

**ANALISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LAS
PYMES DEL SECTOR ARTESANAL CON RESPECTO
AL FINANCIAMIENTO
PARA INCREMENTAR SU RENTABILIDAD
ECONÓMICA.
CASO: PYMES DE MAGDALENO MUNICIPIO
ZAMORA DEL ESTADO ARAGUA.**

**UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL Y CONTADURÍA
PÚBLICA
CAMPUS LA MORITA**



**ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LAS PYMES
DEL SECTOR ARTESANAL CON RESPECTO
AL FINANCIAMIENTO
PARA INCREMENTAR SU RENTABILIDAD
ECONÓMICA.
CASO: PYMES DE MAGDALENO MUNICIPIO
ZAMORA DEL ESTADO ARAGUA.**

Autoras:
Coronado, Glenda
Peña, Karla
Valdespino, Heralís

La Morita, Noviembre de 2011



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS LA MORITA

Constancia de Aprobación

Yo, Lourdes Pereira portadora de la Cedula de Identidad N°:7.219.078. Tutor del Trabajo Especial de Grado Titulado: **ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LAS PYMES DEL SECTOR ARTESANAL CON RESPECTO AL FINANCIAMIENTO PARA INCREMENTAR SU RENTABILIDAD ECONÓMICA. CASO: PYMES DE MAGDALENO MUNICIPIO ZAMORA DEL ESTADO ARAGUA.**

Presentado por las bachilleres: Coronado, Glenda; Peña, Karla; Valdespino, Heralís.
Para optar al título de licenciado en: Contaduría Pública.

Considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser entregado, presentado públicamente y evaluado por un jurado calificador designado para tales fines.

Nombres y Apellidos: Lourdes Pereira
Cedula de Identidad N°: 7.219.078
Firma _____

AGRADECIMIENTOS Y DEDICATORIA

Agradecemos a todos los profesores de la Universidad de Carabobo que durante cinco años nos vieron crecer y madurar profesionalmente, gracias por ser nuestros guías en todo momento y sobre todo por darnos ánimos para seguir adelante y no detenernos por nada de lo que pasara.

A Lourdes Pereira, nuestra tutora y guía en todo este camino lleno de situaciones que luego recordaremos como graciosas anécdotas, gracias por creer en nosotras y aceptarnos desde el momento que nos vimos por primera vez, por confiar en nosotras sin haber compartido en un salón de clase, más que nuestra tutora, es ahora nuestra amiga.

A todos nuestros amigos que nos sirvieron de inspiración, que como grupo nos acompañamos en tantos momentos, apoderándonos de cada peldaño de la escalera y riéndonos de cada cosa. Apoyándonos en lo que fuera necesario tanto dentro como fuera de las actividades académicas.

Dedicamos nuestra investigación primeramente a Dios, por permitirnos pasar por tantas experiencias en la vida, y especialmente por estos cinco años que estuvimos estudiando la carrera de pregrado.

A nuestros padres que fueron nuestro principal apoyo en los momentos cumbres, que nunca nos abandonaron, que siempre confiaron en nosotras, con mucho amor les dedicamos todo este esfuerzo y los próximos que vengan. A nuestros hermanos, por acompañarnos en cada paso, por enseñarnos mutuamente que las cosas hay que ganárselas con mucha dedicación, que los tropiezos en el camino son necesarios para madurar y que al final, pase lo que pase, todo saldrá bien.

ÍNDICE GENERAL

	pp.
LISTA DE CUADROS	ix
LISTA DE GRÁFICOS	x
RESUMEN	xi
INTRODUCCIÓN	1
I EL PROBLEMA	3
Planteamiento del Problema.....	3
Objetivos de la Investigación.....	8
Objetivo General.....	8
Objetivos Específicos.....	8
Justificación de la investigación.....	9
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	12
Antecedentes de la Investigación.....	12
Antecedentes del Pueblo de Magdalena Municipio Zamora, estado Aragua.....	16
Bases Teóricas.....	18
Concepto de Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes).....	18
Clasificación de las Pymes.....	21
Gestión Administrativa de una Pyme.....	22
La Estrategia Competitiva en la Pyme.....	22
Ingreso y Financiamiento de las Pymes.....	25
Tipos de Recursos de Financiación.....	27
Préstamos a corto plazo.....	27
Préstamos a largo plazo.....	28
Principales Fuentes de Financiamiento Externo.....	28
Entidades Bancarias.....	28
Entidades Públicas.....	29
Clientes de las Pymes.....	29
Debilidades de las Pymes.....	30
Rentabilidad.....	34
Análisis de la Rentabilidad.....	34
Índices utilizados para evaluar la rentabilidad.....	35
Bases legales.....	36
Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.....	36

Ley para la promoción y desarrollo de la pequeña y mediana industria y unidades de propiedad social.....	37
Obligaciones Mercantiles.....	39
Obligaciones laborales.....	40
Relación de Trabajo.....	40
Derechos que tienen los microempresarios y los pequeños y medianos empresarios. Derechos Mercantiles.....	41
Definición de términos básicos.....	42
CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO.....	47
Paradigma.....	47
Nivel de la Investigación.....	47
Diseño.....	48
De acuerdo al alcance o Tiempo.....	49
Población y Muestra.....	49
Población.....	49
Muestra.....	49
Técnica de Recolección de Datos.....	51
Instrumento de Recolección de Datos.....	51
Validez y Confiabilidad del Instrumento.....	52
Validez.....	52
Confiabilidad.....	54
Análisis de Datos.....	55
CAPÍTULO IV ANÁLISIS DE DATOS.....	57
Discusión de los Resultados Obtenidos.....	57
Instrumento I Cuestionario.....	58
Instrumento II Cuestionario.....	61
Instrumento III Registro de Observación.....	89
CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	96
Conclusiones.....	96
Recomendaciones.....	101
REFERENCIAS.....	105
ANEXOS.....	109
Instrumento de recolección de datos.....	110
Instrumentos de validación.....	116

Cartas de validación.....	121
Coeficiente de confiabilidad.....	125
Fotos.....	126

LISTA DE CUADROS

Cuadro	pp.
1. Bases Legales Ley para la promoción y desarrollo de las Pymes.....	38
2. Operacionalización de las variables.....	45
3. Cuadro de apreciación de validez del instrumento.....	53
4. Programa crediticio a las PYMES.....	61
5. Programa crediticios privados.....	62
6. Programas crediticios por parte del Estado.....	63
7. Programas crediticios por organismos privados.....	64
8. Tiempo de respuesta de créditos en organismos privados.....	65
9. Requisitos para los programas crediticios.....	66
10. Conocimiento de las entidades bancarias del Estado.....	67
11. Montos financiados por el Estado.....	68
12. Conocimiento de los montos que ofrecen las diferentes entidades de financiamiento.....	69
13. Tiempo de cancelación de pagos.....	70
14. Tasas de interés de los créditos ofrecidos por el Estado.....	71
15. Necesidades de financiamiento.....	72
16. Cumplimiento de cuotas.....	73
17. Financiamiento en dos modalidades.....	74
18. Beneficio del financiamiento a corto plazo.....	75
19. 100% de capacidad instalada.....	76
20. Aumento de su capacidad de trabajo.....	77
21. Ventajas competitivas.....	78
22. Promociones y ofertas.....	79
23. Servicio de Transporte.....	80
24. Servicio de transporte como ventaja.....	81
25. Aumento de los costos.....	82
26. Clientes satisfechos.....	83
27. Página WEB.....	84
28. Actividades de RSE.....	85
29. Gestión ambiental.....	86
30. Cumplimiento con la legislación venezolana.....	87

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico		pp.
1.	Programa crediticio a las PYMES.....	61
2.	Programa crediticios privados.....	62
3.	Programas crediticios por parte del Estado.....	63
4.	Programas crediticios por organismos privados.....	64
5.	Tiempo de respuesta de créditos en organismos privados.....	65
6.	Requisitos para los programas crediticios.....	66
7.	Conocimiento de las entidades bancarias del Estado.....	67
8.	Montos financiados por el Estado.....	68
9.	Conocimiento de los montos que ofrecen las diferentes entidades de financiamiento.....	69
10.	Tiempo de cancelación de pago.....	70
11.	Tasas de interés de los créditos ofrecidos por el Estado.....	71
12.	Necesidades de financiamiento.....	72
13.	Cumplimiento de cuotas.....	73
14.	Financiamiento en dos modalidades.....	74
15.	Beneficio de financiamiento a corto plazo.....	75
16.	100% de capacidad instalada.....	76
17.	Aumento de su capacidad de trabajo.....	77
18.	Ventajas competitivas.....	78
19.	Promociones y ofertas.....	79
20.	Servicio de Transporte.....	80
21.	Servicio de transporte como ventaja.....	81
22.	Aumento de los costos.....	82
23.	Clientes satisfechos.....	83
24.	Página WEB.....	84
25.	Actividades RSE.....	85
26.	Gestión ambiental.....	86
27.	Cumplimiento con la legislación venezolana.....	87



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL
Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS LA MORITA



**ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LAS PYMES DEL SECTOR
ARTESANAL CON RESPECTO AL FINANCIAMIENTO PARA
INCREMENTAR SU RENTABILIDAD ECONÓMICA. CASO: PYMES DE
MAGDALENO MUNICIPIO ZAMORA DEL ESTADO ARAGUA.**

AUTORAS:

Coronado, Glenda

Peña, Karla

TUTORA: I Valdespino, Heralís

RESUMEN

La investigación tuvo como propósito Analizar la Situación Actual de Financiamiento de las Pymes del Sector Artesanal de Magdalena Municipio Zamora del estado Aragua, para Mejorar su Rentabilidad Económica. Para el logro del objetivo, se realizó una investigación descriptiva, con diseño de campo, transversal tomando como población a unas doscientas (200) fábricas y exhibiciones de muebles ubicadas en Magdalena, Municipio Zamora, estado Aragua y de estas se tomó una muestra de sesenta (60) fábricas y exhibiciones de muebles al azar. Para la recolección de datos se utilizaron tres (3) instrumentos. Una hoja de registro para realizar la observación directa y dos cuestionarios, un cuestionario mixto que consta de 11 ítems y otro conformado por 27 ítems divididos en parte A y B de respuestas dicotómicas, donde se establecieron una serie de variables para relacionarlas con los objetivos del estudio. Este instrumento se sometió a la validación de expertos se le aplicó la Kr 20 para la confiabilidad dando como resultado el valor 0,84, lo que significa que es un instrumento altamente confiable. Luego de la aplicación de los instrumentos, se realizó la respectiva tabulación y graficación para su discusión y análisis. De los datos obtenidos, se pudo concluir que entre las Pymes que hacen vida en la población de Magdalena solo una pequeña parte tiene algún tipo de financiamiento, mientras que aquellas empresas que no lo poseen, aseguran no tener la disposición de solicitarlos a pesar de tener una adecuada capacidad de pago de los mismos, de manera que, aún cuando tienen rentabilidad, esta falta de disposición les impide incrementarla a través de la ayuda que significaría un financiamiento.

