en promedio una tendencia creciente con el paso de los años, tomando una pyme individual como Carrocerías Altamirano presenta una tendencia a la baja pero con un margen de utilidad promedio de 15%, mientras que Marielhez cia. Ltda. Tiene tendencia creciente pero su margen de utilidad es en promedio de 1.5%

Interpretación: Según los datos en estudio las pymes con mayor margen de utilidad presentan tendencia a la baja y las pymes con un margen de utilidad tienen tendencia creciente.

4.3. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Para resolución del problema planteado y de conformidad con la hipótesis estadística estipulada, es necesario trabajar con los estados financieros, que se las obtiene de la investigación en que se detecta que el nivel de endeudamiento, con el cual incide en la consolidación en mercado de las Pymes.

4.3.1. Hipótesis

El nivel de endeudamiento por la reducida competitividad empresarial incide en la consolidación en el Mercado de las PYMES.

Variable Independiente: Nivel de Endeudamiento

Variable Dependiente: Consolidación en el mercado

H₀: El nivel de endeudamiento por la reducida competitividad empresarial incide en la consolidación en el Mercado de las PYMES.

H₁: El nivel de endeudamiento por la reducida competitividad empresarial no incide en la consolidación en el Mercado de las PYMES.

4.3.2. Preguntas extraídas para la comprobación de la Hipótesis General.

2. ¿Qué índices de endeudamiento presentan las pymes?

ENDEUDAMIENTO SOBRE ACTIVOS TOTALES					
EMPRESA AÑO	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO	Promedio
2007	99,45%	98,16%	73,58%	68,68%	84,97%
2008	99,45%	98,44%	76,89%	64,49%	84,82%
2009	99,04%	95,71%	77,03%	73,03%	86,20%
2010	98,67%	94,66%	80,99%	68,34%	85,66%
2011	95,09%	92,60%	77,62%	67,94%	83,31%
2012	95,23%	94,16%	49,89%	64,67%	75,99%
Promedio	97,82%	95,62%	72,67%	67,86%	83,49%

Fuente: Estados Financieros pymes

Elaborado por: LLANOS, Maritza

5. ¿Qué margen neto de utilidad presentan las pymes?

MARGEN DE UTILIDAD					
PYMES AÑOS	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO	PROMEDIO MARGEN UTILIDAD
2007	0,58%	0,44%	9,27%	17,13%	6,85%
2008	0,41%	0,54%	15,33%	21,31%	9,40%
2009	2,05%	4,60%	10,19%	13,90%	7,69%
2010	1,67%	7,21%	7,42%	13,91%	7,55%
2011	1,88%	6,13%	8,31%	15,47%	7,95%
2012	3,19%	4,05%	4,76%	18,52%	7,63%

Fuente: Estados Financieros pymes

Elaborado por: LLANOS, Maritza

4.3.3. Estimador estadístico

Se dispone de información de la investigación realizada a los Estados financieros de las pymes trabajando con la totalidad mencionada en el capítulo anterior.

Para la prueba de hipótesis en la que los datos son cuantitativos es recomendable utilizar el Análisis de regresión lineal que permite determinar la relación entre las variables de estudio,

Según (Molina & Rodrigo, 2010) “El modelo de regresión lineal es el más utilizado a la hora de predecir los valores de una variable cuantitativa a partir de los valores de otra variable explicativa también cuantitativa”,

Pasos según:

1. Método de mínimos cuadrados
2. Cálculo de los valores apropiados de a y b para la sustitución
3. Se reemplaza los datos en la ecuación de mínimos cuadrados y se obtiene la ecuación de regresión lineal
4. Si es positivo significa que si una variable aumenta la otra también o viceversa (relación directa)

Aplicación del método de mínimos cuadrados:

$$y = a + bx$$

$$a = \frac{(\sum y)(x^2) - (\sum x)(\sum xy)}{(n)(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{(n)(\sum xy) - (\sum x)\sum(y)}{(n)\sum(x^2) - (\sum x)^2}$$

4.3.4. Mínimos cuadrados

Donde:

Y= Variable dependiente (Consolidación en el mercado)

a = Intersección estimada de la línea de regresión con el eje Y

b = Pendiente estimada de la línea de regresión: coeficiente de regresión

x = Variable independiente, alto nivel de endeudamiento

4.3.5. Análisis de Regresión Calcular valores de a y b.- Datos obtenidos en la investigación:

Donde:

N= Número de datos

$\sum X$ = Suma de los valores de X

$\sum Y$ = Suma de los valores de Y

$\sum x^2$ =

Suma de los valores de X^2

$\sum XY$ = Suma de los productos de X por Y

a = Intersección de la línea de regresión con el eje Y

b = Pendiente estimada de la línea de regresión: Coeficiente de regresión.

Tabla 15 Análisis de Regresión Calcular valores de a y b

AÑOS	ALTO NIVEL ENDEUDAMIENTO	MARGEN DE UTILIDAD
2007	84,97%	6,85%
2008	84,82%	9,40%
2009	86,20%	7,69%
2010	85,66%	7,55%
2011	83,31%	7,95%
2012	75,99%	7,63%

Fuente: Estados Financieros pymes

Elaborado por: LLANOS, Maritza

4.3.6. Cálculo de la ecuación

Tabla 16 Cálculo

AÑOS	x	y	x ²	xy	y ²
2007	84,97%	6,85%	0,72195712	0,05822655	0,00
2008	84,82%	9,40%	0,71941928	0,07971229	0,01
2009	86,20%	7,69%	0,74312557	0,0662611	0,01
2010	85,66%	7,55%	0,73384312	0,06467564	0,01
2011	83,31%	7,95%	0,69409826	0,06621742	0,01
2012	75,99%	7,63%	0,57742269	0,05796266	0,01
n=6	5,01	0,47	4,19	0,39	0,04

Fuente: Estados Financieros pymes

Elaborado por: LLANOS, Maritza

Regla de decisión:

Se acepta la hipótesis alternativa H_1 si no existe relación directa entre variables para esto la ecuación debe tener pendiente negativa; en caso contrario se rechaza la hipótesis alternativa H_1 , aceptándose la hipótesis nula H_0 .

4.3.7. Reemplazar datos en la ecuación

$$y = a + bx$$

Donde:

$$a = \frac{(\sum y)(x^2) - (\sum x)(\sum xy)}{(n)(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{(0,47)(4,19) - (5,01)(0,39)}{(6)(4,19) - (5,01)^2}$$

$$a = 0,07$$

$$b = \frac{(n)(\sum xy) - (\sum x) \sum(y)}{(n) \sum(x^2) - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{(6)(0,39) - (5,01) (0,47)}{(6)(4,19) - (5,01)^2}$$

$$b = 0,02$$

$$y = 0,07 + 0,02x$$

4.3.8. Relación entre Alto nivel de endeudamiento y Consolidación en el mercado

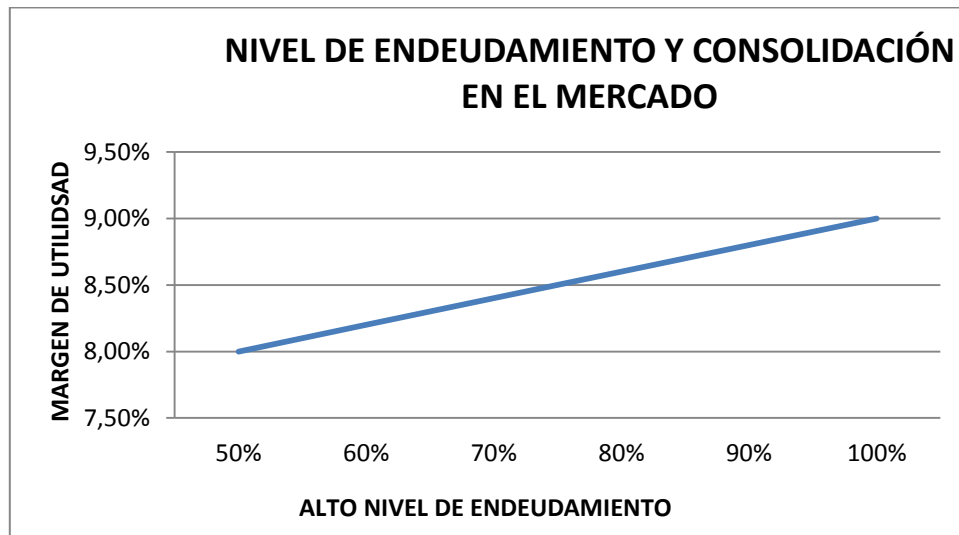


Gráfico 15 Relación entre nivel de endeudamiento y Consolidación en el mercado

Fuente: Estados Financieros pymes

Elaborado por: LLANOS, Maritza

Los Datos de la figura indican que existe una relación directa (positiva) entre el alto nivel de endeudamiento y la consolidación en el mercado de las pymes, a medida que aumenta el nivel de endeudamiento, aumenta el porcentaje de margen de utilidad por tal motivo se rechaza la hipótesis alternativa H_1 y se acepta la hipótesis nula H_0 , es decir El alto nivel de endeudamiento incide en la consolidación en el Mercado de las PYMES.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- Una vez analizado las pymes del sector carrocero en los primeros capítulos; se concluye que: el nivel de endeudamiento en las pymes sobre los activos es alto; además que se concentran en una deuda a corto plazo, exponiendo peligrosamente el patrimonio. También analizados los datos se prefiere en un 60% los créditos de corto plazo, 21% a mediano plazo y un 19% créditos de largo plazo.

- La consolidación en el mercado de las pymes estudiadas, se midió en volumen de ventas, siendo Carrocerías Jácome quien tiene un promedio de ventas superior a \$3'300.00,00 usd durante 6 años analizados. En promedio las pymes carroceras consideradas en la investigación tienen el 83.49% de los Activos financiados por terceros y solo el 16.51% por dueños o accionistas. Así también, se pudo conocer los años de existencia en el mercado, siendo Marielhez (25 años) y Altamirano (15 años), las pymes carroceras con más trascendencia en el mercado, y se considera importante su permanencia en el sector.

- Por último se concluye que; para la consolidación de las pymes en el mercado y disminuir el nivel de endeudamiento, estas deberían ejecutar planes financieros, esperando que les permita visualizar un horizonte más amplio de inversiones correctas; con su aplicación se puede mejorar las debilidades y afianzar las fortalezas en las pymes.

5.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda a las PYMES analizar qué porcentaje de interés se paga por la utilización de dinero prestado debido a que es indispensable mantener el nivel de endeudamiento o buscar nuevas fuentes de ingresos para que las pymes se mantengan en el mercado con una capital de trabajo que cubre sus labores diarias sin caer en la morosidad.
- Las pymes deben contar con proyecciones de costos, gastos, ventas, utilidades; estos indicadores permitirán tomar medidas y afrontar lo que a futuro será mantenerse estable en el mercado; porque después de los años sin información preventiva podría causar cierre o quiebra en las mismas.
- Se recomienda implantar un plan de financiamiento para la consolidación de las pymes en el mercado, el plan contribuye a mejorar las debilidades y afianzar las fortalezas de la organización, a través de este se logra ser más productivos y competitivos en el mercado, la organización analiza los niveles de endeudamiento, de manera tal que si existe algún inconveniente pueda mejorarse o corregirse; como resultado de la aplicación de este plan puede ser que las pymes crezcan dentro del mercado y hasta llegar a ser exportadores.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1 DATOS INFORMATIVOS

Título: Plan Financiero para las pymes.

Institución Ejecutora: Pymes carroceras.

Las pymes se dedican a la construcción de carrocerías de los distintos tipos de buses que le soliciten puede ser escolar, interprovincial, urbano, interparroquial.

Beneficiarios:

Los partícipes del presente proyecto serán los departamentos de Económico financiero y los departamentos contables de las empresas y las pymes como tal, dado que serán beneficiarios directos de la gestión que se surjan del mismo.

Ubicación:

Provincia: Tungurahua, Cantón: Ambato: Pymes Carroceras

Tiempo estimado para la ejecución:

La ejecución de la propuesta empezará el 04 de Mayo del 2014 y culminará el 04 de Agosto del 2014.

Equipo técnico responsable:

El equipo técnico que ayudará para la ejecución de la propuesta serán:
Gerente: de cada pyme, quienes establecerán la autorización de la implementación del plan Financiero, Jefes de los departamentos financieros y contables: quienes serán los coordinadores de la ejecución de la propuesta.

Costo:

Recursos Humanos

RUBRO	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	TOTAL, USD \$
Asesoría y similares	1	\$1800,00	\$ 1800,00
Subtotal			\$1800,00
+ 10 % Imprevistos			\$180,00
TOTAL USD			\$1980,00

Recursos Materiales

RUBRO	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	TOTAL USD \$
Suministro de Oficina	2	7,00 (Resm de Papel)	\$ 14,00
Fotocopias	500	\$ 0,03 Copias	\$ 15,00
Transporte	15	\$ 0,25 Viaje	\$ 3,75
Internet	120	\$1,00 hora	\$120,00
Alimentación	10	\$3,00 Almuerzo	\$30,00
Memoria USB	1	\$15,00 unidad	\$15,00
Impresiones	600	\$0,05 Impresiones	\$30,00
Perfiles	3	\$0,70 Unidad	\$ 2,10
Cd	1	\$3,00 unidad	\$ 3,00
Anillado	1	\$2,50 unidad	\$ 2,50
Subtotal		\$235,35	
Imprevistos		\$ 84,65	
Total		\$320,00	

El costo total sumado recursos materiales y humanos, ascienden a \$2300,00 usd.

6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

La realización de esta propuesta está basada en un análisis realizado a partir de la información financiera de cada empresa, que permitió identificar el problema de las empresas, analizando la variable de endeudamiento que influye sobre la consolidación en el mercado de acuerdo a argumentaciones científicas plasmadas en el marco teórico.

De la investigación realizada, existe un 83% de dinero ajeno para poder cubrir con los gastos diarios, provocando un pago elevado de tasas de interés, por lo que se propone elaborar un plan Financiero.

Un plan financiero es un informe de las acciones a emprender en el futuro. Así lo discute Savedra, A., (2011): “El plan financiero es la expresión en cifras de lo que se espera de la empresa, comprende la fijación de los objetivos, el estudio y selección de las estrategias que se usarán para alcanzarlos, la colocación de metas, etc.”.

Caragua (2009) En su tesis de grado, “Planificación estratégica y financiera de la finca turística el Edén” propone el diseño e implementación de una planificación financiera, para dar soluciones a los problemas financieros que la finca el Edén presentaba.