Palabras claves: Pymes, financiamiento, rentabilidad.

INTRODUCCIÓN

El estudio de las pequeñas y medianas empresas (PYME) ha tomado relevancia en los últimos años tanto a nivel nacional como internacional. En este sentido, la mayoría de las investigaciones señalan la importancia de las PYMES dentro del sector empresarial de cualquier país, desarrollado o no, sobre todo por representar la mayor parte de las firmas del sector y por generar buena parte del empleo y de la producción.

También es común observar en ese tipo de estudios un listado de los problemas que enfrentan las empresas de pequeñas y medianas dimensiones, los cuales, por lo general, requieren de la participación de diferentes agentes para lograr su solución temporal o definitiva.

Entre los problemas que presentan las PYMES está la rigidez del régimen regulatorio, generalmente diseñado para grandes empresas, lo cual implica poca flexibilidad y altos costos de transacción para las PYMES y el acceso limitado al financiamiento (especialmente al crédito de largo plazo), indispensable para la puesta en marcha, la expansión y la actualización de un negocio; las dificultades de acceso se deben, en primer lugar, a la asimetría de la información presente en los mercados financieros, en la cual la PYMES es percibida como un negocio riesgoso, lo que implica el cobro de primas adicionales de riesgo; en segundo lugar, la regulación inadecuada en dichos mercados obstaculiza el financiamiento solicitado por estas empresas. Esta situación motivó al grupo de investigación a realizar el presente Trabajo Especial de Grado.

El objetivo del Trabajo de Grado, fue: Analizar la situación actual de financiamiento de las Pymes del sector artesanal de Magdalena Municipio Zamora del estado Aragua, para mejorar su rentabilidad económica, el estudio fue de carácter

descriptivo con un diseño de investigación de campo, utilizando la metodología necesaria y acorde con este estudio se recolectaron los datos para realizar los análisis y conclusiones pertinentes. La presentación de la información de esta investigación se desarrolló en cinco capítulos para su mayor comprensión, éstos se ordenaron de la siguiente manera:

Capítulo I: Donde se desarrolla el planteamiento del problema, los objetivos tanto generales como específicos de la investigación, la justificación y el alcance del estudio.

Capítulo II: En este capítulo se encuentra el marco teórico, los antecedentes de la investigación, las bases teóricas, legales, la definición de términos y la operacionalización de variables.

Capítulo III: Contentivo del marco metodológico, donde se especifica el tipo de investigación, modalidad y técnicas de recolección y análisis de datos.

Capítulo IV: Se presenta el análisis y presentación de los resultados, este capítulo contiene el procesamiento de los datos recolectados a través del cuestionario para su análisis.

Capítulo V: Se muestran las conclusiones y recomendaciones a partir de los objetivos formulados y los análisis realizados.

Finalmente para complementar la estructura de la investigación se presentan las referencias consultadas, así como también anexos de interés empleados.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

La evolución del mundo de los negocios, la globalización de la economía, la mayor incidencia de la tecnología tanto en los aspectos productivos como en los de gestión y control de las actividades económicas, hacen cada vez más necesaria la constante actualización de los conceptos que marcan la dirección empresarial. Todos estos cambios inciden tanto en las grandes empresas, como en las pequeñas y medianas, en lo sucesivo (Pymes). Esta investigación tiene como propósito Analizar la Situación actual de financiamiento de las Pymes del Sector Artesanal de Magdalena Municipio Zamora del estado Aragua, como oportunidad para mejorar su Rentabilidad Económica.

Las Pymes, son las empresas que, por su disposición y diferentes componentes que hacen de éstas una actividad económica que no supera un nivel medio en tamaño, se han convertido en uno de los mayores propulsores del desarrollo económico de la sociedad actual. Proporcionan mayores niveles de empleo, y también contribuyen con la riqueza del país.

Para abrir una empresa o ampliar sus actividades se necesita dinero. Los bancos e inversores se niegan normalmente a financiar a las Pymes de reciente creación debido al riesgo; en la capacidad de pago, en la estabilidad económica de la pymes y su tiempo de duración. Por otro lado, muchas veces los empresarios no acaban de entender las preocupaciones de los inversores, y eso hace que les resulte más difícil encontrar financiación.

Según Noguera (2009), esto conlleva a considerar imprescindible la toma de conciencia de que el Pequeño y Mediano Empresario debe tener de un modo constante, una actitud de permanente actualización y optar siempre por métodos de gestión empresarial cada vez más sofisticados y profesionalizados, para el logro de una empresa viable que influya positivamente en la oferta de trabajo, en la de producción y servicios, en el aumento del producto nacional y en la extensión del bienestar a un mayor número de ciudadanos.

La United Parcel Service (UPS) (2010), empresa líder en logística, realizó una encuesta anual y mostró que las Pymes que anticipan su situación financiera mejorarán en este año 2011. Desde 2006, UPS Business Monitor Latín America (BMLA) encuesta a los líderes de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) para conocer sus opiniones, actitudes y prácticas. La edición 2010 se desarrolló con la participación de más de 800 Pymes entrevistadas en siete países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, República Dominicana y México. De igual forma, esta firma desarrolló el mismo estudio en Venezuela en donde de acuerdo con los resultados, las PYMES nacionales poseen las mismas características que en los países antes mencionados.

De acuerdo con la misma fuente, las microempresas de América Latina tienen señales de recuperación por primera vez desde 2008. En este sentido, 80 % de las Pymes encuestadas en Venezuela proyectan una mejora económica en el transcurso de este año. Pese a que no han alcanzado los niveles de desempeño registrados antes de la crisis, las Pymes colocaron la mercadotecnia y las ventas como sus principales prioridades de inversión este año 2011.

En este mismo orden de ideas, el estudio realizado por BMLA, señala que la perspectiva de las Pymes para 2011 es optimista. De ellas, un 79% confirma tener expectativas más positivas en comparación con un 47 % en el año 2008. En el caso de

Venezuela, el 52% de los encuestados comentó que la posición de su empresa será mejor para este año 2011. Estos mismos empresarios comentaron que planean incrementar su capacidad productiva el próximo año (2012), por lo que se espera un crecimiento económico para ellos.

Globalmente, el 54% de las Pymes encuestadas por UPS BMLA en Venezuela, planean en un futuro muy cercano participar en el comercio internacional. En este sentido, un 34% señala que la cadena de suministro es vital para aumentar la competitividad; un 31% asegura que es método vital para mantener la calidad. Si bien las Pymes reconocen la importancia del comercio como una estrategia competitiva, actualmente las Pymes que no realizan actividades de exportación o importación siguen enfrentando barreras hacia los mercados internacionales, citan la dificultad de encontrar socios de negocio extranjeros y tener acceso al capital como los principales obstáculos que impiden el progreso.

En cuanto a la realidad empresarial venezolana y en contraposición a las expectativas expresadas por el 52% antes mencionado, en el presente es muy incierto el crecimiento de las PYMES, ante la incertidumbre de un escenario en donde opera con mucha inestabilidad en lo político y económico, consecuencia de la acción del Estado frente a la empresa privada. Al respecto Torres (2004), señala que actualmente en Venezuela muchas PYMES atraviesan por serios problemas que ponen en peligro su supervivencia y operatividad. Aun así, este mismo autor indica que este tipo de empresas juegan un papel importante en la actividad económica del país.

Más adelante expresa la misma fuente que, a lo antes expuesto se agrega un serio problema, como es la ausencia de una buena gerencia de mercados, que sepa afrontar los retos, aplicar las nuevas tendencias de los tópicos modernos, planes, estrategias, que le garanticen una buena participación en los mercados en donde se desarrollan sus actividades. De ahí, la importancia de profundizar en el estudio de este tema y

analizar los factores que inciden en el financiamiento económico de las Pymes venezolanas y la búsqueda de soluciones a esta situación.

Por otro lado, es sabido que las Pymes venezolanas enfrentan importantes obstáculos para exportar. Sin embargo, las dificultades no son financieras únicamente, si fuese así sería fácil salvarlas mediante créditos redituables una vez que se concreta la venta. El problema, también se presenta a nivel organizacional asociado a la capacidad de producción de cada empresa y del rubro en el cual se ubican.

En el caso particular de los artesanos de Magdaleno, población ubicada en el Municipio Zamora del estado Aragua, funcionan actualmente 100 carpinterías y 200 talleres pequeños que generan unos 5 mil empleos directos y 12 mil indirectos. En esta comunidad, jóvenes, estudiantes y hasta las amas de casa están incorporados a la producción de muebles, piezas artesanales utilitarias y decorativas elaboradas con madera de pino, samán y/o hierro forjado. Un elemento que es necesario resaltar es que prácticamente cada casa es un taller y muchas de las máquinas que utilizan son de fabricación casera. En opinión de Julio Perdomo, presidente de la Asociación Única de Artesanos de Magdaleno (ASUARTEM) (Comunicación personal, 17 de julio de 2011), los carpinteros y artesanos de la zona son gente muy creativa, pero necesitan ayuda para que sus empresas incrementen su rentabilidad económica.

Con relación a este tema, Perdomo considera que la ayuda requerida debe ser orientada tanto en lo económico como en lo tecnológico. De igual forma señala que hasta la fecha sólo un bajo porcentaje de dueños de carpinterías y talleres artesanales, han recibido cursos del Consejo de Desarrollo Económico, Tecnológico y de Exportación del Estado Aragua (CODET), institución gubernamental que les brinda asistencia técnica y económica. Lamentablemente, durante estos talleres no han

abordado lo referente a los diferentes tipos de financiamiento a los que pueden optar a través de otros organismos públicos y/o privados y mucho menos cómo tramitarlos.

De acuerdo con la Guía Económica Turística y Cultural del estado Aragua (2003), el llamado “boom de la madera” tomó su auge el año 2000 y desde entonces ésta población es visitada cada semana por miles de turistas y compradores que llegan desde todas partes de Venezuela y también desde otros países, a comprar la excelente artesanía magdalenense para amoblar y decorar sus hogares. Para Perdomo, este hecho implica aumentar la producción de mercancía para satisfacer la demanda, pero para ello se requiere de mayor inversión y la mayoría de los artesanos no cuentan con los recursos necesarios, por lo que necesitan ayuda financiera, para aumentar su rentabilidad económica.

Esta rentabilidad, se expresa como la aptitud o capacidad de la Pymes para generar recursos o resultados con los capitales o medios invertidos, y es el indicador financiero más habitual a la hora de medir el nivel de acierto o fracaso en la gestión empresarial. Este indicador, posibilita evaluar, a partir de los valores reales obtenidos, la eficacia de la estrategia implantada y efectuar, por tanto, comparaciones sobre la posición competitiva de la pequeña y mediana empresa, en el entorno socioeconómico en el que actúa.

En este mismo orden de ideas, las Pymes en Magdaleno necesitan financiamientos para actualizar empresas artesanales en organizaciones más competitivas y esto porque la misma evolución del negocio ha llevado a esta situación, por ende se hace necesario analizarlas desde varios ámbitos, como lo son: financiamiento, clientela, competitividad, tecnología y cómo influye en la rentabilidad de estas pequeñas empresas para que perduren en el tiempo, tal como viene sucediendo desde hace más de 12 años con el “boom de la madera”.

Esta es la realidad de las Pymes en Magdalena, donde toda la economía gira alrededor de la artesanía maderera y donde el acceso a los planes de financiamiento público y/o privado, resulta desconocido por la mayoría de los dueños de estas empresas, lo que conduce a las investigadoras a Analizar la Situación Actual de Financiamiento de las Pymes de Magdalena Municipio Zamora del estado Aragua, para Mejorar su Rentabilidad Económica. Para poder realizar este análisis las investigadoras, se plantean una serie de interrogantes:

¿Cuál es la situación actual de la Pymes que se encuentran ubicadas en Magdalena, Municipio Zamora, estado Aragua?

¿Cuáles son los aspectos relevantes de financiamiento; competencia; clientela e ingresos de la Pymes ubicadas en Magdalena, Municipio Zamora, estado Aragua?

¿Qué oportunidades existen para mejorar la rentabilidad económica de las Pymes del sector artesanal ubicadas en Magdalena, Municipio Zamora, estado Aragua?

¿Cuáles son las prioridades económicas de la Pymes que se encuentran ubicadas en Magdalena, Municipio Zamora, estado Aragua?

¿Cómo incide la obtención de financiamiento a la implementación de programas sociales por parte de las Pymes en función de su rentabilidad?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Analizar la situación actual de financiamiento de las Pymes del sector artesanal de Magdalena Municipio Zamora del estado Aragua, como oportunidad para mejorar su rentabilidad económica.

Objetivos Específicos

1. Describir los aspectos relevantes de las estructuras de las Pymes que se encuentran ubicadas en Magdaleno, Municipio Zamora, estado Aragua.
2. Identificar los elementos básicos de los financiamientos de las Pymes ubicadas en Magdaleno, Municipio Zamora, estado Aragua.
3. Establecer las diferentes oportunidades para el mejoramiento de la rentabilidad económica de las Pymes ubicadas en Magdaleno, Municipio Zamora, estado Aragua.
4. Determinar el efecto del financiamiento en la implementación de programas sociales en función del incremento de la rentabilidad.

Justificación de la Investigación

En la actualidad las Pymes han tenido muchas amenazas debido a los cambios socioeconómicos, que se aceleran continuamente. En consecuencia las Pymes llegan a fracasar porque no se han adaptado o lo han hecho lentamente a estos cambios relevantes, en cuanto a la concepción de la empresa social versus la empresa privada. Conservar una Pyme es probablemente la tarea más difícil en la actualidad, debido al deterioro que ha sufrido la economía venezolana en los últimos 12 años, lo que ha incidido negativamente en la actividad artesanal.

En la población de Magdaleno, un alto porcentaje de los artesanos también está sufriendo por ese deterioro económico y la mayoría de ellos se ha mantenido trabajando a media máquina. A pesar de esa situación, muchos de ellos no han accedido a un financiamiento de una institución pública o privada para mejorar su rentabilidad económica. Y es precisamente en este aspecto donde la presente

investigación cobra mayor relevancia, debido a que su principal objetivo es Analizar la Situación actual de Financiamiento de las Pymes de Magdalena Municipio Zamora del estado Aragua, para mejorar su Rentabilidad Económica.

En tal sentido, las investigadoras consideran que este estudio servirá como punto de partida para describir la situación actual de financiamiento de estas Pymes. Asimismo, se podrá identificar competencia; clientela e ingresos de estas empresas ubicadas en Magdalena, Municipio Zamora, estado Aragua, lo que contribuirá a determinar el efecto del financiamiento y así establecer las diferentes oportunidades para el mejoramiento de la rentabilidad económica.

Con relación a lo antes expuesto, se encontró que según el Centro de Extensión, Desarrollo Ejecutivo Y Consultoría Organizacional de la Universidad Metropolitana (CENDECO) (2008), las pequeñas y medianas empresas localizadas en la población de Magdalena se estaban descapitalizando debido a la baja utilización de su capacidad instalada, hecho que al parecer sigue sucediendo, lo cual desmotiva a posibles nuevos inversionistas y aunado al deterioro a nivel tecnológico causa un estancamiento de los niveles de producción y ventas. El presente trabajo servirá como un instrumento que ayudará a las pequeñas y medianas empresas en la búsqueda de financiamiento para salir airosos de ésta situación con miras a mejorar su rentabilidad, tomando en cuenta las características actuales de las mismas.

El perfil antes mencionado hace que las Pymes de Magdalena tengan muy bajo poder de compra y negociación. De aquí la importancia de que sus gerentes comprendan la relevancia de aplicar nuevos modelos en la planeación para lograr su crecimiento y mayor rendimiento.

Para las investigadoras el trabajo representa poder llevar a la práctica los conocimientos adquiridos en la formación profesional; poder establecer una

metodología de investigación para realizar el análisis de la problemática presentada por estas Pymes. De igual manera servir de apoyo a futuras investigaciones que se realicen sobre esta área prioritaria de la economía del país, como lo es el desarrollo de pequeños y medianos empresarios.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

En este capítulo se presentan los hallazgos de la investigación, los conceptos y teorías que fundamentan este estudio tal y como lo señala Tamayo y Tamayo (2009): “El marco teórico nos amplía la descripción del problema. Integra la teoría con la investigación y sus relaciones mutuas” (p. 148).

El Marco Teórico también comprende el abordaje de los antecedentes de la investigación, las bases teóricas, las bases legales y la definición de los términos básicos; con la finalidad de darle sustento teórico al trabajo. De esta forma las bases teóricas, constituyen la estructura de la investigación, los conceptos y teorías que dan explicación al hecho estudiado.

Antecedentes de la Investigación

Se presentan a continuación una serie de trabajos seleccionados por las investigadoras debido a que son aportes y soportes bibliográficos al tema estudiado. Según Palella y Martins (2006): “Son trabajos que están relacionados con las variables de la investigación propuesta” (p. 68).

Aldana, Castillo y Madriz. (2007), presentaron un trabajo titulado: **Análisis del Conocimiento y manejo de la duración Financiera como herramienta de Control de Riesgo de interés por parte de las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) De la Zona Industrial San Pablo de Turmero, estado Aragua**, en la Universidad de Carabobo, Campus La Morita, para optar al título de Lic. en Administración Comercial y Contaduría Pública.

El presente trabajo de grado tuvo como propósito analizar el conocimiento y manejo de la Duración Financiera como herramienta de control de riesgo de interés por parte de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) de la Zona Industrial San Pablo de Turmero, estado Aragua, con la finalidad de identificar iniciativas de gestión de riesgo en las Pymes. Desde el punto de vista metodológico se trató de una investigación de campo con un nivel descriptivo, sustentado en una revisión documental, aplicándose como instrumentos de recolección de datos un cuestionario estructurado por preguntas mixtas, el cual se aplicó a las 19 Pymes de la Zona Industrial. Mediante el proceso de análisis de los datos se concluyó que estas industrias no cuentan con el personal calificado para el empleo de técnicas de administración de riesgos de interés, así mismo desconocen la duración del financiamiento como mecanismo de gestión de riesgos que permite determinar el valor del activo financiado durante el plazo del crédito con relación al descuento de las tasas.