Se puede mencionar que en la propuesta de (Eugenio, 2013) de la Universidad Técnica de Ambato, sobre “Elaborar un Plan Financiero que permita mejorar la Rentabilidad de la Empresa Incubandina S.A.” se plantea como objetivos “Recopilar información financiera que sirva como base de análisis para realizar la planificación financiera. Realizar presentaciones de los estados financieros y cédulas presupuestarias de ciertas áreas para determinar de una manera real como se encuentra la misma. Proporcionar

información sobre la rentabilidad de la Empresa Incubandina S.A. en un periodo de tiempo corto para conseguir la solvencia anhelada.”

El Ministerio de Industrias y Productividad, a través de la Coordinación Regional 3, apoya la gestión del sector carroceros; al encontrarse dentro de la matriz productiva del país; para Rodríguez, (2013, pág. 5) “Con el objetivo de apuntalar el cambio de la matriz productiva que impulsa el Gobierno Nacional, el Ministerio Coordinador de la Producción llevará adelante la socialización de los estudios de factibilidad para crear un “Centro de Fomento Productivo” en provincias de la Sierra centro y la Amazonía”. La iniciativa que tiene el gobierno nacional es el de fomentar la producción y competitividad. La generación de toda actividad, nace con la inversión inicial representada normalmente en términos monetarios; siendo así, el financiamiento en toda actividad productiva es sinónimo de crecimiento y competitividad industrial para el presente caso.

Por tanto, estos antecedentes acotan información importante respecto a la importancia de implantar un plan financiero en las empresas, porque este permite desarrollar de mejor manera las inversiones y prever el endeudamiento innecesario; así también, se observa el apoyo del gobierno en materia productiva, impulsando el desarrollo del sector a través del financiamiento.

6.3 JUSTIFICACIÓN

El plan financiero permite visualizar un horizonte más amplio, con su aplicación se puede contribuir a mejorar las debilidades y afianzar las fortalezas de la empresa, que van a permitir distribuir el dinero tanto para inversión como para compra de materias primas, porque un préstamo por las tasas de interés representan un costo para las empresas, por tanto se buscará siempre la excelencia y la innovación que llevará a las pymes a

aumentar su productividad, disminuir los costos, orientando los esfuerzos a satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes. LEÓN LLANOS, (2009) sobre la importancia de utilizar un plan financiero, menciona:

La planificación financiera es un arma de gran importancia con que cuentan las organizaciones en los procesos de toma de decisiones. Por esta razón, las empresas toman muy en serio esta herramienta y le dictan abundantes recursos, así le permite plantearse metas a cumplir. Además, los planes financieros son necesarios para apoyar la planificación de la inversión y las decisiones financieras futuras de la empresa. Sin algún tipo de plan financiero, la empresa se podría ver perdida en un entorno de caminos e incertidumbre y sin un objetivo que guíe el desarrollo de sus actividades.

La base del éxito del plan financiero es mantenerlo actualizado y ejecutarlo con precisión añadiendo ajustes mientras se va desarrollando para que pueda definir con precisión lo esperado por los accionistas; así como también de los productos o servicios que se han brindado a los clientes, dicho plan requiere del compromiso de todos los componentes de la organización.

Así mismo este proceso implica la inversión en nuevas maquinarias y equipos de alta tecnología más eficientes, el mejoramiento de la calidad del servicio a los clientes, el aumento en los niveles de desempeño del recurso humano a través de la capacitación continua, y la inversión en investigación y desarrollo que permita a la empresa estar al día con las nuevas tecnologías.

6.4 OBJETIVOS

6.4.1 Objetivo General

Diseñar un plan financiero para mejorar las debilidades y afianzar las fortalezas de las pymes en el mercado.

6.4.2 Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual de las pymes carroceras para conocer las necesidades de inversión.
- Establecer el tipo de financiación que requieren las pymes carroceras para que puedan financiar sus actividades de forma correcta.
- Evaluar financieramente la viabilidad del plan financiero para mejorar la competitividad empresarial en las pymes carroceras.

6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

6.5.1 Factibilidad Técnica

En tanto a la propuesta planteada se enfoca principalmente a la creación de un plan financiero, donde las pymes cuentan con el apoyo suficiente para el proyecto por parte del Gerente, del departamento de producción y de los empleados de la misma.

Cuenta con personal que tiene la capacidad técnica para determinar todos los datos requeridos para usar el plan financiero.

El modelo propuesto ofrecerá respuestas adecuadas a las peticiones, sin importar el número y ubicación de los clientes, al desarrollar el plan se puede crecer con facilidad.

La empresa cuenta con infraestructura adecuada con sus respectivos departamentos y procesos.

6.5.2 Factibilidad Económica-Financiera

Es factible ya que las pymes cuentan con capital propio para cubrir los gastos económicos necesarios para la realización de la propuesta, el mismo que abarca las funciones de implementación, administración y ventas.

El horizonte de planeamiento es el lapso durante el cual el proyecto tendrá vigencia y para el cual se construye el flujo de fondos e indica su comienzo y finalización.

En definitiva las inversiones del proyecto involucran los requerimientos que deben realizarse en efectivo.

6.5.3 Factibilidad Socio-Cultural

Esta propuesta es viable ya que en la misma se conjugan elementos de: clases sociales, valores, costumbres, motivaciones, estilos de vida, mejora de las condiciones de vida y trabajo.

6.5.4 Factibilidad Legal

Existe varias regulaciones en el sector carrocero, la mayoría de estas leyes, normas y reglamentos tratan de asegurar calidad en los productos y sobretodo de impulsar el desarrollo del sector fomentando la competitividad.

6.5.5 Factibilidad Ambiental

No habrá problema para cumplir los requisitos ambientales para poner en funcionamiento la propuesta, ya que no se deteriorará o destruirá bienes y servicios ambientales que son utilizados para mejorar la calidad de vida del ser humano.

De desarrollarse una propuesta de financiamiento al sector, este permitirá que la inversión de las pymes carroceras se genere bajo estrictos términos de calidad y producción sustentable y sostenible, siendo la sustentabilidad una producción limpia y sostenibilidad el tiempo o perduración en el tiempo.

6.5.6 Factibilidad de Equidad de Género

Es factible porque podrá mejorar las condiciones económicas, sociales, políticas y culturales de las pymes en su conjunto, también contribuye a lograr una organización más integral y a fortalecer la democracia, al aplicar esta propuesta la equidad de género representa el respeto a los derechos como seres humanos y la tolerancia de diferencias como mujeres y hombres, representa la igualdad de oportunidades en todos los departamentos.

6.5.7 Factibilidad Política

Sin embargo existen políticas gubernamentales que contribuyen al desarrollo de la matriz productiva y en si del sector carrocero. El plan Nacional del Buen Vivir por ejemplo es una muestra clara de lineamiento y políticas que aseguran el desarrollo de sectores estratégicos; siendo apoyados al existir estudios que comprueben la necesidad de invertir en estos sectores de vital importancia en la economía de una población.

6.6 FUNDAMENTACIÓN

Plan Financiero

El plan financiero es una herramienta que permite a emprendedores y empresarios tener una versión cuantificada de su idea negocio, trazar objetivos, encontrar la manera más adecuada de llevar lo planeado a la realidad y generar credibilidad ante los inversionistas. En resumen, puede decirse que es el mapa que contiene la dirección a seguir para alcanzar las metas en el plano económico.

Para CONTRERAS (2010) en su informe de titulación presentado en la Escuela Superior Politécnica del Litoral con tema: “Plan de negocios para una empresa organizadora de eventos en la ciudad de Guayaquil”, en donde

menciona lo importante de un plan financiero y los elementos más importantes para el autor:

“Es importante mencionar previo al análisis cuantitativo que existen algunos elementos para establecer el Plan Financiero, mencionando algunos de ellos son: Inversión requerida, Rentabilidad esperada, y Proyecciones en años”.

En el mismo pensamiento, BREALEY (2008), en su análisis master en pymes, sobre Planeación Financiera, discute sobre el tema:

El plan financiero es una técnica que reúne un conjunto de métodos, instrumentos y objetivos con el fin de establecer los pronósticos y las metas económicas y financieras de una empresa, tomando en cuenta los medios que se tienen y los que se requieren para lograrlo.

También se puede decir que el plan financiero es un procedimiento en tres fases para decidir qué acciones se habrán de realizar en el futuro para lograr los objetivos trazados: planear lo que se desea hacer, llevar a la práctica lo planeado y verificar la eficiencia de lo que se hace. Mediante un presupuesto, la planeación financiera dará a la empresa una coordinación general de funcionamiento. Asimismo, reviste gran importancia para el funcionamiento y la supervivencia de la organización.

Inversión

Se considera inversión todo aquello que contribuye a mejorar la producción; es decir, materia prima, activos fijos, mano de obra, etc., así lo menciona Samuelson (2012, pág. 144):

La inversión es el gasto monetario en la adquisición de capital fijo o capital circulante, o el flujo de producción encaminado a aumentar el capital fijo de la sociedad o el volumen de existencias.

Aunque también la podemos definir como la actividad económica por la cual se renuncia a consumir hoy con la idea de aumentar la producción a futuro. Por otro lado, también se dice que "es gastar dinero con la esperanza de obtener utilidades".

Está formada por bienes producidos que se utilizan para obtener nuevos productos y comprende el equipo, como los telares eléctricos, las estructuras, como las viviendas o las fábricas, y la existencia, como los automóviles que tienen los concesionarios en exposición.

Evaluación financiera

La evaluación financiera consiste en determinar la factibilidad de las inversiones en tiempo y resultados, tal y como lo establece (Miranda, 2010, pág. 4):

En consecuencia, el proceso de evaluación consiste en determinar hasta qué punto se justifica el sacrificio de inversión por efecto de los resultados que se esperan obtener al confrontar las erogaciones con los ingresos, esto significa finalmente que la evaluación se orienta a determinar la rentabilidad de la inversión.

Por tanto, los fundamentos teóricos existentes a nivel de pymes; sobre la importancia e implementación de un plan financiero para mejorar sustancialmente el nivel económico y de desarrollo empresarial de las pymes carroceras, es de vital importancia; porque permite el alcance de objetivos y la oportuna toma de decisiones.

6.7 MODELO OPERATIVO

El modelo del plan financiero para la consolidación en el mercado de las pymes carroceras que se va aplicar en el estudio, corresponde a un modelo diseñado por ARNAUT & IBERBROKER (2013) Asesores Tributarios y Empresariales; este modelo estructural, tiene un enfoque hacia el desarrollo de las pymes.

Las pymes del sector carrocerero, necesitan de un modelo de plan financiero aplicable y entendible a sus estructuras, por aquello el siguiente modelo cumple con los requerimientos del sector, ajustándose a las exigencias de las pymes en mención.

6.7.1 PLAN FINANCIERO

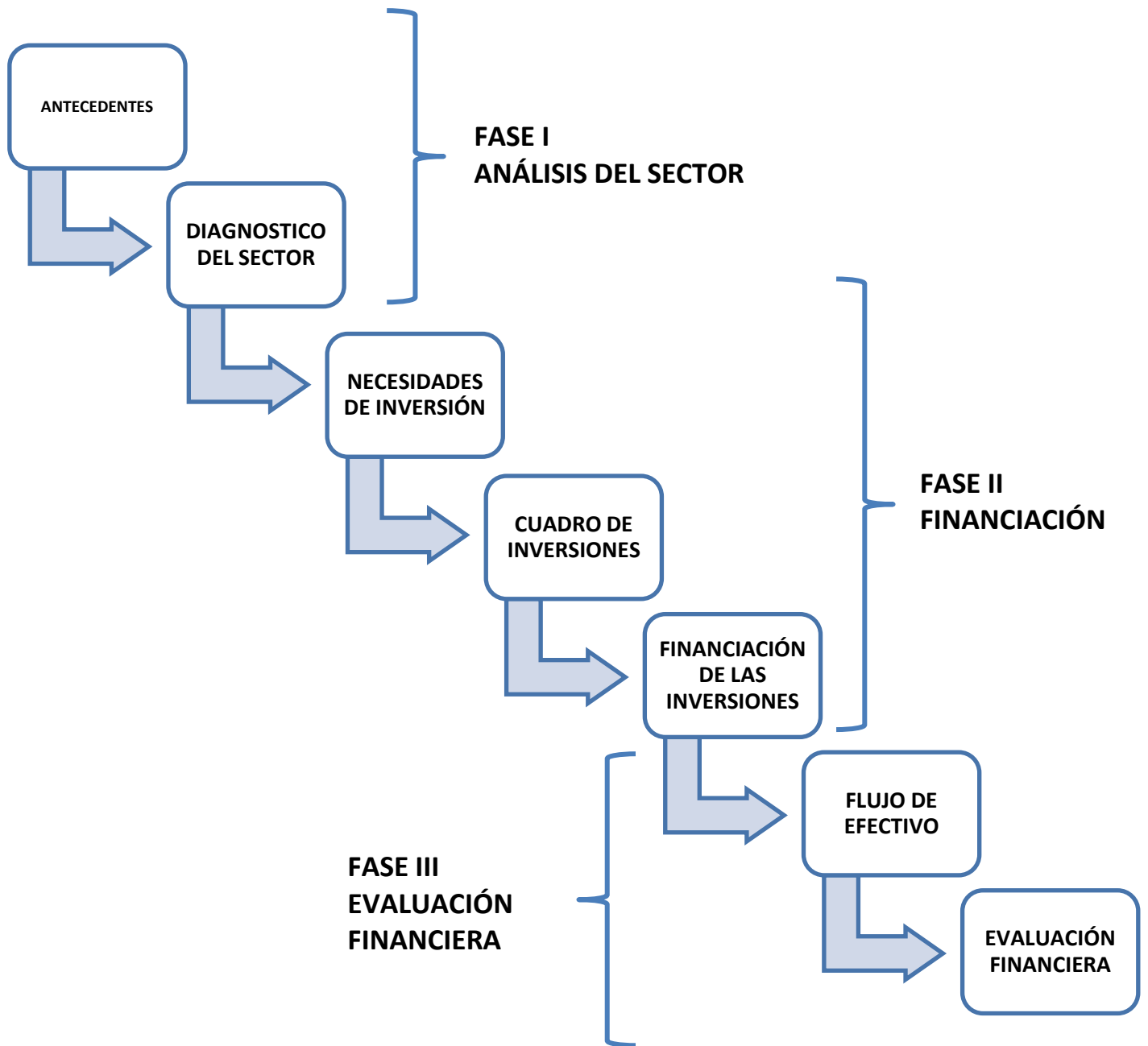


Gráfico 16 Plan Financiero
Fuente: ARNAUT & IBERBROKERS (2013)
Elaborado por: LLANOS, Maritza

6.7.2 DESARROLLO

FASE I

ANÁLISIS DEL SECTOR

1. Antecedentes

El sector carrocerero en la provincia de Tungurahua, es uno de los sectores de crecimiento acelerado y sostenido más emblemático, pero para impulsar su desarrollo especialmente de las pymes del sector, es necesario presentar un plan o guía que de forma positiva incentive e instruya hacia la buena práctica financiera.