El trabajo se tomó como antecedente porque tiene relación con la parte financiera del estudio presentado por las autoras por lo tanto sirve como apoyo bibliográfico en la estructuración de las bases teóricas, además de guardar relación con la parte metodológica.

Acosta; Castillo y Ruíz (2007), presentaron un trabajo titulado: **Problemática existente dentro de las Pequeñas y Medianas Empresas “Pymes” en Venezuela, para ingresar al Comercio Internacional, en la Universidad de Carabobo, Campus Bárbula** para optar al título de Lic. en Administración Comercial y Contaduría Pública.

Esta investigación está específicamente elaborada para analizar la Problemática existente dentro de las Pequeñas y Medianas Empresas “PYMES” en Venezuela para ingresar al Comercio Internacional y todo lo referente a las diferentes estrategias que

se han trazado para que estas operaciones se hagan efectivas. Esta investigación está basada en un estudio descriptivo de naturaleza documental, pues se decidió consultar fuentes para tratar este tema. Como conclusión se afirma que las Pymes venezolanas presentan grandes debilidades en el manejo de sus recursos, en su operatividad, haciendo que muchas de ellas no puedan ser competitivas, y otras requieren reestructurar sus organizaciones, adaptarlas a las exigencias de los actuales escenarios.

Este antecedente se relaciona con la presente investigación porque ambas utilizan las mismas estrategias metodológicas para llegar a la resolución y logros de los objetivos planteados, y en ambos casos se tocan aspectos referidos a la problemática económica de las Pymes.

Hernández (2007), presentó un trabajo titulado: **Propuesta de alternativas de Financiamiento para capital de trabajo por parte de Organismos Gubernamentales del estado Aragua que contribuyan a crear y desarrollar la Pequeña y Mediana Empresa (Pyme) del sector alimento ubicadas en la Zona Industrial de San Vicente en el Municipio Girardot**, en la Universidad de Carabobo, área de Post-grado; en la Maestría en Administración de Empresas; Mención Finanzas

La presente investigación tuvo como objetivo: Estudiar las Alternativas de Financiamiento para Capital de Trabajo que ofrecen los Organismos Gubernamentales del Estado Aragua para apalancar a la Pequeña y Mediana Empresa (PYME) del Sector Alimento, con la finalidad de que estas fuentes crediticias contribuyan a crear y desarrollar estas PYMES. Este estudio responde a un diseño no experimental - bibliográfico, fundamentado en una investigación de campo y documental, un nivel descriptivo-histórico y bajo la modalidad de proyecto factible; el área de estudio fue las PYMES del sector alimento ubicadas en la zona industrial

de San Vicente en el Municipio Girardot, con una población de nueve (09) empresas y una muestra censal, que representó el cien por ciento (100%). A partir del análisis se pudo concluir que la mayoría de las PYMES encuestadas desconocen la existencia de estos Organismos Gubernamentales, que ofrecen financiamiento a este sector, esto debido a la falta de una política eficiente de promoción dirigida a dar a conocer los programas crediticios ofertados, lo cual origina que estas empresas no consideren a estos entes, como una opción válida a la hora de requerir el financiamiento de su capital de trabajo.

Esta investigación se tomó como antecedente porque en ella se tocan aspectos relevantes en cuanto al financiamiento al que pueden optar las Pymes y aunque se desarrolló en un rubro diferente al de la presente investigación, de ésta se tomaron algunos lineamientos para sustentarla, así como también parte de la fundamentación teórica importante para el estudio presentado por las autoras.

Durán (2007), presentó un trabajo titulado: **Cultura y Desarrollo Autosustentable de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) Caso de Estudio: PYMES del Sector Maderas y Muebles Ubicadas en Magdalena Municipio Zamora del estado Aragua;** en la Universidad de Carabobo, área de Post-grado; en la Maestría en Administración de Empresas; Mención Gerencia.

El estudio realizado tuvo como objetivo desarrollar una propuesta sobre estrategias que bajo el enfoque de Territorio Integrado vincula la cultura al desarrollo de capacidades competitivas e identidad socio territorial con la intención de promover la autosustentabilidad de las Pymes. Los fundamentos teóricos se centraron en aspectos de la cultura, la condición de autosustentabilidad y los Distritos Tecnológicos como estrategia para el desarrollo territorial, tomando como caso de estudio el Sector de Maderas y Muebles de la población de Magdalena del Municipio Zamora del Estado Aragua. El trabajo se ubicó dentro de un diseño de investigación

de campo de tipo descriptivo bajo la estrategia metodológica de triangulación que combina el método cuantitativo y cualitativo apoyado en la etnografía.

Este antecedente guarda relación directa con esta investigación debido al contexto en el cual se desarrolló, además de centrarse en el estudio de las Pymes de Magdalena. A pesar de combinar métodos cuantitativos y cualitativos, metodológicamente coincidimos en que ambas son investigaciones de campo y como tal los resultados son obtenidos in situ.

Castellanos, Cortez y Sánchez (2006), presentaron un trabajo titulado: **Estrategias Gerenciales y de Gestión en una Economía en red como alternativa para la competitividad de las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) en el estado Carabobo**, en la Universidad de Carabobo, Campus Bárbula para optar al título de Lic. en Administración Comercial y Contaduría Pública.

El objetivo de esta investigación fue realizar un estudio conducente al diseño de Gestión en una Economía en Red como alternativa para la Competitividad de las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) en el Estado Carabobo. Para ello, se realizó un estudio descriptivo, empleando las estrategias documental y de campo mediante la aplicación de la encuesta en su modalidad de cuestionario. La muestra del estudio estuvo representada por doce expertos en el área de gerencia y gestión de las Pymes seleccionados intencionalmente. En esta investigación se llega a la conclusión que las estrategias gerenciales y de gestión en una economía en red son importantes para las tareas organizacionales y de esta manera alcanzar las metas propuestas en un periodo determinado y a su vez para el desarrollo económico y social del país, por lo que al tomarse en cuenta dichas tácticas desde todo punto de vista es beneficioso.

La investigación se tomó como antecedente debido a que ella se tomó como apoyo para el marco teórico del presente estudio; conceptos que constituyen la base

teórica, sirve para la estructuración de este trabajo al igual que las bases legales presentadas.

Antecedentes del Pueblo de Magdalena Municipio Zamora, estado Aragua

De acuerdo con la Guía Económica Turística y Cultural del Estado Aragua (2003), a orillas del Lago de Valencia a tan sólo 20 minutos de Maracay se encuentra Magdalena, pueblo que representa en la actualidad un icono en lo que a artesanía se refiere debido a que de muchas partes del país vienen visitantes con la finalidad de adquirir los famosos muebles country fabricados con madera de samán.

Según Botello (1995), esta pujante población del estado Aragua, fue fundada por el Obispo Mariano Martí el 10 de diciembre de 1790. Más adelante señala la misma fuente, que Magdalena pertenece al municipio Zamora del estado Aragua, cuya capital es Villa de Cura y de la cual depende administrativamente la “Ciudad Artesanal del estado Aragua”, como también se conoce a Magdalena.

Coronado (2010), indica que el verdadero auge de la labor artesanal en Magdalena se inició en el año 2000 cuando un grupo de artesanos formaron una asociación la cual llamaron ASUARTEM, la cual agrupa a los artesanos y carpinteros de la zona. También señala Coronado, que la actividad artesanal es la principal fuente generadora de empleo en la comunidad y que además de los lugareños, muchas personas de los pueblos aledaños trabajan en las carpinterías.

Asimismo, Coronado (Ob. Cit) señala que en tan sólo 10 años, la otrora población agropecuaria se ha transformado de tal manera, que el sector “Centro” ha desaparecido paulatinamente como área residencial, para convertirse en zona netamente comercial. Tomando lo expresado por este autor y aunado a las

observaciones realizadas por las investigadoras, pareciera que el destino de Magdaleno está indefectiblemente al trabajo artesanal.

Bases Teóricas

En esta sección del Marco Teórico, corresponde a la fundamentación teórica del tema; donde se conceptualizan los términos más importantes de las Pymes y se hace una relación teórica de todos los parámetros que se requieren para el análisis como lo son: financiamiento, concepto, modalidades y requisitos, competencia, clientela e ingresos que tiene este tipo de empresas en el país. De igual forma, se hace referencia al marco legal que tienen las Pymes, dentro de la legislación venezolana y la definición de términos básicos del trabajo.

Concepto de Pymes (Pequeñas y medianas empresas)

Las Pymes, son definidas bajo ciertos criterios utilizados por la Federación de Colegios de Contadores Públicos de Venezuela y el Comité Permanente de Principios de Contabilidad (2007). En tal sentido, en Directorio Nacional Ampliado de la Federación de Colegios de Contadores Públicos de Venezuela, celebrado en Acarigua – Araure en enero de 2004, se decidió adoptar las Normas Internacionales de Información Financiera, como aplicables en sustitución de las Declaraciones de Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en Venezuela (PCGA), previo el cumplimiento de un Plan de Adopción.

En agosto de 2006, este organismo, aprobó el siguiente cronograma de adopción: Para las entidades en general, excepto las que cotizan en el mercado de valores y las que califiquen como Pequeñas y Medianas Entidades (PyME), en el ejercicio **finalizado el 31 de diciembre de 2008** o inmediatamente posterior. Para las

Pequeñas y Medianas Entidades (PyME), en el ejercicio **finalizado el 31 de diciembre de 2010** o inmediatamente posterior.

De acuerdo con los lineamientos trazados en estos Directorios Nacionales Ampliados, la federación de Colegios de Contadores Públicos de Venezuela, deberá fijar los criterios e interpretaciones de las Normas Internacionales de Información Financiera, por lo que la clasificación de las empresas según su rango, se regirán por los criterios de aquí emanados, tomando en cuenta a su vez las Normas Internacionales de Información Financiera.