El crédito para este sector puede ser abastecida por las instituciones financieras y que como obligación tienen el prestar ayuda a este sector siempre y cuando se presenten los estudios detallados de la factibilidad que tienen; así como, de garantías y requisitos que cada empresa debe cumplir para la otorgación de un crédito en instituciones financieras.

Es por ello; que un plan financiero trata de medir un objetivo básico de todo negocio, que es la rentabilidad del mismo, pero sin olvidar que existe un segundo objetivo necesario para poder hablar de viabilidad, que es el de la liquidez. (ARNAUT & IBERBROKER, 2013)

2. Diagnóstico del sector

En el 2013 hubo problemas para la productividad y crecimiento del sector; la norma 1323, que es el análisis y mejora de cada taller, la calificación ante la Agencia Nacional de Tránsito (ANT) y la homologación de los procesos para la prueba de vuelco dejó en los pequeños talleres problemas económicos.

La inversión para pruebas, calificaciones y de más estudios, como los ambientales y de desarrollo; les genera encarecimiento del producto, por tanto la inversión les deja sin capital operacional y les genera complicaciones.

Pese a la conformación de la cooperativa de ahorro y crédito como visión para fuentes de financiamiento, la creación de la Cooperativa de Producción Artesanal de Carrocerías Metálicas Tungurahua, gremio conformado por artesanos carroceros de la zona central del país, quienes tuvieron la visión de crear la Cooperativa de Ahorro y Crédito Carroceros de Tungurahua con el afán de contribuir al desarrollo económico del sector carrocerero, transporte, metalmecánica, etc., con soluciones financieras y cooperativas, las que paulatinamente se fueron difundiendo dentro de la provincia de Tungurahua.

Sin embargo, la necesidad de financiamiento en el sector es evidente, la complejidad de este problema surge por la compra de chasis vital para montar la carrocería, por tanto para operar necesitan capital operativo superior a los \$100.000,00 usd para poder generar impulso en materia productiva y consolidación en el mercado.

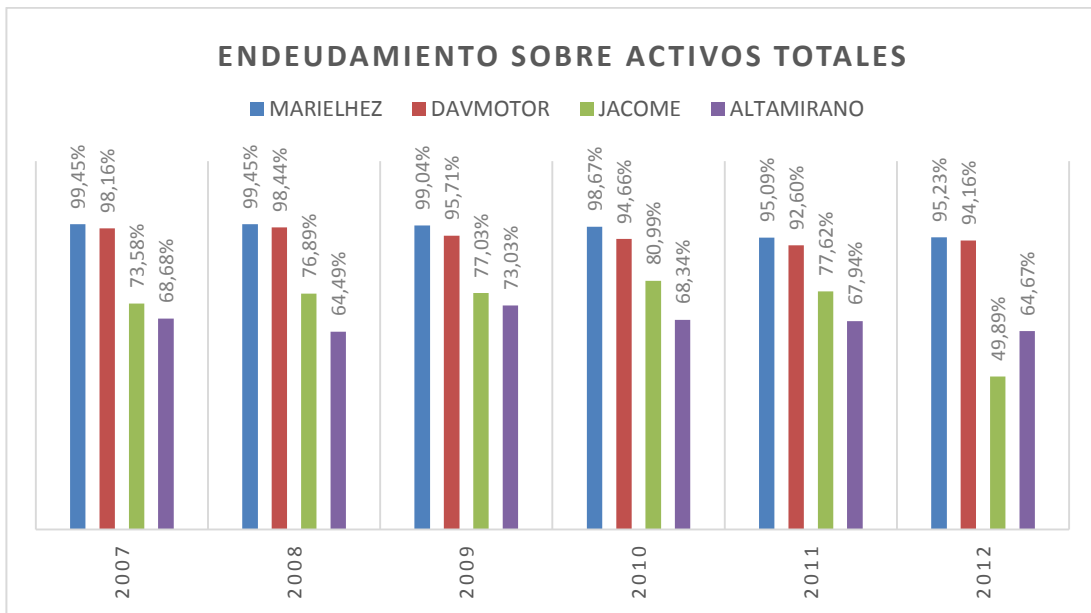


Gráfico 17 Endeudamiento de las pymes
Elaborado por: LLANOS, Maritza

Se observa en las pymes un nivel de endeudamiento considerable, con tendencia a la baja en los últimos años, sin embargo es necesario establecer políticas de financiamiento y realizar un análisis sobre las inversiones que requieren dichas pymes. La forma adecuada de evitar un endeudamiento innecesario es evaluando la inversión a través de un plan financiero, este contribuirá a reducir notablemente la deuda innecesaria. También se pudo constatar que las instituciones financieras que fomentan a este sector son la banca y el sector cooperativista:

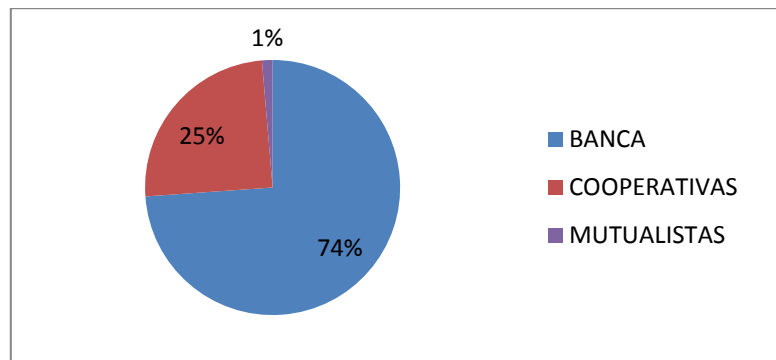


Gráfico 18 Instituciones financieras que fomentan el sector carrocerero
Elaborado por: LLANOS, Maritza

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

AÑOS FUENTES	2007	2008	2009	2010	2011	2012	PROMEDIO ANUAL
BANCA	\$ 1.859.348,79	\$ 2.550.982,16	\$ 2.292.773,08	\$ 2.246.650,49	\$ 2.135.444,42	\$ 3.624.996,27	\$ 2.451.699,20
COOPERATIVAS	\$ 623.646,85	\$ 2.550.982,16	\$ 897.946,88	\$ 412.048,93	\$ 547.681,57	\$ 789.417,60	\$ 970.287,33
SOCIEDADES FINANCIERAS	\$ -	\$ 813.105,30	\$ 71.256,28	\$ 359.940,94	\$ 314.605,89	\$ 482.493,12	\$ 340.233,59
MUTUALISTAS	\$ 33.652,84	\$ -	\$ -	\$ 48.000,00	\$ 36.000,00	\$ 358.231,28	\$ 79.314,02
PROPIO	\$ -	\$ 21.563,24	\$ 165.665,04	\$ 249.854,23	\$ 83.961,39	\$ 80.104,50	\$ 100.191,40
PROMEDIO ANUAL	\$ 2.516.648,48	\$ 5.936.632,86	\$ 3.427.641,28	\$ 3.316.494,59	\$ 3.117.693,27	\$ 5.335.242,77	\$ 3.941.725,54

Tabla 17 NECESIDAD DE INVERSIÓN

Elaborado por: LLANOS, Maritza

Se observa en la tabla que la necesidad de inversión promedio, analizando el sector en los últimos 5 años es de \$3'941.725,54 usd; de este valor es la banca pública y privada quien cubre la mayor parte con el 74% que representa \$2.451.699,20 usd.

También se desarrolla el FODA del sector para evaluar los puntos críticos del mismo:

Tabla 18 FODA de las pymes del sector carrocero

<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • PRESENCIA EN EL MERCADO • CAPACITACIONES CONTINUAS A EMPLEADOS • EXPERIENCIA • TECNOLOGÍAS MODERNAS • SEGURIDAD • IMAGEN EMPRESARIAL • APLICACIÓN DE NORMAS Y LEYES VIGENTES • BUENA ESTRUCTURA DE LA MISIÓN • BUENA ESTRUCTURA DE LA VISIÓN • ORGANIZACIONES BIEN ESTRUCTURADAS 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • ESTABILIDAD POLÍTICA • LEYES GUBERNAMENTALES • PREPARACIÓN PROFESIONAL • TECNOLOGÍAS LIMPIAS • REFORMAS Y LEYES TRIBUTARIAS • CRECIMIENTO POBLACIONAL • PROCEDIMIENTOS MUNICIPALES • CRECIMIENTO DEL PIB • ALIANZAS ESTRATÉGICAS • NORMAS Y LEYES AMBIENTALES
--	--

<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • BAJA INVERSIÓN EN INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO • FALTA DE UN PLAN DE FINANCIAMIENTO • DESCONOCIMIENTO DEL REGLAMENTO INTERNO • COMUNICACIÓN DEFICIENTE • EMPLEADOS DESMOTIVADOS POR BAJA PRODUCTIVIDAD • COMPETENCIA DESLEAL • POCOS DATOS LEVANTADOS DEL MERCADO 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • BAJA INVERSIÓN EN INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO • CORRUPCIÓN • CONTAMINACIÓN AMBIENTAL • FALTA DE ACCESO A NUEVAS TECNOLOGÍAS • COMPETENCIA DESLEAL • POBREZA
---	--

Elaborado por: LLANOS, Maritza

En consecuencia y un análisis más profundo del sector a través del análisis del FODA representado en las matrices de factores externos y factores internos, muestran la realidad del sector.

Tabla 19 Matriz de Factores Externos
MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS

FACTOR DETERMINANTE DEL ÉXITO	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
OPORTUNIDADES			
ESTABILIDAD POLÍTICA	0,1	3	0,3
LEYES GUBERNAMENTALES	0,05	2	0,1
PREPARACIÓN PROFESIONAL	0,08	4	0,32
TECNOLOGÍAS LIMPIAS	0,1	2	0,2
REFORMAS Y LEYES TRIBUTARIAS	0,04	2	0,08
CRECIMIENTO POBLACIONAL	0,05	4	0,2
NORMAS Y LEYES AMBIENTALES	0,06	1	0,06
PROCEDIMIENTOS MUNICIPALES	0,05	2	0,1
CRECIMIENTO DEL PIB	0,03	1	0,03
ALIANZAS ESTRATÉGICAS	0,08	4	0,32
AMENAZAS			

BAJA INVERSIÓN EN INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO	0,07	4	0,28
CORRUPCIÓN	0,05	1	0,05
CONTAMINACIÓN AMBIENTAL	0,03	2	0,06
FALTA DE ACCESO A NUEVAS TECNOLOGÍAS	0,07	2	0,14
COMPETENCIA DESLEAL	0,06	3	0,18
INSUFICIENTES DATOS DEL MERCADO	0,04	1	0,04
POCOS DATOS LEVANTADOS DEL MERCADO	0,04	1	0,04
TOTAL	1		2,5

Elaborado por: LLANOS, Maritza

Interpretación: Dado la evaluación de la matriz de factores externos se tiene un resultado de 2,50, interpretando que; el sector carroceros conformado por las pymes especialmente, aprovechan las oportunidades de buena manera y pueden enfrentar las amenazas con estrategias bien planteadas y mejor organización del sector.

Tabla 20 Matriz de Factores Internos
MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS

FACTOR DETERMINANTE DEL ÉXITO	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
FORTALEZAS			
PRESENCIA EN EL MERCADO	0,05	3	0,15
AMBIENTE LABORAL	0,08	4	0,32
CAPACITACIONES CONTINUAS A EMPLEADOS	0,06	4	0,24
TECNOLOGÍAS MODERNAS	0,06	2	0,12
LIQUIDEZ Y SOLVENCIA ECONÓMICA	0,08	3	0,24
SERVICIOS FINANCIEROS EFICIENTES	0,05	3	0,15

APLICACIÓN DE NORMAS Y LEYES VIGENTES	0,05	2	0,1
SEGURIDAD	0,08	3	0,24
IMAGEN EMPRESARIAL	0,06	3	0,18
BUENA ESTRUCTURA DE LA MISIÓN	0,05	2	0,1
BUENA ESTRUCTURA DE LA VISIÓN	0,05	2	0,1
ORGANIZACIÓN BIEN ESTRUCTURADA	0,04	3	0,12
DEBILIDADES			
BAJA INVERSIÓN EN INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO	0,04	2	0,08
DESCONOCIMIENTO DEL REGLAMENTO INTERNO	0,03	2	0,06
COMUNICACIÓN DEFICIENTE	0,04	1	0,04
EMPLEADOS DESMOTIVADOS	0,05	1	0,05
COMPETENCIA DESLEAL	0,08	3	0,24
POBREZA	0,05	1	0,05
TOTAL	1		2,58

Elaborado por: LLANOS, Maritza

Interpretación: Dado la evaluación de la matriz de factores internos se tiene un resultado de 2,58; por tanto señala que las fortalezas del sector son bien aprovechadas, siendo un punto alto para mencionar la competitividad en el país; también el indicador menciona que; las debilidades son asimiladas por las estructuras de las pymes carroceras y planteadas como estrategias para desarrollar productos.

Analizado el sector de las pymes carroceras, a través de la matriz de factores externos e internos, se tiene que el sector es altamente competitivo y acepta

de buena manera las amenazas y debilidades y desarrolla mecanismos para explotar su entorno a través de las oportunidades y fortalezas.

FASE II

FINANCIACIÓN

3. Necesidades de inversión

El sector carrocerero presenta grandes oportunidades de crecimiento, sin embargo; las pymes de este sector necesitan de financiamiento, para ello deben elaborar un plan financiero en donde se incluya el cuadro de inversiones, entidades financieras dispuestas a prestar el efectivo requerido, así como; la evaluación financiera que demuestre la factibilidad del proyecto o incremento de producción para el cual se requirió la elaboración del plan financiero.

El sector carrocerero necesita de inversión en maquinaria y equipo acorde a las exigencias del mercado, materia prima para la fabricación de las carrocerías e incremento de personal; entre lo más usual. El crecimiento de las pymes significaría un incremento de plazas de trabajo además de dinamizar la economía de la provincia.

Sin embargo existen algunas restricciones para que las pymes del sector carrocerero puedan acceder a créditos, según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) sobre el financiamiento para pymes menciona:

“Por otra parte, las pequeñas y medianas empresas (pymes) que juegan un papel importante en la generación de empleos, enfrentan importantes restricciones al acceso del crédito bancario, tanto de corto como de largo plazo” (CEPAL, 2014).

Pese aquello, el gobierno está impulsando el desarrollo de estas a través del Ministerio de Producción e Industrias y financiamiento a través de la banca pública en el caso de la Corporación Financiera Nacional (CFN), que otorga préstamos altos a largo plazo para incremento de producción o nuevos emprendimientos, pero para aquello deberán presentar un proyecto que muestre la factibilidad del mismo en el que se incluye un plan de inversiones.

4. Cuadro de inversiones

Para presentar un cuadro de inversiones aplicable a las pymes carroceras, se tomara como ejemplo a la Carrocería Altamirano Cía. Ltda., y se precede de la siguiente manera:

Se considera un incremento de producción en las pymes carroceras estandarizado al 30% sobre la fabricación de carrocerías, resultado de la tendencia que siguen las pymes, es decir si produjesen 10 carrocerías al año, deberán incrementar su producción a 13 carrocerías anuales; debido a que se considera una inversión aceptable y de recuperación pronta; además ese incremento se debe, porque a manifestación de los señores gerentes sus economías (pymes) pueden soportar esa carga de producción anual. Considerando ese incremento sobre el número de carrocerías que se producen, se necesitaría \$38.688,68 usd valor que se obtiene de los datos proporcionados por Carrocerías Altamirano de su situación financiera y los cálculos pertinentes que conlleva el incrementar la producción y la materia prima que se requiere para ello. Por tanto se presenta el siguiente cuadro de inversiones fijas de Carrocerías Altamirano Cía. Ltda.:

Tabla 21 Cuadro de Inversiones

CARROCERÍAS ALTAMIRANO CIA. LTDA.		
Cuadro de inversiones fijas		
1	ACTIVO	
1.1.1.	CORRIENTE	
1.1.3.	REALIZABLE	
1.1.3.01.01.002	Inventario de Materia Prima	\$ 38.688,68
1.1.3.01.01.004	Inventario Varios	\$ 4.270,96
1.1.3.01.01.006	Inven. Prod. Proceso	\$ 24.489,68
1.2.1.03.	DEPRECIABLES	
1.2.1.03.01.001	Maquinaria y Herramientas	\$ 53.890,63
1.2.1.03.01.002	Equipos de Computación Y Software	\$ 6.106,88
Total		\$ 127.446,84

Fuente: Carrocerías Altamirano

**Tabla 22 Cuadro de Costos y Gastos
CARROCERÍAS ALTAMIRANO CIA. LTDA.**

Cuadro de Costos y Gastos	
EGRESOS	
PRODUCCIÓN	
Costo Servicios Mano de Obra	\$ 88.959,76
Costo indirectos	\$ 29.890,72
ADMINISTRATIVO	
Gasto Sueldos y Salarios	\$ 37.749,64
Gasto Horas Extras	\$ 5.256,97
Gasto comisiones y bonos	\$ 1.536,97
Gasto XIII	\$ 4.689,73
Gasto XIV	\$ 3.709,56
Gasto Vacaciones	\$ 1.570,80
Gasto A. Patronal	\$ 5.688,98
Gasto Fondos de Reserva	\$ 1.095,70
Gasto Honorarios Profesionales	\$ 7.680,67
Gasto comisiones	\$ 1.479,79
Gasto por Servicio Mantenimiento	\$ 3.318,07
Gasto Promocion y Publicidad	\$ 3.697,78
Gasto Suministro	\$ 289,01
Gasto Transporte	\$ 169,12
Gasto de Gestión	\$ 2.055,96
Gasto de Luz -Generales	\$ 3.106,85
Gasto Telefono CNT	\$ 1.006,16

Gasto Impuesto Cotribuciones Municipales	\$ 1.396,18
Gasto Comisiones Bancarias	\$ 259,04
Gasto Intereses Bancarios	\$ 589,58
Gastos Bancarios	\$ 208,61
Gasto Servicios Locales Otros	\$ 3.489,84
Gasto Repuestos y Herramientas	\$ 3.144,72
Gasto Adecuacion Planta	\$ 789,85
Gasto Servicios Personales	\$ 8.890,20
Gasto Medicina	\$ 37,10
Gasto Adecuacion Taller Quito	\$ 479,51
Gastos Varios	\$ 1.368,97
Gasto Iva Al Gasto	\$ 289,11
Gasto Diferencias Pago Facts.	\$ 88,96
Gasto Retenciones Asumidas	\$ 100,89
Gasto Alimentación	\$ 7.897,61
Gasto Serv. Telef. Celulares	\$ 227,09
Gastos Varios	\$ 903,80
Total Costos y Gastos	\$ 233.113,26

Fuente: Carrocerías Altamirano

Por tanto, de la suma de las inversiones fijas y los costos y gastos de producción (tablas 20 y 21) se requiere de un financiamiento de \$360.560,10 usd anual para incremento de producción al 30% sobre la fabricación de carrocerías, valor porcentual aceptado por la gerencia de las pymes estudiadas sobre la capacidad de producción (de cada 10 carrocerías se podría incrementar 3 carrocerías) es decir que para mantener un incremento

de la producción durante los próximos cinco años se necesitara una inversión de \$1'802.800,50 usd; con ello se procederá al análisis respectivo de fuentes de financiamiento, proyección de flujo de efectivo y el análisis de factibilidad que demuestren la viabilidad del incremento de la producción.

A continuación se presenta la materia prima o inventarios para fabricar un bus modelo OP 262 que corresponde a un bus tipo escolar 30 pasajeros y el modelo OP 028 que corresponde a un minibús urbano de 24 pasajeros; estos materiales se presentan como referencia para una visión global de los materiales que necesitan en el incremento de producción.

Para la fabricación del modelo de bus OP 262 se utiliza la siguiente materia prima:

Tabla 23 Modelo OP 262 Bus escolar

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO TOTAL
ABT-01	AMBIENTAL (SHINE PLUS)	0,5	\$ 2,35
ACR-01	ANTICORROSIVO	0,5	\$ 5,48
ADA-01	ALDABA TIPO BRASIL	1	\$ 20,00
AMR-01	AMORTIGUADOR 420N	3	\$ 52,26
AMR-02	AMORTIGUADOR 785N	2	\$ 33,92
ANG-01	ANGULO 1 1/2*1/8(40*3MM)	1,5	\$ 15,15
BBN-01	BOBINA ALUM 0.90*1220	32,5	\$ 442,65
BJT-01	BRUJITA	1	\$ 0,89
BPS-02	BASE DE PISO AMARILLO	11	\$ 16,83
BQO-03	BLOQUEO ACELERADOR	1	\$ 11,00
BRC-02	BROCA 1/4	9	\$ 9,50
BRC-03	BROCA 1/8	2	\$ 0,50
BRC-04	BROCA 3/16	52	\$ 37,96
BRC-06	BROCA 3/8	4	\$ 8,50
BRC-08	BROCA 5/32	14	\$ 8,60
BRC-11	BROCA 9/64	13	\$ 5,80
BRZ-09	BRAZO PANTOGRAFICO 520	3	\$ 69,00
BSG-02	BISAGRA CONSOLA	9	\$ 11,07
BSG-03	BISAGRA DE TORTUGA	2	\$ 7,32
BTR-03	BOOSTER MASCARILLA	1	\$ 53,75

CBE-03	CABLE COAXIAL	3	\$ 0,75
CBE-04	CABLE FLEXIBLE #10	9	\$ 13,86
CBE-07	CABLE FLEXIBLE #16	100	\$ 15,00
CBE-08	CABLE FLEXIBLE #18	100	\$ 13,00
CBE-10	CABLE MIC	1	\$ 34,00
CBE-11	CABLE PARLANTE	100	\$ 34,00
CCH-05	CAUCHO PLATINA	6	\$ 5,70
CCH-06	CAUCHO TABLERO (U CON PEGA	19	\$ 13,60
CCH-08	CAUCHO TIRAS TUBULAR	0,55	\$ 1,54
CCH-09	CAUCHO TUBU CEJA ACERO	20	\$ 55,20
CCH-11	CAUCHO U ACERO	11	\$ 17,60
CCV-05	CCICEV OP262	1	\$ 270,00
CHA-02	CHASIS	1	\$ 43.000,00
CHP-04	CHAPA GAVETA	1	\$ 4,91
CHP-08	CHAPA PLOMA	4	\$ 27,84
CHP-09	CHAPA VW	2	\$ 12,32
CRB-01	CLARABOYA FIBRA VENTILADOR	2	\$ 276,78
CRB-03	CLARABOYAS GR DE FIBRA	2	\$ 303,56
CTR-02	CINTURON SEGURIDAD CHOFER	1	\$ 21,30
CTR-03	CINTURON SEGURIDAD SIMPLE	40	\$ 142,80
CYA-03	CUCUYA DELIMITADORA BUSSCA	4	\$ 57,16
CYA-04	CUCUYA LED GRANDE	6	\$ 31,04
CYA-05	CUCUYA LED PEQUEÑA	6	\$ 19,29
CYA-10	CUCUYA REDONDA POSTERIOR	4	\$ 45,96
DSC-01	DISCO CORTE 14"	1	\$ 4,99
DSC-02	DISCO CORTE 7"	11	\$ 20,88
DSC-03	DISCO DE PULIR	2	\$ 4,21
DYT-04	DILUYENTE REGULADOR VISCOC	1	\$ 6,31
EPJ-10	ESPONJA NEGRA 5MM 1.45MT	11	\$ 27,50
ESP-01	ESPEJO INTERIOR OVALADO	1	\$ 33,47
ESP-04	ESPEJO JUEGO EN C	1	\$ 84,85
ETD-02	ELECTRODO 6011	1	\$ 1,60
EXP-02	EXPANDIBLE FANTASTICO SUTI	23,6	\$ 188,58
FND-05	FONDO MEGAX	2	\$ 36,99
FRO-04	FARO POST DERECHO GR	1	\$ 9,47
FRO-05	FARO POST DERECHO MD	1	\$ 9,47
FRO-06	FARO POST DERECHO PQ	1	\$ 9,47
FRO-07	FARO POST IZQUIERDO GR	1	\$ 9,47
FRO-08	FARO POST IZQUIERDO MD	1	\$ 9,47
FRO-09	FARO POST IZQUIERDO PQ	2	\$ 18,94

FRO-10	FARO POST LUZ LARGA	1	\$	21,75
FRT-01	FLUORECENTE 15	1	\$	1,25
FRT-02	FLUORECENTE 20	1	\$	1,54
FRT-03	FLUORECENTE 40	2	\$	2,72
FSB-02	FUSIBLE UÑA	15	\$	1,65
GPS-01	GPS	1	\$	400,00
GRP-01	GUARDA POLVOS	4	\$	42,36
GYP-01	GUAYPE COLOR	12,1	\$	16,48
INV-01	INVERSOR 15 20	3	\$	20,49
ISL-01	ISARCOL	14	\$	153,93
JGO-04	JUEGO VENTANA ESCOLAR GR O	1	\$	3.214,29
KIT-02	KIT PINTURA OP262	1	\$	381,11
KIT-11	KIT FONDO OP262	1	\$	221,02
KIT-21	KIT FONDO OP 262	1	\$	185,60
LJA-03	LIJA CUADRADA #180	2	\$	0,46
LJA-04	LIJA CUADRADA #240	3	\$	0,66
LJA-06	LIJA DISCO #36	44	\$	26,14
LJA-07	LIJA HIERRO #4	35	\$	15,25
LJA-08	LIJA PURPLE 150	29	\$	29,29
LJA-09	LIJA PURPLE 240	22	\$	19,14
LJA-10	LIJA PURPLE 40	32	\$	69,12
LJA-11	LIJA PURPLE 400	26	\$	22,62
LJA-12	LIJA PURPLE 80	33	\$	36,63
LUZ-16	LUZ SALON OVALADA	6	\$	64,29
MGN-02	MANGON CLIO 112 GR	2	\$	46,20
MKG-01	MASKING 1/4	2	\$	1,34
MKG-02	MASKING 2"	6	\$	15,66
MKG-03	MASKING 3/4	17	\$	25,29
MNJ-01	MANIJA DE CAJUELA	5	\$	7,60
MQT-04	MOQUETA PISO CONSUL	65	\$	790,80
MRT-01	MARTILLOS INTERPROVINCIAL	6	\$	24,30
MSA-01	MASILLA PLASTICA	18	\$	234,36
PCH-07	PLANCHA AL ANTID 1.5MM	3	\$	154,51
PCH-11	PLANCHA GALV 1/16	2	\$	73,12
PCH-12	PLANCHA GALV 1/20	7	\$	213,50
PCH-13	PLANCHA GALV 1/25	20	\$	415,60
PCH-15	PLANCHA NEGRA 2MM	2	\$	76,48
PFL-01	PERFIL ALUMINIO H	1	\$	5,30
PFL-02	PERFIL ALUMINIO J	8	\$	33,84
PFL-05	PERFIL BOTAGUAS	1,22	\$	13,85

PFL-08	PERFIL GRADA	4	\$	38,67
PFL-09	PERFIL GRADA AMARILLO	6	\$	61,80
PFL-11	PERFIL REMATE CARROCERIAS	6,11	\$	16,71
PGA-01	PEGA PLOMA(CAULKING)	4	\$	79,80
PNT-02	PUNTA ESTRELLA #2	6	\$	8,10
PNT-03	PUNTA ESTRELLA #3	4	\$	5,40
PRL-05	PARLANTE COAXIAL	6	\$	159,66
PRN-05	PERNO GALV 1/4*1	100	\$	5,00
PRN-06	PERNO GALV 1/4*1 1/2	24	\$	0,96
PRN-07	PERNO GALV 1/4*1 1/2 CC	10	\$	0,40
PRN-08	PERNO GALV 1/4*1 CC	120	\$	18,00
PRN-09	PERNO GALV 3/8*1	30	\$	2,40
PRN-11	PERNO GALV 5/16* 1 1/2	16	\$	1,44
PRN-12	PERNO GALV 5/16*1	35	\$	3,15
PRN-16	PERNO GALV 5/16*2 1/2	10	\$	1,53
PTC-02	PLASTICO DE TECHO	5	\$	40,20
PTF-01	PORTAFUSIBLE 10 AMARILLO	1	\$	11,29
PTN-03	PLATINA 1*1/8	4	\$	15,00
PTN-09	PLATINA 3/4*1/8	4	\$	11,60
PTP-01	PORTA PLACA	1	\$	17,15
PTR-30	PINTURA LACA NEGRO UNIDAS	0,25	\$	4,28
PTV-01	PORTAVASOS	2	\$	8,02
PVD-01	PISAVIDRIO AMARILLO RTP	4	\$	7,56
RDL-02	RODELA PLANA 1/4	140	\$	16,80
RDL-04	RODELA PLANA 5/16	16	\$	2,56
RDL-06	RODELA PRESION 1/4	10	\$	0,20
RDL-08	RODELA PRESION 5/16	16	\$	0,71
RJL-04	REJILLA PINTADA NEGRO	2	\$	33,60
RLY-02	RELAY 24V	15	\$	66,30
RME-02	REMACHE 3/16*1	1905	\$	15,34
RME-04	REMACHE 3/16*3/4	225	\$	9,89
RME-05	REMACHE 5/32*1/2	470	\$	3,92
RME-09	REMACHE GOLPE 3/16*3/8	300	\$	7,39
SCK-01	SOCKET RELAY	15	\$	16,80
SCT-01	SECANTE DE MASILLA	56	\$	38,64
SKA-02	SIKA 755 NEGRO	1	\$	15,13
SKF-02	SIKAFLEX 221 NEGRO SALCHIC	7	\$	79,89
SKF-04	SIKAFLEX 252 NEGRO SALCHIC	24	\$	365,15
SKP-01	SIKAPRIMER 206	0,56	\$	49,56
SKP-02	SIKAPRIMER 210	0,24	\$	13,80