En este sentido, el Directorio expresó que entre las Normas Internacionales de Información Financiera, se encuentra vigente la NIIF 1 la cual prevé que las Entidades deben preparar un balance de apertura con arreglo a NIIF en la fecha de transición a las Normas Internacionales de Información Financiera, el cual será el punto de partida para la contabilización según las disposiciones contenidas en las Normas Internacionales. Asimismo, señala que estos lineamientos de adopción tienen el propósito de establecer, la definición de Pequeñas y Medianas Entidades, a los fines de la determinación de la fecha de aplicación de los Principios Contables de Aceptación General en Venezuela (VEN-NIF) definidos en el (BA VEN-NIF N° 0), en la preparación y presentación de la información financiera en Venezuela.

En relación a la definición y clasificación de las pequeñas y medianas empresas; pequeñas y medianas industrias; grandes empresas, la misma fuente indica que se basa en un número de trabajadores o monto de las ventas, no existiendo un criterio único en los parámetros utilizados para tales clasificaciones. En consecuencia, el Directorio Nacional Ampliado ha llegado a los siguientes acuerdos:

1. Para la categorización de Pequeñas y Medianas Entidades, a los efectos del Plan de Adopción de las Normas Internacionales de Información Financiera

en Venezuela, se tomaron en consideración cualquiera de los parámetros siguientes:

- a. Número de trabajadores promedio anual
 - b. Volumen de ingresos netos de descuentos, rebajas y devoluciones
2. Cuando se traten de Holding, así como sus afiliadas o asociadas, para ser considerada Pequeña y Mediana Entidad, los parámetros se evaluarán tomando en cuenta el del grupo consolidado o combinado en los estados financieros.
 3. Únicamente a los efectos de este pronunciamiento se consideran trabajadores, todas aquellas personas que participen en la actividad operativa de la entidad, con independencia del vínculo existente con la respectiva entidad, ente otros: Personal de Outsourcing en actividades medulares.
 4. Para la clasificación como Pequeña o Mediana, a los fines de la determinación de la fecha de aplicación de los Principios de Contabilidad de Aceptación General en Venezuela (VEN-NIF) definidos en el (BA VEN-NIF N° 0) la entidad no debe superar cualquiera de los valores siguientes:

SECTOR	PARÁMETRO	VALOR
Industrial	Trabajadores	250
	Ingresos Netos	750.000 U.T.
Comercial	Trabajadores	500
	Ingresos Netos	1.000.000 U.T.
Servicio	Trabajadores	100
	Ingresos Netos	500.000 U.T.
Agrícola o Pecuario	Trabajadores	50
	Ingresos Netos	300.000

De manera que, a pesar de adoptar algunas normas internacionales para definir y clasificar a las Pymes en Venezuela, también existen criterios propios, tal como se ha descrito en los acuerdos señalados por el Directorio Nacional Ampliado y actualmente rigen a nivel nacional. Aun así, en algunos textos se pueden encontrar otras definiciones, pero basadas en los mismos parámetros que ya se han visto.

En concordancia, Navarro (2005), define a las PYME como Pequeñas y Medianas Empresas, con un número no muy grande de trabajadores, y con una facturación moderada. Según este autor, para que las PYMES sean consideradas como tales, tienen que tener como número uno, menos de 250 empleados contratados y dos el margen de producción e ingresos. En cuanto a las Pymes del sector artesanal magdalenense, posee un margen mucho menor de empleados a los que señala Navarro y de acuerdo con sus propietarios, el margen de ingreso también se ubica dentro de estos parámetros

Clasificación de las Pymes

En cuanto a la clasificación: Según, Rosales, R. (2006) explica que “Las oportunidades y requerimientos de ayuda para las Pymes se pueden analizar a través de una tipología que discrimine aunque sea parcialmente, el amplio espectro de las mismas” (p. 34). Se han hecho intentos al respecto, clasificando las empresas según diversos criterios. Uno de los más extendidos es el de hacerlo según sea su sector industrial, agrupándolas en tradicionales, intermedias y mecánicas. Sin embargo, aquí se oculta la diversidad de procesos productivos y mercados posibles de atender por la Pyme, lo que hace difícil deducir cuales son los retos gerenciales que ésta debe atender para mejorar su competitividad.

En la búsqueda de un criterio apropiado para la Pyme, la primera indagación importante que se debe realizar tiene que ver con su baja o alta propensión al crecimiento manifestado en las dimensiones básicas de la empresa, número de trabajadores o activos físicos. Por otra parte, otra distinción importante que se debe establecer es la referida a su integración bien sea en mayor o menor grado a una cadena de producción.

Según lo expresado por Rosales (2006); al combinar estos dos criterios se obtiene una tipología de Pymes conformadas por cuatro tipos de empresas que presentan características propias, a la vez que demandan retos especiales para su gerencia.

Empresas Tipo 1: son aquellas que deciden estratégicamente no aumentar sus dimensiones básicas y obtener la mayor parte de sus ingresos y ganancias atendiendo directamente a sus clientes sin ninguna o con escasa inserción en cadenas de producción.

Empresas Tipo 2: como por ejemplo proveedores, pero con una capacidad física de producción limitada y con escasas posibilidades para la variación de los volúmenes de producción.

Empresas Tipo 3: van creciendo a medida que lo hacen sus principales clientes.

Empresas Tipo 4: son aquellas que comienzan siendo pequeñas y luego, intentan crecer de forma independiente.

La Gestión Administrativa de una Pymes.

La administración en una Pymes es una de las áreas que recibe un tratamiento restringido por parte de los dueños. Algunas empresas contratan los servicios de contabilidad con la concepción de que se trata solo para fines tributarios y legales. El atraso y desconocimiento de las estructuras de costo de producción y operación de las empresas pequeñas es una de las razones por las cuales no pueden negociar adecuadamente cuando están insertadas en una cadena de producción como proveedores de clientes que generalmente disponen de sofisticados sistemas de contabilidad. La misma debilidad exhiben las empresas pequeñas cuando trabajan con una amplia gama de productos y/o clientes y no disponen de un adecuado sistema de costos para la fijación de precios.

La Estrategia Competitiva en la Pyme

La estrategia competitiva es el resultado de un proceso de planificación estratégica, el cual está más o menos difundido en las grandes empresas. En el caso de la pequeña empresa resulta abstracto hablar de valores, misiones y objetivos estratégicos, pues ello no proporciona mayores indicaciones sobre lo que se debe producir y en qué cantidades o sobre cuáles son las tareas que se deben llevar a cabo para soportar la estrategia competitiva de la empresa; en fin no proporciona herramientas suficientes para saber cuáles son las prioridades, cuáles son los criterios de competitividad de los mercados en los que se opera, o se desea operar, y cómo inciden estos criterios en el sistema de producción y de costos de la empresa.

Según Rosales, (2006), el gerente de una Pyme necesita un concepto de estrategia competitiva que contenga los siguientes elementos:

- Definición de la misión de la empresa
- Objetivos jerarquizados de la estrategia
- Estrategia de mercadeo
- Estrategia de manufactura
- Criterios de competitividad de los mercados meta.

Zapata (2003), señala que es indudable que la competitividad de las Pymes industriales requiere un enfoque diferencial en los escenarios donde se presente, porque haya tenido éxito con un determinado producto o servicio en el mercado local no necesariamente lo tendrá en el exterior.

Zapata (2003) expresa:

Cuando la Pyme se enfrenta con el mercado global, debe tomar conciencia de lo que esto significa para la organización en todos sus planos: management, know how, inversión,

planes de acción, estrategias, visión, misión. Llegando a tener que superar problemas, tales como: falta de cultura, estructura rígida (no en red), falta de financiamiento. (p. 3)

No obstante, en el fondo se sabe que la cuestión central para resolver la internacionalización de una Pyme es la cultura empresarial, pues de una conducta basada en la supervivencia cotidiana en un mercado interno conocido y muchas veces cautivo, debe pasarse a aceptar que la única alternativa válida para el futuro es insertarse en el mercado internacional.

Para lograr el éxito en esta nueva etapa de gestión, el pequeño y mediano empresario debe dejar de pensar en cómo se movió hasta ahora para incorporar nuevos conceptos, pues varias o todas las características mencionadas por Zapata (2003), no son suficientes para consolidar una posición competitiva y productiva en un escenario nuevo de apertura, bien sea a nivel nacional o internacional.

Es así como el empresario se verá abocado a tomar decisiones basado en una experiencia que no tiene o acompañado por un equipo profesional que tal vez le resulte muy difícil controlar por la falta de conocimientos técnicos. Quedando desfasado en la necesidad de reconversión, los cambios en la gestión global del negocio, la actualización tecnológica, la búsqueda de proveedores, la búsqueda de socios y el acceso a los mercados externos.

La Pyme se caracteriza por su visión corto-placista. Por eso debe incorporar el hábito de desarrollar estrategias competitivas y concentrarse en el largo plazo, pues las exportaciones tienen un carácter de continuidad y no de acciones esporádicas.

Ingresos y Financiamiento en las Pymes

Un problema que afecta a las Pymes es el financiamiento, puesto que existe dificultad en el acceso al crédito permanente; especialmente en el de largo plazo; un alto porcentaje de los empresarios considera que el sector financiero no posee instrumentos adecuados para atender a las necesidades económicas de las Pymes de acuerdo a su tamaño. De igual manera, existe poco interés de la Banca privada por atender al pequeño y mediano empresario, además de las elevadas tasas de interés que constituye otro de los problemas en el financiamiento de este tipo de empresas.