SPT-12	SOPORTE TUBO 15CM AMARILLO	28	\$ 46,20
SPT-14	SOPORTE TUBO 16CM AMARILLO	6	\$ 10,50
SPY-01	SPRAY NEGRO MATE	2	\$ 3,13
SRA-01	SIERRA	1	\$ 1,35
STM-07	SISTEMA LIMPIA PARABRIZAS	1	\$ 242,86
STP-01	STOP EN V	1	\$ 39,50
SWH-03	SWICH MARILIA 10635	13	\$ 44,07
SWH-04	SWICH MARILIA 11175	2	\$ 7,14
TBO-06	TUBO CUADRADO 40*40*2	4	\$ 101,04
TBO-08	TUBO CUADRADO 50*50*2 GALV	1	\$ 26,74
TBO-13	TUBO ESTRIADO	2	\$ 39,10
TBO-14	TUBO ESTRIADO GALV	5	\$ 100,69
TBO-20	TUBO RECTANGULAR 50*25*2	4	\$ 96,64
TBO-39	TUBO CUADRADO 3/4*1.5	4	\$ 32,91
TEE-01	TEE AMARILLA NACIONAL	14	\$ 25,90
TLA-02	TELA AZUL BRASILEIRA	1,5	\$ 34,82
TLA-36	TELA SILVERANO AZUL	14	\$ 135,80
TNN-04	THINNER LACA	7,75	\$ 38,82
TPA-03	TAPA COMBUSTIBLE TIPO TPD	1	\$ 21,62
TPN-02	TAPON TORNILLO PQ	210	\$ 16,80
TRN-03	TORNILLO 12*1	290	\$ 5,80
TRN-05	TORNILLO 12*1 1/4	450	\$ 9,00
TRN-08	TORNILLO 8*1	130	\$ 1,30
TRN-10	TORNILLO 8*1 AVELLANADO	350	\$ 3,50
TYP-01	TAYPE	10	\$ 6,50
UNN-04	UNION 12MM B-62 RAPIDO	1	\$ 1,34
VDR-07	VIDRIO ESCUDO	1	\$ 31,30
VRL-04	VARILLA REDONDA 10MM	1	\$ 4,20
TOTAL			\$ 55.167,32

Fuente: Carrocerías Altamirano Ltda.

Para la fabricación del modelo de bus OP 028 se utiliza la siguiente materia prima:

Tabla 24 Modelo OP 028 mini bus urbano

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO TOTAL
ABT-01	AMBIENTAL (SHINE PLUS)	2	\$ 7,06
ADA-01	ALDABA TIPO BRASIL	1	\$ 20,00
AMR-01	AMORTIGUADOR 420N	5	\$ 87,10
ANT-02	ANTENA LATERAL	1	\$ 2,59
AST-05	ASIENTO DE PLÁSTICO	23	\$ 138,00

BBN-01	BOBINA ALUM 0.90*1220	18	\$	51,29
BJT-01	BRUJITA	1	\$	1,40
BPS-04	BASE PISO PLOMO NAC	30	\$	45,90
BQO-03	BLOQUEO ACELERADOR	1	\$	11,00
BRC-01	BROCA 1/2	1	\$	2,27
BRC-02	BROCA 1/4	1	\$	1,11
BRC-03	BROCA 1/8	2	\$	0,50
BRC-04	BROCA 3/16	11	\$	12,68
BRC-07	BROCA 5/16	6	\$	11,51
BRC-08	BROCA 5/32	5	\$	6,10
BRC-11	BROCA 9/64	4	\$	3,03
BRD-07	BRIDA URBANA PLOMO	6	\$	16,20
BRN-01	BORNE BATERIA	1	\$	1,71
BRZ-07	BRAZO PANTOGRAFICO 330	4	\$	96,05
BSG-02	BISAGRA CONSOLA	4	\$	5,90
BSG-03	BISAGRA DE TORTUGA	2	\$	7,32
BSG-04	BISAGRA DEPURADOR	8	\$	32,00
BSG-07	BISAGRA TIPO PIANO 20CM	12	\$	95,86
BTP-01	BATE PIEDRA	3	\$	42,52
BTR-03	BOOSTER MASCARILLA	1	\$	53,75
BTR-05	BOOSTER PUERTA DE MECANISM	2	\$	107,50
CBE-02	CABLE BATERIA	3	\$	20,86
CBE-04	CABLE FLEXIBLE #10	8	\$	12,32
CBE-07	CABLE FLEXIBLE #16	200	\$	30,00
CBE-08	CABLE FLEXIBLE #18	100	\$	13,00
CBE-10	CABLE MIC	5	\$	169,80
CBE-11	CABLE PARLANTE	50	\$	17,00
CCH-01	CAUCHO COSTADO	7	\$	20,59
CCH-05	CAUCHO PLATINA	5	\$	4,76
CCH-06	CAUCHO TABLERO (U CON PEGA	8	\$	6,10
CCH-09	CAUCHO TUBU CEJA ACERO	19	\$	52,94
CCH-10	CAUCHO TUBULAR PUERTA	4	\$	7,01
CCH-11	CAUCHO U ACERO	17	\$	29,36
CCV-14	CCICEV OP028	1	\$	270,00
CHP-02	CHAPA BRAZIL VW CERCO	3	\$	38,85
CHP-04	CHAPA GAVETA	4	\$	19,64
CHP-08	CHAPA PLOMA	6	\$	41,76
CHA-01	CHASIS	1	\$	35.000,00
CNL-03	CANAL U 100*50*6	3	\$	140,89
CNR-01	CAÑERIA 1/4	100	\$	82,02

CNT-01	CINTA DOBLE FAS	0	\$ 6,23
CQL-02	CASQUILLO 1/4	20	\$ 4,40
CRA-08	CORREA PLOMO NACIONAL	18	\$ 50,94
CTR-02	CINTURON SEGURIDAD CHOFER	1	\$ 24,68
CTR-03	CINTURON SEGURIDAD SIMPLE	1	\$ 3,57
CYA-03	CUCUYA DELIMITADORA BUSSCA	4	\$ 57,16
CYA-06	CUCUYA OVALADA	6	\$ 38,82
CYA-10	CUCUYA REDONDA POSTERIOR	2	\$ 22,98
CYA-12	CUCUYA LED 12V	6	\$ 36,96
DSC-01	DISCO CORTE 14"	2	\$ 9,98
DSC-02	DISCO CORTE 7"	12	\$ 27,94
DSC-03	DISCO DE PULIR	5	\$ 10,53
EJE-02	RODAMIENTO DE PUERTA	2	\$ 33,01
ESP-01	ESPEJO INTERIOR OVALADO	1	\$ 24,41
ESP-02	ESPEJO INTERIOR REDONDO	1	\$ 13,62
ESP-04	ESPEJO JUEGO EN C	1	\$ 84,85
ETD-02	ELECTRODO 6011	17	\$ 28,16
EXP-02	EXPANDIBLE FANTASTICO SUTI	8	\$ 63,92
FCO-02	FOCO 1 PUNTO 12V	10	\$ 6,60
FCO-07	FOCO HALOGENO H1 12V	2	\$ 6,81
FCO-09	FOCO HALOGENO H3 12V	2	\$ 6,94
FCO-11	FOCO HALOGENO H4 12V	2	\$ 7,50
FCO-12	FOCO TABLERO 12V	6	\$ 2,16
FRO-03	FARO NEBLINERO BUSSCAR	1	\$ 14,00
FRO-04	FARO POST DERECHO GR	1	\$ 9,47
FRO-05	FARO POST DERECHO MD	1	\$ 9,47
FRO-06	FARO POST DERECHO PQ	1	\$ 9,47
FRO-07	FARO POST IZQUIERDO GR	1	\$ 9,47
FRO-08	FARO POST IZQUIERDO MD	1	\$ 9,47
FRO-09	FARO POST IZQUIERDO PQ	1	\$ 9,47
FRT-02	FLUORECENTE 20	1	\$ 1,25
FRT-03	FLUORECENTE 40	6	\$ 7,14
FRT-05	FLUORECENTE OVALADO 12V	1	\$ 22,32
FSB-02	FUSIBLE UÑA	15	\$ 1,65
GRP-01	GUARDA POLVOS	8	\$ 80,32
GYP-01	GUAYPE COLOR	13	\$ 17,79
INV-05	INVERSOR 30-40 12V	7	\$ 57,77
ISL-01	ISARCOL	7	\$ 71,47
JGO-16	JUEGO VENTANA OP026 Y OP02	1	\$ 2.500,00
KIT-23	KIT FONDO OP0028	1	\$ 178,56

KIT-37	KIT PINTURA OP 0028	1	\$	247,81
LJA-06	LIJA DISCO #36	25	\$	15,31
LJA-07	LIJA HIERRO #4	19	\$	8,79
LJA-08	LIJA PURPLE 150	8	\$	8,73
LJA-09	LIJA PURPLE 240	9	\$	7,71
LJA-10	LIJA PURPLE 40	8	\$	18,65
LJA-11	LIJA PURPLE 400	17	\$	15,59
LJA-12	LIJA PURPLE 80	16	\$	19,14
LJA-13	LIJA REDONDA #1200	1	\$	0,63
LJA-14	LIJA REDONDA #150	3	\$	0,69
LJA-22	LIJA REDONDA HELAN #180	11	\$	6,89
LUZ-08	LUZ FARO BODEGA	2	\$	10,27
MCA-02	MICA IMPORTACIONES	13	\$	199,26
MDR-01	MONEDERO	1	\$	48,60
MGN-01	MANGON ARES 56 PEQ	4	\$	44,00
MKG-03	MASKING 3/4	25	\$	28,79
MNJ-01	MANIJA DE CAJUELA	2	\$	3,04
MQT-1	MOQUETA AZUL JASPEADO	20	\$	255,14
MRB-05	MARIELBUS 003 DER	1	\$	203,35
MRB-06	MARIELBUS 003 IZQ	1	\$	203,12
MRB-08	MARIELBUS POST 003	1	\$	142,40
MRT-01	MARTILLOS INTERPROVINCIAL	5	\$	33,49
MSA-01	MASILLA PLASTICA	9	\$	117,26
MSA-03	MASILLA POLIESTER	1	\$	4,29
MTR-01	MOTOR CENTRIFUGO	1	\$	105,36
NBR-03	NEBLINERO NUEVO MODELO	1	\$	7,00
PCH-07	PLANCHA AL ANTID 1.5MM	2	\$	77,25
PCH-11	PLANCHA GALV 1/16	8	\$	311,41
PCH-12	PLANCHA GALV 1/20	2	\$	61,00
PFL-01	PERFIL ALUMINIO H	6	\$	31,83
PFL-02	PERFIL ALUMINIO J	8	\$	34,15
PFL-05	PERFIL BOTAGUAS	2	\$	17,03
PFL-08	PERFIL GRADA	5	\$	43,64
PFL-11	PERFIL REMATE CARROCERIAS	2	\$	6,16
PFL-12	PERFIL VENTANA GALVANIZADO	1	\$	9,72
PGA-01	PEGA PLOMA(CAULKING)	3	\$	69,11
PMR-02	PRIMER GLASS P595	0	\$	1,43
PNT-03	PUNTA ESTRELLA #3	2	\$	2,70
PRL-06	PARLANTE CON TWITER DOBLE	6	\$	60,37
PRN-04	PERNO ASIENTO	220	\$	34,68

PRN-08	PERNO GALV 1/4*1 CC	30	\$	4,50
PRN-12	PERNO GALV 5/16*1	146	\$	21,22
PRN-14	PERNO GALV 5/16*1 CC	150	\$	21,79
PRN-15	PERNO GALV 5/16*2	4	\$	0,44
PRN-17	PERNO GALV 5/16*2 CC	160	\$	8,00
PRN-18	PERNO GALV 5/16*3	2	\$	0,30
PRN-19	PERNO GALV 5/16*3 1/2	10	\$	1,90
PRN-21	PERNO GALV 5/16*3CC	2	\$	0,42
PRN-23	PERNO GALV HG 1/2*1 1/2	40	\$	6,40
PRN-31	PERNO NEGRO CC 1/4*1	6	\$	0,54
PSR-01	PULSADOR DE TIMBRE	2	\$	7,13
PTC-02	PLASTICO DE TECHO	1	\$	8,01
PTF-03	PORTAFUSIBLE 12	1	\$	13,66
PTN-01	PLATINA 1 1/2*1/8	1	\$	6,06
PTN-09	PLATINA 3/4*1/8	4	\$	11,68
PTO-01	PULIMENTO	2	\$	4,38
PTP-01	PORTA PLACA	1	\$	17,15
PTR-17	PINTURA COLOR NEGRO PU	0	\$	15,29
PTR-30	PINTURA LACA NEGRO UNIDAS	1	\$	8,68
PVD-04	PISAVIDRIO PLOMO NACIONAL	4	\$	7,40
RDL-02	RODELA PLANA 1/4	60	\$	7,20
RDL-04	RODELA PLANA 5/16	400	\$	57,51
RDL-05	RODELA PRESION 1/2	90	\$	4,47
RDL-06	RODELA PRESION 1/4	30	\$	0,60
RDL-08	RODELA PRESION 5/16	130	\$	6,41
RDO-03	RADIO PIONER USB	1	\$	115,18
RJL-04	REJILLA PINTADA NEGRO	1	\$	16,80
RLY-01	RELAY 12V	13	\$	57,46
RME-02	REMACHE 3/16*1	50	\$	0,56
RME-04	REMACHE 3/16*3/4	560	\$	7,21
RME-05	REMACHE 5/32*1/2	700	\$	2,50
RME-09	REMACHE GOLPE 3/16*3/8	50	\$	1,56
SCK-01	SOCKET RELAY	13	\$	15,19
SKA-02	SIKA 755 NEGRO	9	\$	138,52
SKF-02	SIKAFLEX 221 NEGRO SALCHIC	3	\$	35,13
SKF-04	SIKAFLEX 252 NEGRO SALCHIC	21	\$	299,87
SKF-05	SIKAFLEX 256	3	\$	24,81
SKP-01	SIKAPRIMER 206	1	\$	68,91
SKP-02	SIKAPRIMER 210	0	\$	17,94
SPT-17	SOPORTE TUBO 16CM PLOMO ST	1	\$	1,67

SPT-27	SOPORTE TUBO 9CM PLOMO ST	28	\$	42,84
SPY-01	SPRAY NEGRO MATE	2	\$	3,92
SRA-01	SIERRA	2	\$	2,70
STM-08	SISTEMA LIMPIAPARABRISA 12	1	\$	198,21
STP-01	STOP EN V	1	\$	39,50
SWH-03	SWICH MARILIA 10635	10	\$	41,03
SWH-04	SWICH MARILIA 11175	1	\$	3,57
TBO-05	TUBO CUADRADO 3/4*1.5 GALV	4	\$	39,15
TBO-06	TUBO CUADRADO 40*40*2	5	\$	126,30
TBO-12	TUBO CUADRADO 11/4*2	1	\$	20,05
TBO-20	TUBO RECTANGULAR 50*25*2	10	\$	241,60
TBO-25	TUBO REDONDO 1*2.0MM	1	\$	9,56
TCS-01	TECLES PORTALLANTAS	1	\$	148,55
TEE-04	TEE ELECTRICISTA COBRE 1/4	2	\$	4,10
TEE-06	TEE PLOMO NACIONAL	36	\$	66,60
TEE-09	TEE PLASTICA 6MM	5	\$	5,80
TML-02	TERMINAL DE BATERIA	1	\$	1,50
TML-03	TERMINAL ENCHUFLE	50	\$	5,67
TML-06	TERMINAL REDONDO 3/16	30	\$	3,30
TNN-04	THINNER LACA	7	\$	36,73
TPA-03	TAPA COMBUSTIBLE TIPO TPD	2	\$	43,46
TPN-01	TAPON TORNILLO GR	120	\$	8,40
TPN-02	TAPON TORNILLO PQ	250	\$	20,00
TRN-02	TORNILLO 10*1 NORMAL	80	\$	1,08
TRN-03	TORNILLO 12*1	15	\$	1,56
TRN-04	TORNILLO 12*1 1/2	235	\$	22,92
TRN-06	TORNILLO 12*1 AVELLANADO	30	\$	0,65
TRN-08	TORNILLO 8*1	80	\$	7,97
TRN-09	TORNILLO 8*1 1/2	20	\$	0,20
TRN-10	TORNILLO 8*1 AVELLANADO	330	\$	20,40
TYP-01	TAYPE	9	\$	5,77
VDR-07	VIDRIO ESCUDO	1	\$	20,16
VVL-01	VALVULA 4 SALIDAS	1	\$	23,00
VVL-04	VALVULA SALECTORA	1	\$	35,00
TOTAL			\$	45.230,00

Fuente: Carrocerías Altamirano Ltda.

Siendo el costo total de los materiales para la carrocería y estructura del bus modelo OP 262 bus escolar \$55.167,32 usd y el modelo OP 028 minibús

urbano asciende a \$45.000,00 usd. Datos referenciales para tener una óptica más acertada de los materiales que se utilizan para estos modelos de carrocerías en buses.

5. Financiación de las inversiones

La financiación en las empresas es parte esencial de las estructuras organizativas y financiera, se lo realiza con el fin de incrementar la producción y propender al crecimiento continuo de las pymes. El sector carrocerero en la provincia de Tungurahua, es un sector de crecimiento acelerado, pero necesita de inversión para poder incrementar su producción y crecer; este financiamiento debe ser acorde a la capacidad de pago de la empresa y estructurado, de tal manera se muestre la factibilidad técnica y financiera.

A continuación destacamos algunas instituciones públicas y privadas que otorgan financiamiento a las pymes e impulsan la matriz productiva de la que habla el gobierno central.

CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL (CFN)

La Corporación Financiera Nacional, más conocida por sus siglas CFN es una institución financiera pública, cuya misión consiste en canalizar productos financieros y no financieros acorde al Plan Nacional del Buen Vivir para servir a los sectores productivos del país. Presentando la siguiente información que podrá ser utilizado como guía para acceder a financiamiento, además de tomar una correcta decisión:

Según la CFN en el manual de crédito de primer piso, en el LIBRO I: Normativa sobre operaciones; para entrega de créditos al sector carrocerero este se encuentra en la categoría D, división 34:

DIVISIÓN 34	3.4.1	3.4.1.0	Fabricación De Vehículos Automotores.	FINANCIABLE
	3.4.2	3.4.2.0	Fabricación De Carrocerías Para Vehículos Automotores; Fabricación De Remolques Y Semirremolques.	FINANCIABLE
	3.4.3	3.4.3.0	Fabricación De Partes, Piezas Y Accesorios Para Vehículos Automotores Y Para Sus Motores.	FINANCIABLE

Gráfico 19 CFN

Fuente: CFN (2014)

Por tanto, se observa en la gráfica, que los productos que ofrecen las pymes en mención es FINANCIABLE.

Beneficiario y destino

BENEFICIARIO

- Personas naturales.
- Personas Jurídicas, privada, mixta o pública; bajo el control de la Superintendencia de Compañías.
- Cooperativas no financieras, asociaciones, fundaciones y corporaciones; con fines de lucro y personería jurídica.

DESTINO

- Activo fijo: Obras civiles, maquinaria, equipo, fomento agrícola y semoviente.
- Capital de Trabajo: Adquisición de materia prima, insumos, materiales directos e indirectos, pago de mano de obra, etc.

Condiciones del crédito

MONTO

- Desde USD 50.000 a nivel nacional.
- Valor a financiar (en porcentajes de la inversión total)

- Hasta el 70%; para proyectos nuevos.
- Hasta el 100%; para proyectos de ampliación.
- Hasta el 60%; para proyectos de construcción para la venta.

PLAZO

- Activo Fijo: hasta 10 años.
- Capital de Trabajo: hasta 3 años.

PERÍODO DE GRACIA

- Se fijará de acuerdo a las características del proyecto y su flujo de caja proyectado.

TASAS DE INTERÉS

- PYME (monto hasta USD 200.000) Desde 9,75% - hasta 11,5%
- SECTOR EMPRESARIAL (monto hasta USD 1 millón) Desde 9,0% - hasta 10%
- SECTOR CORPORATIVO (monto mayor a USD 1 millón) Desde 8,25% - hasta 9,08%

Requisitos

- Para créditos de hasta US\$ 300,000 se requiere Plan de Negocios.
- Para créditos superiores a US\$ 300,000 se requiere completar el modelo de evaluación que la CFN proporciona en medio magnético y un Proyecto de Evaluación.
- Declaración de impuesto a la renta del último ejercicio fiscal.
- Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen.

- Carta de pago de los impuestos.
- Permisos de funcionamiento y de construcción cuando proceda.
- Planos aprobados de construcción, en el caso de obras civiles.
- Proformas de la maquinaria a adquirir.
- Proformas de materia prima e insumos a adquirir.

Garantías y desembolsos

GARANTÍA

- Negociada entre la CFN y el cliente; de conformidad con lo dispuesto en la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero a satisfacción de la Corporación Financiera Nacional. En caso de ser garantías reales no podrán ser inferiores al 125% de la obligación garantizada.
- La CFN se reserva el derecho de aceptar las garantías de conformidad con los informes técnicos pertinentes.

DESEMBOLSOS

- De acuerdo al cronograma aprobado por la CFN. Para cada desembolso deberán estar constituidas garantías que representen por lo menos el 125% del valor adeudado a la CFN.

BANCO DEL PACÍFICO

El Banco del Pacífico es una entidad privada que en convenio con la Corporación Financiera Nacional suscribieron un contrato, en este marco conceptual tratan de reducir las garantías a presentar por los interesados en financiamiento; para aquello, los interesados deberán presentar la misma

documentación como si la fueran a ser financiados por la CFN. En este tema la Corporación Financiera Nacional, en su página web anuncia lo siguiente:

El 15 de Enero del 2014 en las instalaciones de la Corporación Financiera Nacional se llevó a cabo la suscripción del convenio marco de participación entre el Fondo Nacional de Garantías y Banco del Pacífico S.A., convirtiéndose este en la primera institución del sistema financiero en trabajar con este importante mecanismo de garantía crediticia. Con la suscripción de este convenio la Corporación Financiera Nacional a través del Fondo Nacional de Garantías procedió a realizar una primera entrega de cinco millones de dólares en derechos de garantía, lo cual permitirá que el Banco del Pacífico S.A. afiance sus operaciones crediticias orientadas a los pequeños y medianos empresarios del país.

El convenio lo suscribieron Julio Mera Gerente General de Fiduciaria Ecuador S.A., en su calidad de representante legal del fideicomiso Fondo Nacional de Garantías; y Efraín Vieira, Presidente Ejecutivo de Banco del Pacífico S.A. como testigos de honor del acto suscribieron María Soledad Barrera, Presidenta del Directorio de la CFN, y Felipe León, en su calidad de Presidente de la Junta del Fideicomiso.

El Fondo Nacional de Garantías es una herramienta de fomento productivo que busca facilitar el acceso al crédito a la pequeña y mediana empresa cuyas actividades estén encaminadas hacia la transformación de la Matriz Productiva del Ecuador; además cohesiona el sistema financiero nacional, especialmente a la banca privada, con los objetivos del estado. Este novedoso instrumento está constituido como un fideicomiso mercantil, en cuya junta de fideicomiso participan la Corporación Financiera Nacional en calidad de constituyente, Presidente de la Junta y Secretaría técnica, El Ministerio Coordinador de la Política Económica, El Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad y El Ministerio Coordinador de Desarrollo Social.

“Con la suscripción del presente convenio El Banco del Pacífico orientará sus esfuerzos para beneficiar a los pequeños, medianos empresarios y emprendedores para que puedan contar con financiamiento para buenos proyectos productivos, que en los actuales momentos no acceden al sistema financiero formal por no contar con

las garantías adecuadas y suficientes. Con esto, Banco del Pacífico no solo demuestra su liderazgo en el sistema financiero nacional sino que además ratifica su compromiso en contribuir con el desarrollo y fortalecimiento del sector productivo y el apoyo al cambio de la matriz productiva del país” expresó Efraín Vieira Presidente Ejecutivo del Banco del Pacífico S.A.

Cabe mencionar, que los requisitos a presentar son similares a los que se presenta en la CFN, con la única diferencia que se trabaja directamente con el Banco del Pacífico y que las garantías requeridas para efectos de financiamiento es del 50% para la persona sujeto al crédito y el otro 50% será cubierto por la Corporación Financiera Nacional, con ello se pretende impulsar a las microempresas del país y en el que podrían participar las pymes carroceras de la ciudad.

BANCO NACIONAL DEL FOMENTO

El Banco Nacional del Fomento conocido también por sus siglas BNF, entre sus productos financieros presenta un crédito dirigido a PYMES, y Empresas.

Este crédito que puede ser dirigido para las pymes carroceras tiene un monto desde los \$500,00 usd hasta un monto máximo de \$300.000,00 usd; con ello se pretende inyectar efectivo en las empresas para que estas se desarrollen, ya que está dirigido principalmente al crecimiento o incremento de producción.

La Tasa de interés está entre el 10% y el 11,20% reajutable y las garantías a presentar son: Quirografaria, Prendaria ó Hipotecaria.

Destino

Capital de trabajo, Activos fijos: Lotes de terrenos en el sector urbano, locales comerciales, maquinaria nueva y usada.

Beneficios

- Plazo en función del destino de la inversión hasta 15 años.
- Forma de pago: mensual, bimestral, trimestral, semestral, anual.
- Periodo de gracia: en función del destino de la inversión.

Requisitos

1. Copia legible en blanco y negro o a color de Cédula de Identidad de cliente y garante.
2. Copia legible en blanco y negro o a color de la papeleta de votación vigente del cliente y garante.
3. Para el caso de personas con capacidades especiales y mayores de 65 años la presentación del certificado de votación es opcional.
4. Original o copia de la planilla de servicio básico (con una validez de hasta 60 días), tanto para el cliente como para el garante.
5. Copia de RUC o RISE del solicitante para montos mayores a \$3.000
6. Plan de Inversión (formato entregado por el BNF para préstamos desde \$20.000 hasta \$100.000).
7. Proyecto de factibilidad de la actividad productiva a desarrollar para préstamos superiores a \$100.000

Para compra de activos fijos:

1. Proforma o cotización de los bienes a adquirir.
2. Copia de la declaración de Impuesto a la renta del último año (si estuviera obligado a hacerlo).

3. Copia de la declaración de Impuesto al Valor Agregado IVA del último año (si estuviera obligado a hacerlo).
4. En caso de poseer bienes inmuebles y / o vehículo presentar un documento que certifique la tenencia del mismo.
5. Título de Propiedad o Contrato de arrendamiento del lugar de la inversión, cuando éste sea diferente al domicilio.

Para el caso de garantía hipotecaria:

1. Certificado de gravámenes del Registro de la Propiedad (con una antigüedad no mayor a 90 días).
2. Copia del recibo de impuesto predial del último año.

A consideración del autor, estas tres instituciones son las más fiables y a conveniencia de las pymes carroceras para que financien sus proyectos de expansión, o incremente la producción.

FASE III

EVALUACIÓN FINANCIERA

6. Flujo de efectivo

Se presenta el siguiente flujo de efectivo con sus respectivas proyecciones, para proceder al análisis respectivo sobre la factibilidad del plan financiero:

Tabla 25 Flujo de efectivo Proyectado

CARROCERÍAS ALTAMIRANO CIA. LTDA.							
FLUJO DE EFECTIVO							
	0	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Ingresos							
Ventas Chasis		\$ 86.938,88	\$ 89.747,00	\$ 92.645,83	\$ 95.638,29	\$ 98.727,41	\$ 101.916,30
Ventas Materia Primas		\$ 4.686,72	\$ 4.838,11	\$ 4.994,38	\$ 5.155,70	\$ 5.322,22	\$ 5.494,13
Ventas Varios		\$ 25.195,03	\$ 26.008,83	\$ 26.848,92	\$ 27.716,14	\$ 28.611,37	\$ 29.535,51
Ventas P. Terminado Carrocerías		\$ 3.079.331,63	\$ 3.178.794,04	\$ 3.281.469,09	\$ 3.387.460,54	\$ 3.496.875,51	\$ 3.609.824,59
Venta Carros Usados		\$ 178.173,22	\$ 183.928,22	\$ 189.869,10	\$ 196.001,87	\$ 202.332,73	\$ 208.868,08
Interés Cartera Clientes		\$ 363.888,45	\$ 375.642,04	\$ 387.775,28	\$ 400.300,42	\$ 413.230,13	\$ 426.577,46
Otros Ingresos		\$ 22.969,42	\$ 23.711,33	\$ 24.477,21	\$ 25.267,82	\$ 26.083,97	\$ 26.926,48
Egresos							
Costo de producción		\$ 2.256.710,01	\$ 2.329.601,75	\$ 2.404.847,88	\$ 2.482.524,47	\$ 2.562.710,01	\$ 2.645.485,54
Producción		\$ 406.864,81	\$ 420.006,55	\$ 433.572,76	\$ 447.577,16	\$ 462.033,90	\$ 476.957,60
Administración		\$ 405.423,32	\$ 416.369,75	\$ 427.611,73	\$ 439.157,25	\$ 451.014,50	\$ 463.191,89
Incremento de C. Producción		\$ 118.850,48	\$ 122.689,35	\$ 126.652,22	\$ 130.743,08	\$ 134.966,09	\$ 139.325,49
Incremento de C. Administración		\$ 114.262,78	\$ 117.953,47	\$ 121.763,37	\$ 125.696,33	\$ 129.756,32	\$ 133.947,45
Flujo de efectivo	\$(1.802.800,50)	\$ 459.071,94	\$ 476.048,71	\$ 493.631,84	\$ 511.842,49	\$ 530.702,54	\$ 550.234,61

Fuente: Carrocerías Altamirano Ltda.