Es por ello que es importante, contar con la suficiente cantidad de fondos que hagan innecesario por un lado la solicitud de préstamos, y por otro contar con lo necesario para desarrollar las operaciones básicas que la actividad en cuestión requiere. Así por ejemplo, cierto tipo de actividades requieren de egresos fijos mensuales, como lo es el caso de la publicidad en diarios por parte de los negocios inmobiliarios, no disponer de los suficientes fondos para proteger dichos egresos hasta tanto las operaciones propias de la empresa permitan abonarlos sin mayores problemas.

La nueva realidad hace necesario más que nunca tener un seguimiento constante de la actuación de la empresa mediante un efectivo control de gestión, además de presupuestar convenientemente de tal manera que pueda mantener en todo momento la cantidad de ingresos y egresos bajo un estricto control interno de la empresa. Dentro de éste factor de riesgo se debe mencionar claramente los errores de previsión financiera. Este puede dar lugar a un exceso de inversión o gastos previendo ingresos o ventas que luego al no tener lugar, ocasionan graves desequilibrios patrimoniales y financieros para la empresa.

En tanto que para las Pymes la situación se presenta difícil puesto si bien, en varias pequeñas y medianas empresas existen problemas de liquidez, no tienen acceso al financiamiento de la Banca privada y se encuentran con la situación de que el financiamiento público se concentra en las cooperativas. Con relación a lo antes expuesto Lefcovich, (2004), considera que las empresas privadas ven limitadas sus posibilidades de obtenerlo, a menos que cedan parte de sus espacios industriales a cooperativas o a unidades de producción social.

En otro orden de ideas, los gerentes o propietarios de las pequeñas y medianas empresas deben tomar en consideración para mejorar sus ingresos que no basta con diseñar buenos productos y servicios; venderlos en buen número y buen margen de rentabilidad; tener buena atención a los clientes y consumidores; es fundamental en caso de vender a crédito seleccionar convenientemente los clientes, sus límites crediticios, los plazos de pago y gestionar correctamente las cobranzas. No hacer correctamente éstos últimos pasos llevará a la empresa a una situación de peligrosa falta de liquidez. Estos aspectos están directamente vinculados con otras carencias de la empresa como son la falta de sistemas confiables de información interna y de adaptación al entorno.

Lefcovich, (2004) afirma que:

De igual forma deberá controlarse de manera estricta los flujos de fondos, verificando que la velocidad de ingresos de fondos sea siempre superior como promedio a la velocidad de egresos de los mismos. Establecer un presupuesto en base a los ingresos y egresos, y adoptando los ajustes periódicamente es fundamental, no hacer ello implica hacer caer a la empresa en un estado de incapacidad para continuar operando. Debe siempre guardarse una correcta relación entre la financiación de los activos con capital propio y con créditos comerciales y financieros. (p. 10)

Toda empresa tiene como eje fundamental obtener una utilidad que les permita crecer en el ramo en el que se desenvuelven, de allí la idea de solicitar recursos al exterior que les faciliten este proceso, además al invertirlo de manera adecuada, se tiene la posibilidad de devolver ese capital y alcanzar el desarrollo esperado.

La preparación profesional del empresario ante la necesidad de acudir a fuentes de financiación para solicitar créditos es indispensable, ya que estará negociando el futuro de su empresa. Es así como se convierte en algo esencial conocer en qué se desea invertir, cuánto es el dinero que se va a solicitar, de qué manera se va a solicitar, cuánto y cómo devolverá el capital recibido.

En este mismo orden de ideas, para las empresas es una gran necesidad que conozcan su situación financiera real ya que es a través de ese análisis que ella podrá proyectar sus cobros y pagos, sus gastos e ingresos y sus necesidades financieras, y podrá fijar sus objetivos.

Tipos de recursos de financiación

Existen diferentes tipos de recursos de financiación a los que las empresas pueden recurrir en caso de necesitar fondos de financiación para mejorar su negocio.

Préstamos a corto plazo

Son préstamos cuyo período de tiempo estimado para su cancelación es corto, es utilizado cuando las necesidades que van a ser cubiertas con este no son muy grandes y pueden ser cancelados en ese lapso.

Estos préstamos pueden proceder de proveedores o acreedores para satisfacer ciertas necesidades primarias de las empresas (como la adquisición de materia prima y mercancía), que se espera podrán ser cancelados con el producto de los ingresos

obtenidos de las ventas y se cree que el riesgo de no cobrar dicho préstamo es mínimo, aunque todo dependerá de los niveles de ventas que pueda obtener la empresa.

Préstamos a largo plazo

Este tipo de préstamo suelen solicitarse cuando se desea realizar una gran inversión en la empresa para alcanzar sus objetivos y desarrollarse, por lo que requiere una mayor cantidad de requisitos para su obtención debido a los elevados riesgos de recuperación que representan para los entes de los que provienen.

Por lo antes mencionado, es difícil para las pymes optar por un préstamo de este tipo teniendo como consecuencia que la empresa tenga que ampliar su capital propio o reinvertir sus ganancias provenientes de ejercicios económicos anteriores.

Principales fuentes de financiamiento externo

Existe una amplia gama de posibilidades de financiamiento que pueden ser solicitadas por aquellas empresas que presentan alguna necesidad para lograr la gestión normal del negocio.

Entidades bancarias

Cuando se desea obtener dinero para satisfacer alguna necesidad que presente la empresa suele pensarse en las entidades financieras como la principal fuente de ingreso, sin embargo, no siempre se conocen todas las modalidades ofrecidas por estas, siendo un factor que impide saber cuál es la más conveniente de acuerdo a cada caso.

Los préstamos personales son una de las alternativas presentadas por las entidades bancarias pero son otorgadas dependiendo de la solvencia de la persona solicitante, pero el monto concedido por estos dependerá de la cantidad de bienes que puedan ser ofrecidos como garantía de pago a los bancos.

En el caso de los préstamos comerciales para la obtención de un financiamiento, es necesario cumplir con una serie de requisitos que dependerán de cada institución, siendo el objetivo de los dueños de las empresas disminuir los intereses y comisiones generados por estos.

Entidades públicas

Los bancos u organismos creados por el Estado representan otra opción de financiamiento para las empresas. Estas entidades pueden favorecer a aquellos cuyos préstamos solicitados presenten una alta cuantía y que por el riesgo que representan son rechazados por otras entidades.

La empresa que desee optar por el financiamiento ofrecido por el Estado o alguna de sus entidades e instituciones, deben determinar sus objetivos y preparar la documentación necesaria tomando en cuenta la complejidad y lentitud de las caracteriza.

Cientes de las Pymes

Carvajal (2010), hace referencia a la necesidad de las Pymes por mantener y cuidar los clientes ya que representan el eje fundamental del negocio. Un buen trato con ellos permite fortalecer la empresa además de ser una buena forma de dar a conocer los productos a otras personas.

En concordancia con lo antes expuesto Rodríguez (2009), establece que conocer las necesidades del cliente, sus expectativas sobre los productos deseados y la calidad de los mismos son una herramienta indispensable para lograr una mayor competitividad para permanecer en el mercado y buscar nuevas oportunidades para sus productos o servicios.

Debilidades de las Pymes

La mejor forma de prevenir el fracaso y afianzar sobre bases sólidas la continuidad y crecimiento de la empresa es reconociendo todos aquellos factores posibles de comprometerla. A tales efectos Lefcovich (2004) presenta una lista de factores a los cuales el o los propietarios deberán regularmente chequear los efectos, a fin de evitar las consecuencias por ellos causados.

A continuación se mencionan algunos de los factores señalados por Lefcovich que pueden impedir el crecimiento de las Pymes.

1. **Falta de experiencia.** La carencia de experiencia tanto en la administración de empresas, como en la actividad que se ha de desarrollar representa un elevadísimo riesgo para los pequeños propietarios, debido a que esta es fundamental para mantener al negocio lejos del fracaso.
2. **Ubicación.** Es de suma importancia para toda empresa porque según sea su ubicación se facilita o se restringe el acceso a los clientes. También se debe tomar en cuenta las características del entorno, y la capacidad de los espacios para la atención de los mismos.
3. **Falta de enfoque.** Esto impide el óptimo desempeño de la empresa, pues no se encuentra en capacidad de cubrir en forma eficiente todos los rubros y necesidades del cliente, debido a no contar con recursos humanos, materiales, ni dirigenciales para atenderlos. Esta falta de enfoque conlleva

entre otras cosas a un mal manejo de inventarios, donde se acumulan artículos de baja rotación que influyen en la reducción de los niveles de rentabilidad y quitan liquidez a la empresa.

4. **Manejo de inventarios.** La empresa al no tener una perspectiva de negocio clara tiende a acumular insumos y productos finales en una cantidad y proporción superior a la necesaria.
5. **Excesivas inversiones en activos fijos.** Realizar inversiones en remodelaciones, y maquinarias por encima de las necesidades y capacidades inmediatas de la empresa, influye negativamente en su capacidad de liquidez.
6. **Carencias en materia de créditos y cobranzas.** En caso de que las empresas tengan establecido dentro de sus políticas las ventas a crédito, deben seleccionar convenientemente a sus clientes considerando sus límites crediticios, su capacidad de pago y la realización de las cobranzas en los plazos oportunos, ya que la n utilización de estos pasos pueden colocar a la empresa en una peligrosa situación de liquidez.
7. **Sistemas de información.** Un adecuado sistema de información facilita la toma de decisiones de la gerencia, es por ello que el control interno y el control presupuestario se ven íntimamente relacionados con el mismo. Al conocer las exigencias del mercado, la clientela y sus empleados se puede lograr una mayor eficiencia en el desarrollo de sus operaciones, además un sistema de información débil puede dejar a la empresa en desventaja frente a la competencia,
8. **Controles internos.** Tener controles internos débiles, trae como consecuencia correr los riesgos relacionados al fraude o error que se pueden presentar en cualquier área de una empresa, esto puede ocasionar desde la presencia de omisiones graves que provoquen pérdidas materiales hasta la quiebra de la empresa producto de los fraudes.
9. **Selección de personal.** Lograr una adecuada gestión en esta área, tener un personal eficiente y buenos niveles de capacitación y motivación, son

elementos indispensables para que la empresa alcance sus objetivos de desarrollo.