Elaborado por: La Autora

Se observa un flujo de efectivo positivo y con una utilidad progresiva; este flujo proyectado para cinco años responde a las necesidades empresariales de incrementar la producción en un 30%, con ello; puedan cubrir la inversión necesaria y devolver el préstamo a la entidad prestataria.

7. Evaluación Financiera

Una vez establecido el flujo de efectivo se procedió al cálculo de los principales indicadores de evaluación financiera que permita medir la factibilidad de la inversión. Utilizando el programa Excel se procedió a calcular los indicadores obteniendo los siguientes resultados.

Valor actual neto (VAN)

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

$$VAN = \$217.081,86$$

Lo que permite calcular el VAN, es el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. Esto permitirá equiparar el desembolso de la inversión, también se menciona que el valor del VAN siempre será mayor a 1 y corresponderá según el flujo de fondos y la inversión realizada. Para efectos de cálculos el valor resultante de la inversión es de \$217.081,86 lo que indica que la inversión es viable.

Tasa interna de retorno (TIR)

$$T.I.R. = A + \sum_{i=1}^n \frac{Q_1}{(1+k)} + \frac{Q_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{Q_n}{(1+k)^n}$$

$$TIR = 16\%$$

La tasa interna de retorno expresa la tasa de descuento que iguala el valor actualizado de los flujos de caja obtenidos de una inversión realizada. Si financiáramos la inversión a un coste equivalente a esa tasa el proyecto ni aportaría riqueza ni supondría coste económico alguno. Para efectos del cálculo, se obtuvo un TIR equivalente al 16%, por tanto este ratio también muestra viabilidad en la inversión si incrementásemos la producción.

Beneficio/Costo

$$B/C = 1,14$$

Este indicador debe ser mayor a 1, que indica que los beneficios económicos de la inversión son mayores que los costos actualizados; siendo así, se obtuvo un valor de 1,14 que se interpreta que: por cada \$1 dólar de inversión que se realice se obtiene un rendimiento de \$0,14 ctvs., o un rendimiento de 14%; demostrando así que también la inversión es factible.

Período de recuperación de la inversión (PRI)

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

Donde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b = Inversión Inicial

c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

$$PRI = 3,56$$

El período de recuperación de la inversión es un indicador que mide en tiempo exacto cuando se recupera la inversión realizada en un proyecto, para efectos del cálculo se tiene que la inversión realizada se la recupera en 3 años y seis meses. Se interpreta que por el monto de inversión alto, Carrocerías Altamirano recuperaría la inversión en el mediano plazo, lo cual indica que la propuesta es viable desde el punto financiero.

6.8. ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA

La administración de la presente propuesta será gestionada por la alta gerencia de las carroceras de la ciudad, debidamente nombrado por la alta gerencia o el consejo administrativo, entre otros; contratado para fines de implementación, administración, control y evaluación del Plan Financiero.

La designación de funciones para gestionar dicho sistema queda a libre disposición de las pymes que conforman el sector carrocerero, quien administre la presente propuesta metodológica debe tener en cuenta el concepto de mejora continua, desarrollo sostenible y sustentable, debe impulsar el desarrollo profesional especialmente de los empleados y miembros activos de la empresa, enfocándose hacia las buenas prácticas ambientales y con una visión hacia al buen vivir de los Ecuatorianos.

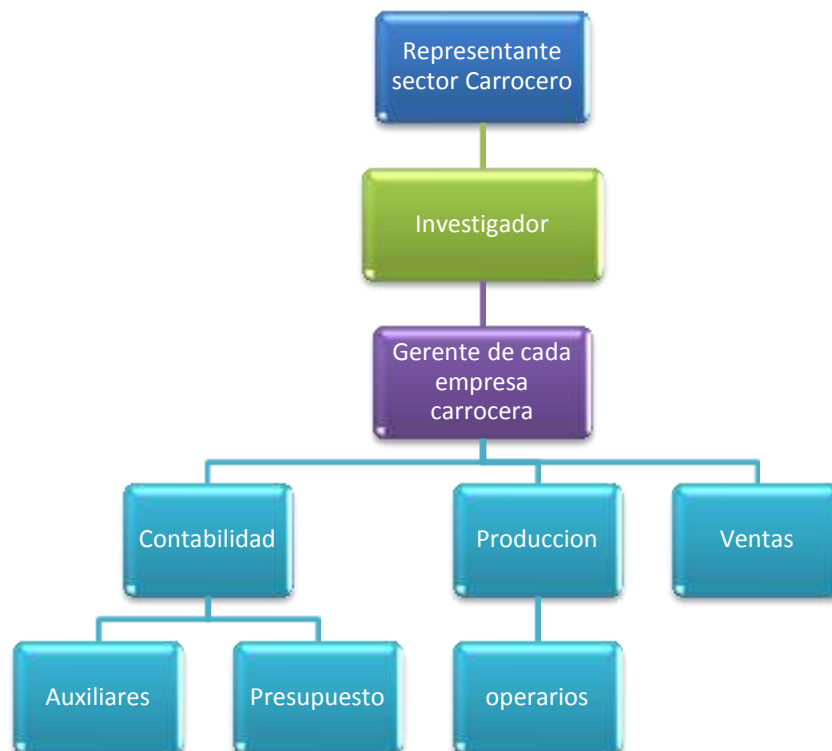


Gráfico 20 Administración de la Propuesta
Elaborado por: La Autora

6.9. PLAN DE MONITOREO Y EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA

Esta etapa se ocupa de verificar e interpretar la información sobre la ejecución y eficacia de la propuesta metodológica; sin embargo, por el mismo contenido de la propuesta y en si por la implementación del Plan Financiero para las pymes carroceras se recomienda realizar una evaluación y monitoreo constante para saber el alcance obtenido y cumplimiento de las políticas, objetivos, metas y programas para el mejoramiento empresarial; así como, desarrollar mejores procesos que enriquezcan a la empresa económicamente además de fomentar el espíritu hacia las buenas prácticas productivas, de alta calidad.

Se debe destacar que esta propuesta se enmarca en el mejoramiento continuo de las empresas, por lo que la evaluación y el monitoreo es constante, además de tener la característica de ser cíclico; es decir, una vez que culmina el proceso vuelve al inicio, y empieza otra vez con el proceso de mejora continua institucional, tal como se observa en la tabla.

Tabla 26 Cronograma para el plan de monitoreo y evaluación

CRONOGRAMA PARA EL PLAN DE MONITOREO Y EVALUACIÓN												
ACTIVIDADES	TRIMESTR E 4			TRIMESTR E 1			TRIMESTR E 2			TRIMESTR E 3		
	O	N	D	E	F	M	A	M	J	J	A	S
1.- IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN FINANCIERO	X	X	X									
2.- INFORMACIÓN DE ACTIVIDADES				X								
3.- ANÁLISIS DE POLÍTICAS, OBJETIVOS, METAS Y PROYECTOS.					X	X	X	X	X	X	X	X
	X	X										
4.- CONTROL Y EVALUACIÓN DEL PLAN FINANCIERO			X									
5.- REVISIÓN ANUAL Y ANÁLISIS DE RESULTADOS DEL PLAN FINANCIERO				X								
6.- INICIO DE ACTIVIDADES O CICLO DE VIDA DEL PLAN FINANCIERO					X	X	X	X	X	X	X	X
	X	X	X	X								

Elaborado por: La Autora

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

- Abril Mena, P. L. (2013). *Determinantes de endeudamiento para el sector industrial manufacturero ecuatoriano en el período 2005-2010*. Quito: SANGOLQUÍ / ESPE .
- Aibar Ortíz, M. J. (2012). *Finanzas personales: planificación, control y gestión*. España: Ministerio de Educación.
- Arandi, L. (2007). *Plan de marketing para el desarrollo y posicionamiento de la empresa carrocenas Arandi*. Ambato.
- ARNAUT & IBERBROKER. (2013). *Modelo de plan de Negocio*. ARNAUT & IBERBROKER Asesores tributarios y empresariales, España.
- Aspers, P. (2011). *Polity Press*. Cambridgeshire: Markets Cambridge.
- Baena Toro, D. (2010). *Análisis financiero: Enfoque proyecciones financieras*. Bogota: ECOE EDICIONES.
- Bainbridge, C. (14 de enero de 2013). *About*. Recuperado el 20 de noviembre de 2013, de About: www.abput.com
- Barthelmess Vargas, C. L. (2009). *La planeación estratégica en las organizaciones*. Mexico: Edition 2000.
- Bastidas. (25 de Julio de 2014). *Estados Financieros*. Obtenido de Estados Financieros: <http://estados-financieros.wikispaces.com/Ejemplos+de+Razones+de+Apalancamiento>.
- Bennett, P. (1995). *Dictionary of marketing* . Chicago: American Marketing Association.
- Bonta, y. M. (2000). *199 Preguntas sobre el marketing*. México: Norma.
- BREALEY, R. (2008). *Planeacion financiera* (Primera ed.). España: McGraw-Hill. Obtenido de <http://www.uovirtual.com.mx/moodle/lecturas/admonf1/8.pdf>
- Briceño León, R. (2006). *Social Science Laboratory (LACSO)* . Caracas, Venezuela: University of Venezuela and Director.
- Bruyne, P. (2002). *Management*.
- Caragua, E. (Agosto de 2007). *Planificación estratégica y financiera de la finca Turística el Edén* . Ambato, Tungurahua , Ecuador.

- CEPAL. (2014). Financiamiento e inversión para pymes en Costa Rica. *Financiamiento para el desarrollo*. Costa Rica: Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- CONTRERAS, D. (2010). *Plan de negocios para una empresa organizadora de eventos en la ciudad de Guayaquil*. Tesis de pregrado, Guayaquil.
- COSCOLLAR, A. D., DOLZ DOLZ, C., FERRER ORTEGA, C., & IBORRA, M. J. (2009). *Fundamentos de dirección de empresas. Conceptos y habilidades directivas*. España: Editorial Paraninfo.
- Cravens, David y Piercy, Nigel. (2007). *Marketing Estratégico* (Vol. Octava Edición). Madrid: McGraw Hill Interamericana.
- Davies, R. (2008). *MiFID and a changing competitive landscape*. Babson College.
- De la Barriere, P. R. (1970). *Gestión Empresarial*.
- Definición.de. (15 de enero de 2001). *Definicion.de*. Recuperado el 22 de 10 de 2013, de www.definicion.de
- Díaz Zamorano, M. A. (1997). *Economía del siglo XXI*. México: Gestión 2000.
- Díaz, d. S. (1 de febrero de 2000). *Data red*. Recuperado el 6 de noviembre de 2013, de <http://www.data-red.com/diccionariofin/d.htm>
- Drucker, P. (1964). *Managing for results*. New York: Harper y Row.
- Escobar Gallo, H., Londoño, A., Gutiérrez, E. E., & otros. (2009). *Hacienda Pública. Un enfoque económico*. Colombia: Universidad De Medellín.
- Escobar, H. (2006). *Diccionario Económico Financiero*. Colombia: Lorenza Correa Restrepo.
- Escoto Leiva, R. (2001). *Banca comercial*. Costa Rica: EUNED.
- Espinosa de los Monteros, R. Z. (2001). *La deuda externa: aspectos jurídicos del endeudamiento internacional*. España: Universidad de Sevilla.
- Eugenio, A. J. (26 de Abril de 2013). LA PLANIFICACIÓN FINANCIERA Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA INCUBANDINA S.A.". Ambato, Tungurahua, Ecuador.
- Farfán, Y., & Faicán, R. (2012). Plan de negocios para la empresa Carrocería Faicán. Cuenca: Universidad Politécnica Salesiana sede Cuenca.
- Ferrel, Hirt, G., Adriaensens, M., & Flores, M. (2004). *Introducción a los negocios en un mundo cambiante*. Interamericana: Mc Graw-Hill.

- Func, & Wagnalle. (1970). *Diccionario Estándar*.
- García, P. (1974). *Diccionario enciclopédico el Ateneo*. El Ateneo.
- Glosario Financiero. (25 de Julio de 2014). *Glosario Financiero*. Obtenido de Qué Significa: <http://www.quesignifica.es/glosario-de-terminos/glosario-financiero/endeudamiento-que-es/>
- Gómez, G. (6 de marzo de 2001). *Gestiopolis*. Recuperado el 6 de noviembre de 2013, de <http://www.gestiopolis.com>
- Hernández. (2003). *Enfoques*.
- Horngren, C., & Harrison, W. (2009). *Contabilidad*. Mexico: Pearson Educación.
- JARA ZAMBRANO, J. R. (2003). *¿“Estudio de ampliación y consolidación de Office América en el mercado corporativo de la ciudad de Ambato”*. Quito: Escuela Politecnica Nacional.
- Kotler, Armstrong, Cámara, & Cruz. (2003). *Marketing*. Mexico: Prentice Hall.
- LEÓN LLANOS, A. (2009). *Plan financiero*. Tesis de pregrado, Quito.
- Maldonado González, J. G. (2007). *Análisis Técnico de indicadores que reflejen la situación económica y financiera de una distribuidora de celulares y accesorios, en canto a sus ingresos y gastos*. Guayaquil: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL.
- Malfoy, J. (11 de noviembre de 2011). *buenastareas*. Recuperado el 6 de noviembre de 2013, de www.buenastareas.com
- Malkamäki, M. . (1999). *“Are there economies of scale in stock exchange activities?”*. . Bank of Finland, Discussion Papers.
- Martel, P. J., & Martín Molina, P. B. (2009). *Manual de contabilidad para juristas: análisis y valoración de empresas, detección de prácticas perniciosas y aplicación a las distintas áreas del derecho*. Madrid: LA LEY.
- Melamud, A. D. (2010). *Reglas Fiscales en Argentina: El Caso de la Ley de Responsabilidad Fiscal Y Los Programas de Asistencia Financiera*. España: United Nations Publications.
- Mendiluce, F. (2001). *Diccionario de conceptos económicos y financieros*. Chile : Andres Bello.

- Ministerio de agricultura Minería y alimentación. (2008). *La deuda externa del sector público agrícola de Guatemala*. Guatemala: IICA.
- Miranda, J. (2010). La evaluación financiera. En *Gestión de proyectos* (pág. 4). Antioquia.
- Misas A., G. (2002). *La ruptura de los 90 del gradualismo al colapso*. Colombia: Univ. Nacional de Colombia.
- Mochón, F. (2000). *Elementos de micro y macroeconomía*. Buenos Aires: Mc Graw-Hill.
- Molina, G., & Rodrigo, M. (2010). *Estadística Descriptiva en psicología*. Valencia.
- Moreno, Joaquín. (2005). *Las finanzas en la empresa. Información, análisis, recursos y planeación* (Vol. Cuarta Edición). (Félix Varela, Ed.)
- Nassir Sapag , C. (2007). *Proyectos de inversión: formulación y evaluación*. Mexico: Pearson Educación.
- Ortíz, H. (2004). *Análisis Financiero Aplicado*. Colombia: Curio Penen.
- Parkin, M. (2009). *Economía 8va edición*. México: Pearson education.
- Pitman, I., & Sons. (1941). *Economía*. México: Fondo de cultura económica.
- Porter, M. (2002). *Ventaja Competitiva*. Mexico: Alay Ediciones, S.L.
- Porter, M. (2009). *Ser competitivo* . Barcelona: Harvard Business School.
- Pujol, B. (1999). *Diccionario de Marketing*. España: Cultural s.a.
- Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la Real Academia Española*. Madrid: Espasa.
- Redondo, A. G. (2013). *Determinantes del endeudamiento: aplicación al sector español de aguas embotelladas*. España: Hifer.
- Reyes Ponce, A. (1996). *Administración de Empresas*. México: Ed. Limusa Wiley.
- Rodríguez Valencia, J. (2002). *Administración de Pequeñas y Medianas Empresas*. Mexico: Ed. Cengage Learning.
- RODRÍGUEZ, J. (13 de Agosto de 2013). Matriz Productiva. *Cambio de la matriz productiva*.
- Rodríguez, M. (2008). Nivel máximo aconsejable de endeudamiento. *Fundación Eroski* , 2-3.
- SAAVEDRA, A. (2006). Plan financiero. España.

- Saldivar, M. (2002). *Parametros para la evaluación de la estructura resistente en viviendas económicas*. Facultad de Arquitectura. San Juan, Argentina: Universidad Nacional de San Juan.
- Samuelson, P. (2012). *Economía*. Mexico: Mc.Graw-Hill.
- Sancho Frías, J. A. (2010). *Implantación de productos y servicios*. España: Editorial Vertice.
- Schmiedel, H., Malkamäki, M. and Tarkka, J. . (2002). “*Economies of scale and technological development in securities depository and settlement systems*”. . Bank of Finland, Discussion Papers.
- Stanton, Etzel, & Walker. (2010). *Fundamentos de marketing*. México: Mc Graw Hill.
- Suárez. (1991). *Cuantitativo*.
- Tokman E., V. (2010). *El Empleo en la Crisis: Efectos y Políticas*. Chile: United Nations Publications.
- Van Horne, J., & Wachowicz, J. (2006). *Fundamentos de administración financiera*. Mexico: Pearson Educación.
- Villacis, C. (2009). *Paradigma cuantitativo*.
- Zaghi, M. (2012). DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO Y ORGANIZACIONAL PARA MEJORAR LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CARROCERÍAS METÁLICAS CASO: CARROCERÍAS CUENCA. Cuenca: Universidad Tecnológica Equinoccial.

ANEXOS

ANEXO 1 RESUMEN BALANCES

2007	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO	TOTAL
ACTIVO	2659855,55	1986554,32	4931589,04	2123061,90	11701060,81
PASIVO	2645292,27	1949977,22	3628754,09	1458100,90	9682124,48
PASIVO CORRIENTE	2562321,25	1569885,67	2991933,08	605554,07	7729694,07
PASIVO NO CORRIENTE	82971,02	380091,55	636821,01	852546,83	1952430,41
PATRIMONIO	14563,28	36577,10	1302834,95	664961,07	2018936,40

2008	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO	TOTAL
ACTIVO	2763542,40	2417695,02	6053809,85	2390770,53	13625817,80
PASIVO	2748463,01	2380071,01	4654660,08	1541762,14	11324956,24
PASIVO CORRIENTE	175745,85	692594,22	4014199,05	498341,52	5380880,64
PASIVO NO CORRIENTE	2572717,16	1687476,79	640461,03	1043420,62	5944075,60
PATRIMONIO	15079,39	37624,01	1399149,77	849008,39	2300861,56

2009	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO	TOTAL
ACTIVO	3535544,36	2107618,87	6030408,30	2134321,78	13807893,31
PASIVO	3501753,48	2017284,44	4645478,55	1558621,20	11723137,67
PASIVO CORRIENTE	3129426,27	2017284,44	4004792,99	482252,85	9633756,55
PASIVO NO CORRIENTE	372327,21	0,00	640685,56	1076368,35	2089381,12
PATRIMONIO	33790,88	90334,43	1384929,75	575700,58	2084755,64

2010	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO	TOTAL
ACTIVO	4618464,67	2795451,56	7262968,87	2323064,44	16999949,54
PASIVO	4556899,88	2646250,96	5882026,27	1587636,27	14672813,38
PASIVO CORRIENTE	4082401,32	2646250,96	5235504,33	508107,84	12472264,45
PASIVO NO CORRIENTE	474498,56	0,00	646521,94	1079528,43	2200548,93
PATRIMONIO	61564,79	149200,60	1380942,60	735428,17	2327136,16

2011	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO	TOTAL
ACTIVO	5927606,26	2876531,04	6523920,47	2606590,88	17934648,65
PASIVO	5636702,06	2663709,20	5063848,10	1770831,98	15135091,34
PASIVO CORRIENTE	5597436,71	2557298,01	4404952,52	505646,08	13065333,32
PASIVO NO CORRIENTE	39265,35	106411,19	658895,58	1265185,90	2069758,02
PATRIMONIO	290904,20	212821,84	1460072,37	835758,90	2799557,31

2012	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO	TOTAL
ACTIVO	8963949,80	4930100,72	3789457,24	2993503,73	20677011,49
PASIVO	8535927,35	4642366,73	1890567,52	1936028,94	17004890,54
PASIVO CORRIENTE	3995287,11	4564608,45	1220721,83	607475,32	10388092,71
PASIVO NO CORRIENTE	4540640,24	77758,28	669845,69	1328553,62	6616797,83
PATRIMONIO	428022,45	287733,99	1898889,72	1057474,79	3672120,95

FUENTE: BALANCES PYMES CARROCERAS

ANEXO 2 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

2007	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO	TOTAL
Banca			1293003,85	566344,94	1859348,79
Cooperativas			555735,82	67911,03	623646,85
Sociedades Financieras					0,00
Mutualistas				33652,84	33652,84
Crédito Informal					0,00
TOTAL	0,00	0,00	1848739,67	667908,81	2516648,48

2008	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO	TOTAL
Banca	332362,48		1695656,85	522962,83	2550982,16
Cooperativas	104256,45	47045,44	609713,73	52089,68	813105,30
Sociedades Financieras					0,00
Mutualistas				21563,24	21563,24
Crédito Informal	91950,70				91950,70
TOTAL	528569,63	47045,44	2305370,58	596615,75	3477601,40

2009	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO	TOTAL
Banca	148698,56		1462628,06	681446,46	2292773,08
Cooperativas	85635,51	4730,06	745098,06	62483,25	897946,88
Sociedades Financieras	71256,28				71256,28
Mutualistas					0,00
Crédito Informal	29183,83	136481,21			165665,04
TOTAL	334774,18	141211,27	2207726,12	743929,71	3427641,28

2010	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO	TOTAL
Banca	6878,47		1652361,70	587410,32	2246650,49
Cooperativas			359550,66	52498,27	412048,93
Sociedades Financieras	8653,84		351287,10		359940,94
Mutualistas				48000,00	48000,00
Crédito Informal	124416,79	125437,44			249854,23
TOTAL	139949,10	125437,44	2363199,46	687908,59	3316494,59

2011	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO	TOTAL
Banca	525632,21		857465,96	752346,25	2135444,42
Cooperativas	178512,64		316670,66	52498,27	547681,57
Sociedades Financieras	95983,81		218622,08		314605,89
Mutualistas				36000,00	36000,00
Crédito Informal	17534,72	66426,67			83961,39
TOTAL	817663,38	66426,67	1392758,70	840844,52	3117693,27

2012	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO	TOTAL
Banca	1436527,28	813763,74	664524,24	710181,01	3624996,27
Cooperativas	385986,19	125632,25	222166,63	55632,53	789417,60
Sociedades Financieras	197623,86	75212,25	209657,01		482493,12
Mutualistas	334231,28			24000,00	358231,28
Crédito Informal	63642,12	16462,38			80104,50
TOTAL	2418010,73	1031070,62	1096347,88	789813,54	5335242,77

FUENTES DE FINANCIAMIENTO					
2007-2012	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO	TOTAL
Banca	2450099,00	813763,74	7625640,66	3820691,81	14710195,21
Cooperativas	754390,79	177407,75	2808935,56	343113,03	4083847,13
Sociedades Financieras	373517,79	75212,25	779566,19	0,00	1228296,23
Mutualistas	334231,28	0,00	0,00	163216,08	497447,36
Crédito Informal	326728,16	344807,70	0,00	0,00	671535,86
TOTAL	4238967,02	1411191,44	11214142,41	4327020,92	21191321,79

FUENTES DE FINANCIAMIENTO					
2007-2012	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO	TOTAL
Banca	57,80%	57,67%	68,00%	88,30%	69,42%
Cooperativas	17,80%	12,57%	25,05%	7,93%	19,27%
Sociedades Financieras	8,81%	5,33%	6,95%	0,00%	5,80%
Mutualistas	7,88%	0,00%	0,00%	3,77%	2,35%
Crédito Informal	7,71%	24,43%	0,00%	0,00%	3,17%
TOTAL	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

FUENTE: BALANCES PYMES CARROCERAS

ANEXO 3 PLAZOS DE FINANCIAMIENTO

2007	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO
CORTO PLAZO	5,00	3,00	6,00	2,00
MEDIANO PLAZO	2,00	1,00	2,00	1,00
LARGO PLAZO	1,00	1,00	2,00	2,00

2008	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO
CORTO PLAZO	4,00	8,00	3,00	2,00
MEDIANO PLAZO	2,00	3,00	0,00	1,00
LARGO PLAZO	2,00	1,00	2,00	1,00

2009	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO
CORTO PLAZO	3,00	5,00	2,00	3,00
MEDIANO PLAZO	2,00	0,00	1,00	0,00
LARGO PLAZO	1,00	0,00	0,00	2,00

2010	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO
CORTO PLAZO	2,00	3,00	4,00	7,00
MEDIANO PLAZO	3,00	0,00	1,00	1,00
LARGO PLAZO	1,00	0,00	0,00	1,00

2011	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO
CORTO PLAZO	3,00	2,00	3,00	2,00
MEDIANO PLAZO	1,00	0,00	0,00	2,00
LARGO PLAZO	0,00	2,00	1,00	3,00

2012	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO
CORTO PLAZO	4,00	2,00	1,00	3,00
MEDIANO PLAZO	0,00	1,00	0,00	1,00
LARGO PLAZO	0,00	0,00	2,00	4,00

2007-2012	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO
CORTO PLAZO	21,00	23,00	19,00	19,00
MEDIANO PLAZO	10,00	5,00	4,00	6,00
LARGO PLAZO	5,00	4,00	7,00	13,00
TOTAL	36,00	32,00	30,00	38,00

FUENTE: BALANCES PYMES CARROCERAS

ANEXO 4 TIPO DE CRÉDITOS

2007	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO	TOTAL
CONSUMO	6,00	2,00	4,00	2,00	14,00
COMERCIAL	1,00	1,00	2,00		4,00
HIPOTECARIO	1,00	2,00	4,00	3,00	10,00

2008	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO	TOTAL
CONSUMO	4,00	6,00	3,00	3,00	16,00
COMERCIAL	2,00	4,00	0,00		6,00
HIPOTECARIO	2,00	2,00	2,00	1,00	7,00

2009	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO	TOTAL
CONSUMO	3,00	3,00		2,00	8,00
COMERCIAL	1,00	1,00	1,00	1,00	4,00
HIPOTECARIO	1,00	1,00	2,00	2,00	6,00

2010	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO	TOTAL
CONSUMO	3,00	3,00	3,00	6,00	15,00
COMERCIAL	1,00	0,00	1,00	1,00	3,00
HIPOTECARIO	2,00	0,00	1,00	2,00	5,00

2011	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO	TOTAL
CONSUMO	3,00	2,00	3,00	3,00	11,00
COMERCIAL	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00
HIPOTECARIO	1,00	2,00	1,00	3,00	7,00

2012	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO	TOTAL
CONSUMO	2,00	1,00	1,00	2,00	6,00
COMERCIAL	1,00	1,00	0,00	2,00	4,00
HIPOTECARIO	1,00	1,00	2,00	4,00	8,00

2007-2012	MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO	TOTAL
CONSUMO	21,00	17,00	14,00	18,00	70,00
COMERCIAL	6,00	7,00	4,00	5,00	22,00
HIPOTECARIO	8,00	8,00	12,00	15,00	43,00

FUENTE: BALANCES PYMES CARROCERAS

ANEXO 5 VENTAS

AÑOS	PYMES MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO
2007	2157652,98	1582631,85	1883584,87	2136814,51
2008	2481996,72	1606192,38	1766165,17	2488795,89
2009	1327275,86	1703928,94	2519303,22	2031039,38
2010	2449956,91	1305421,52	3447230,22	2712139,10
2011	3944776,25	1550607,18	3992407,72	3150564,50
2012	4177445,04	1694929,63	6252906,47	3639935,67

FUENTE: BALANCES PYMES CARROCERAS

ANEXO 6 UTILIDADES

AÑOS	PYMES MARIELHEZ	DAVMOTOR	JACOME	ALTAMIRANO
2007	12563,44	6896,37	174521,55	365985,22
2008	10212,52	8667,02	270836,37	530265,84
2009	27256,77	78404,07	256616,35	282415,24
2010	40818,68	94144,06	255641,37	377142,83
2011	74301,24	94992,06	331771,14	487473,55
2012	133056,01	68570,56	297897,64	673987,54

FUENTE: BALANCES PYMES CARROCERAS