10. **Política en el personal.** La alta rotación de personal ocasionada por personal poco productivo y no identificado con la misión y visión de la empresa, es producto de que existan fallas en materia de selección, capacitación y motivación de personal. Lo descrito anteriormente repercute en los costos de selección y capacitación, los niveles de productividad y satisfacción del cliente afectando directamente a la rentabilidad de la empresa.
11. **Planeación.** El desconocimiento de las exigencias del mercado y la situación general de la empresa puede ocasionar que los objetivos planteados por esta no sean alcanzados y representar una desventaja frente a sus competidores. Una buena gestión de planificación favorece que una organización alcance su mayor potencialidad.
12. **Graves errores en la fijación de estrategias.** Es necesario que se hagan cambios pertinentes a las estrategias del negocio en función de los cambios producidos en el entorno. Muchos de los errores que se producen en la fijación de las estrategias se debe a que no se considera la misión, visión y las metas propuestas así como las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas que rodea al negocio.
13. **Ausencia de planes alternativos.** Las empresas deben tener la capacidad de adaptarse a su entorno para sobrevivir a los constantes cambios a los que se encuentran sometidas, es por ello que tener planes alternativos frente a las eventualidades que se pudieran presentar y saber obtener el mayor beneficio de estas se convierte en una necesidad.
14. **Problemas de comercialización.** Es importante planificar debidamente los sistemas de comercialización y distribución así como gestionar los precios y la publicidad. Una mala planificación tiende a dificultar y hace poco rentable hasta los mejores productos o servicios que se tengan en oferta.

15. **Problemas de materias primas.** La difícil obtención de materias primas necesarias para la fabricación de los productos pueden influir negativamente en el desenvolvimiento de las actividades de las empresas.
16. **Ausencia de políticas de mejora continua.** Siguiendo las mismas pautas que produjeron el éxito en el pasado no garantiza que se obtendrá los mismos resultados en el presente y en el futuro. Es por ello que tanto los productos y servicios como los procesos y su generación deben ser mejorados continuamente sacando el máximo provecho a la experiencia obtenida en el negocio.
17. **Falta de capacitación del empresario y directivo.** Una deficiente gestión de la dirigencia de la empresa conlleva a un atraso en el crecimiento de la organización pues no es capaz de satisfacer los servicios, requerimientos del entorno y gustos de los clientes.
18. **Altos niveles de desperdicios y despilfarros.** La sobreproducción, exceso de inventarios (de insumos y productos en proceso), excesos de transportes internos y movimientos, fallas y errores en materia de calidad, actividades de corrección, actividades de inspección, tiempos de espera excesivos, roturas y reparaciones de maquinarias, tiempos de preparación, errores de diseño, son algunos desperdicios que generan mayores costos que impactan directamente en la rentabilidad de una empresa y a su vez al no detectar y controlar las debilidades propias de los procesos y actividades condicionan la marcha de la empresa.
19. **Materia de seguridad.** Con ello se hace referencia a la importancia de proteger a la empresa de posibles contingencias como incendio, robo, fraudes, riesgos ante terceros, además de las necesidades de resguardo de marcas y fórmulas.
20. **Resolver problemas y tomar decisiones.** El no poder definir o detectar el problema relacionado con la incapacidad para generar soluciones a los mismos, ocasiona que persistan en el tiempo y se agraven. Esto sucede

porque los empresarios no cuentan con un método sistemático para dar soluciones, por el contrario actúan en base al impulso, la intuición o la experiencia, obstruyendo la oportunidad de adoptar decisiones eficaces, eficientes y oportunas.

Rentabilidad

Lograr la mayor cantidad de ventas generando grandes beneficios es el principal objetivo de cualquier empresa, pero mantener el margen comercial se hace más complejo con el tiempo, esto tomando en cuenta la complejidad de los mercados, la amplia competencia, las políticas de oferta y publicidad implementados. Por consiguiente, optar por una alternativa externa de financiamiento resulta una buena opción para mejorar la rentabilidad de la empresa.

Análisis de la rentabilidad

Al analizar la situación en la que se encuentra una empresa se puede determinar si tiene posibilidad de cumplir con sus obligaciones en un futuro lo cual puede representar una información aún más significativa que conocer la capacidad de solvencia actual.

Lograr un adecuado análisis de la rentabilidad permitirá determinar la viabilidad de utilizar fondos propios de la empresa o buscar la obtención de capital externo a través de los diversos recursos de financiación.

Índices utilizados para evaluar la rentabilidad

Para la realización de un adecuado análisis de la rentabilidad económica de una empresa, se deben aplicar algunos índices que facilitaran conocer su situación en determinado momento.

Rentabilidad de fondos propios

$$\frac{\text{BENEFICIOS OPERATIVOS X100}}{\text{FONDOS PROPIOS}}$$

Este índice nos indica la tasa de rendimiento final de los capitales y beneficios no distribuidos que mantiene la empresa.

Rentabilidad del capital accionario

$$\frac{\text{BENEFICIOS NETOS OPERATIVOS X100}}{\text{CAPITAL EN ACCIONES}}$$

Con este índice se obtiene la tasa de rendimiento sobre el capital realmente invertido por los accionistas.

Recuperación del capital invertido

$$\frac{\text{TOTAL DEL ACTIVO}}{\text{BENEFICIOS NETOS OPERATIVOS + AMORTIZACIONES}}$$

El denominador también puede llamarse flujo de efectivo y es la generación neta de recursos por parte de la empresa. Esto permite determinar en qué medida los beneficios implican una recuperación de los capitales invertidos en los activos.

Bases Legales

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela 1999

Las bases legales son el conjunto de leyes y normas que están relacionadas con las actividades descritas en esta investigación. De acuerdo a esto Arias (2007), señala que las bases legales corresponden a los sustentos legales sobre los cuales se basa la investigación, comprendiéndose como estas el conjunto de leyes y normas que servirán de directrices para la realización de la misma.

En concordancia, para la realización de esta investigación se tomaron en cuenta los basamentos legales, que rigen y regulan a las Pymes en Venezuela y que de acuerdo con las investigadoras se ajustan a la presente investigación. En tal sentido, destacan los artículos 70, 308 y 309 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela de 1999 según Gaceta Oficial n° 5908 extraordinario, los cuales establecen:

Artículo 70: En este artículo se definen cuales son los medios de participación y protagonismo del pueblo en el ejercicio de su soberanía, en lo político; luego hace referencia en cuáles son los medios en lo social y económico, las instancias de atención ciudadana, la autogestión, cogestión, las cooperativas en todas sus formas incluyendo las de carácter financiero, las cajas de ahorro, la empresa comunitaria y demás formas asociativas guiadas por los valores de la mutua cooperación y la solidaridad. Concluyendo que la Ley establecerá las condiciones para el efectivo funcionamiento de los medios de participación previstos en este artículo.

Artículo 308: En este artículo se hace referencia a que el Estado protegerá y promoverá la pequeña y mediana industria, las cooperativas, las cajas de ahorro, así como también la empresa familiar, la microempresa y cualquier otra forma de asociación comunitaria para el trabajo, el ahorro y el consumo, bajo régimen de

propiedad colectiva, con el fin de fortalecer el desarrollo económico del país, sustentándolo en la iniciativa popular. Se asegurará la capacitación, la asistencia técnica y el financiamiento oportuno. El Estado se compromete a robustecer el desarrollo económico popular del país.

Artículo 309: En este artículo el Estado se compromete con la artesanía e industrias populares típicas de la Nación, gozarán de protección especial, con el fin de preservar su autenticidad, y obtendrán facilidades crediticias para promover su producción y comercialización.

Ley para la promoción y desarrollo de la pequeña y mediana industria y unidades de propiedad social.

Esta ley creada para fortalecer al sector de las Pymes, fue publicada en Gaceta Oficial el 21 de Agosto de 2008 según decreto n° 6215 con rango, valor, y fuerza de ley. A continuación se presenta la mencionada ley mediante un cuadro que permite el análisis de las implicaciones e interpretaciones asociadas con las Pymes.

Cuadro No 1
Bases Legales
Ley para la promoción y desarrollo de las Pymes

Artículo	Implicaciones	Interpretación
Capítulo 1. Disposiciones Generales. Objeto y finalidad. Artículo 1.	Esta ley tiene por objeto regular el proceso de desarrollo integral y unidades de propiedad social, a través de la promoción y financiamiento mediante el uso de recursos y de terceros.	En este artículo, se determina como se realizará el proceso de desarrollo integral de la pequeña y mediana industria.
Artículo 5	La definición para el Estado Venezolano de la pequeña y mediana industria.	En este artículo queda sustentado, la definición que hace el Estado Venezolano de las Pymes y esta la realizan tomando en cuenta la facturación anual que la empresa realiza.
Capítulo II. Políticas y lineamientos. Medidas de financiamiento. Artículo 7.	En este artículo se describen cuáles serán las políticas y lineamientos de las medidas de financiamiento para las Pymes, establecen 5 políticas, con sus respectivos lineamientos.	Entre las políticas del Estado, está desarrollar diferentes modalidades financieras para la promoción de las pymes, de igual manera de promover el Sistema Nacional de Garantías Recíprocas, Fondos y Sociedades de Capital de Riesgos, facilitar el proceso de evaluación crediticia, crear redes de información para difundir las modalidades de financiamiento.
Artículo 8	Establecimiento de programas y acciones en entidades financieras.	Creación de entidades financieras para promover el financiamiento de las Pymes.

Artículo 10	Tratamiento fiscal preferencial a las ganancias de capital de las Pymes.	Exoneraciones total o parcialmente de pagos de los impuestos nacionales.
Capítulo V. Programas especiales Financiamiento de emprendedores. Artículo 31	Programas de estímulo a los proyectos de inversión presentados por los emprendedores.	En este artículo se dice que establecerán programas de estímulo para los pymes.
Artículo 32	Se establece como se hace para la formación de las Pymes y sus financiamientos.	Se describe según el registro de comercio qué deben hacer las pymes para el registro de sus negocios.

Fuente: Ley para la promoción y desarrollo de la pequeña y mediana industria y unidades de propiedad social (2008).

Obligaciones Mercantiles.

Según Mora (2010), el empresario tiene que cumplir con todas las obligaciones del comerciante. En efecto, debe asentar en el Registro de Comercio todos los documentos previstos en el artículo 19 del Código de Comercio, tales como: las firmas de comercio personales o sociales, los escritos donde se modifica el documento constitutivo estatutario, los escritos donde se disuelva una sociedad o donde se liquide o en la cual se vendan acciones o cuotas de participación, los poderes que los comerciantes otorgan a sus factores o dependientes. También debe llevar la contabilidad de la empresa; es decir, tiene que llevar un libro Diario en el cual el emprendedor de la pequeña y mediana empresa debe asentar de manera cronológica todas las operaciones sean activas o pasivas, de crédito o al contado que realiza diariamente. Debe llevar un libro de Inventario para que el emprendedor realice una estimación económica de los bienes que tenga al comenzar su giro y al final de cada año. También debe llevar el libro Mayor en el que se abrirán las cuentas

con cada persona con la que el emprendedor tenga negocios. En fin tiene que cumplir con todas las obligaciones derivadas del ejercicio del comercio.

Debe celebrar las Asambleas (Ordinarias y Extraordinarias en el caso de que la pyme sea una sociedad), tiene que presentar los balances, estados de ganancias y pérdidas, inventarios, así como inscribir en el Registro Mercantil todas las actuaciones anteriormente señaladas y aquellas indicadas en el artículo 19 del Código de Comercio.

Obligaciones laborales.

Otras de las principales obligaciones del empresario son las relativas a la materia laboral. Evidentemente, si el empresario no tiene factores o dependientes en su empresa no puede asegurar su éxito en la actividad que está emprendiendo. El hecho de que sea un microempresario o un pequeño o mediano empresario no lo exime del cumplimiento de las normas laborales. Es inevitable e impostergable comenzar de buena forma la relación de trabajo con todos sus trabajadores, respetando las condiciones generales del trabajo, las reglas relativas a la relación de trabajo subordinado y las obligaciones derivadas con la terminación de la relación de trabajo. En cuanto al Derecho Colectivo los emprendedores tendrán la obligación de negociar colectivamente con el sindicato de trabajadores siempre que cumplan ciertos requisitos exigidos por la normativa laboral vigente en el país.

Relación de Trabajo

La Ley Orgánica del Trabajo no exime a los microempresarios ni a las Pymes de mantener una relación de trabajo con sus trabajadores, se observa con mucha preocupación como en la actualidad algunos patronos utilizan otras figuras jurídicas para simular la relación de trabajo. Hay que dejar claro que independientemente de la

figura jurídica que vincula a esos trabajadores con las Pymes, o de la denominación de la actividad desarrollada, se estará en presencia de una relación de trabajo. El artículo 65 de la Ley Orgánica del Trabajo, regula lo siguiente: “Se presumirá la existencia de una relación de trabajo entre quien preste un servicio personal y quien lo reciba. ...”. El artículo 66 de la Ley Orgánica del Trabajo, plasma lo siguiente: “La prestación de servicio en la relación de trabajo será remunerada”. Si en una vinculación jurídica entre una Pyme con un trabajador se dan: a) La prestación del servicio, b) la dependencia técnica, económica o jurídica y c) la remuneración, estaremos en presencia de una relación de trabajo y por ende tendrán los emprendedores que cumplir con las obligaciones pautadas por la normativa laboral.

Derechos que tienen los microempresarios y los pequeños y medianos empresarios. Derechos Mercantiles.

El empresario goza de los mismos beneficios de los comerciantes, tienen posibilidades de acceder a los créditos y financiamientos que a través de las políticas públicas el Gobierno está emprendiendo para fortalecer este sector como hemos expresado anteriormente con la entrada en vigencia del Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley para la promoción y desarrollo de la pequeña y mediana industria y unidades de propiedad social, se aspira que de manera rápida y pertinente los microempresarios tengan acceso al financiamiento por parte del Estado para así desarrollar de manera óptima la empresa que emprendan, de esta manera se aspira el desarrollo económico de este sector y así de esta manera materializar las disposiciones constitucionales que resguardan el desarrollo sustentable; se pretende con este instrumento jurídico fomentar el pleno empleo y el desarrollo económico.

Definición de Términos Básicos

Banca: Sector financiero económico dedicado a la intermediación financiera.

Banca Pública: Conjunto de entidades financieras que pertenecen al Estado, están gestionados por la administración pública.

Banco: Establecimiento de origen público o privado que, debidamente autorizado por la ley, admite dinero en forma de depósitos para, en unión de recursos propios, poder conceder préstamos, descuentos y en general, todo tipo de operaciones bancarias.

Capacidad Instalada: Es la cantidad máxima de bienes o servicios que pueden obtenerse de las plantas y equipos de una empresa por unidad de tiempo, bajo condiciones tecnológicas dadas. Se puede medir en cantidad de bienes y servicios producidos por unidad de tiempo.

Clientela: conjunto de personas que utiliza determinado servicio o producto.

Competitividad: La competitividad es la capacidad que tiene una empresa de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende en gran medida de la calidad del producto que se oferta, la tecnología que se utiliza, la calidad de servicio y la relación con los “Stakeholders”.

Crédito: Entrega de un objeto o una cantidad de dinero a otra persona, con el compromiso por parte de esta de devolverla a sus acreedores en un lapso de tiempo convenido, junto con los intereses que se produjeran.

Empresa privada: es una empresa dedicada a los negocios cuyos dueños pueden ser organizaciones no gubernamentales, o que están conformadas por un relativo número de dueños.

Empresa social: es un tipo de empresa en la que su razón social beneficia a quienes trabajan y buscan obtener ganancias, además de satisfacer a la vez necesidades de la sociedad en la que se desenvuelven.

Financiación: Estudia el volumen de dinero que necesita una empresa en el momento y en el futuro cuando en ella aparece una necesidad monetaria.

Garantía: (de garante) acción o efecto de financiar lo tratado o concurrido.

Gestión empresarial: Es la actividad empresarial que busca a través de personas (como directores institucionales, gerentes, productores, consultores y expertos) mejorar la productividad y por ende la competitividad de las empresas o negocios.

Ingresos: Es el ingreso que una empresa recibe de sus actividades comerciales normales, por lo general procedentes de la venta de bienes y servicios a los clientes.

Intereses: Son las necesidades o conveniencias de carácter colectivo.

Inversiones: Colocación de fondos en una operación financiera o en un proyecto con la intención de obtener una rentabilidad en el futuro.

Inversiones Sociales: son aquellas ayudas sociales dedicadas a mejorar los problemas de la comunidad, como salud, educación entre otros.

Mercado: Conjunto de transacciones que se realizan entre los compradores y vendedores de un bien o servicio; vale decir, es el punto de encuentro entre los agentes económicos que actúan como oferentes y demandantes de bienes y servicios.

Pequeñas y medianas empresas (Pymes): son empresas que, por su disposición y los diferentes componentes que hacen parte de estas, realizan una actividad que no supera un nivel medio en tamaño.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

En este capítulo se señala el tipo de investigación de acuerdo a los objetivos propuestos; se especifica la población y la muestra objeto de estudio de la investigación; asimismo, se elaboró el instrumento con el cual se recabó la información. Una vez obtenidos los datos, se analizaron según las técnicas estadísticas empleadas. Palella y Martins (2006), señalan que por métodos de investigación se entiende a “la elaboración de un plan y la selección de las técnicas más idóneas para su desarrollo” (p.87)

Paradigma

Epistemológicamente, la investigación se enfoca en el paradigma cuantitativo, donde el equipo investigador a través de las técnicas de la observación directa y la encuesta, recolectó los datos para su graficación y análisis. Se recogieron y analizaron los datos cuantitativos sobre variables. (Palella y Martins 2006) (Obcit)

Nivel de la Investigación

Tipo de Investigación se concibe como un estudio de tipo descriptivo, por cuanto se trabajó con la realidad de un hecho social y sus características fundamentales, para el análisis de la problemática que rodea a las Pymes ubicadas en Magdaleno, en el Municipio Zamora estado Aragua.

Al respecto, Hernández, Fernández y Baptista (2008), señalan que la investigación descriptiva “comprenden la descripción, registro, análisis e interpretación de la

naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos” (p. 41). De esta forma las investigadoras, recolectaron los datos de las pequeñas y medianas empresas que se encuentran en el Pueblo de Magdaleno, Municipio Zamora, estado Aragua.

Por su parte, Palella y Martins (2006), puntualizan que este tipo de investigación, consiste en: “interpretar realidades de hecho. Incluye descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o procesos de los fenómenos” (p. 102). Las investigadoras en forma sistemática, organizaron los datos recolectados a partir de la aplicación del instrumento en las pequeñas y medianas empresas que se encuentran ubicadas en el Pueblo de Magdaleno, Municipio Zamora, estado Aragua.

Diseño

El trabajo se enmarcó en un diseño de Investigación de Campo puesto que las investigadoras analizaron sistemáticamente un problema de la realidad, con la finalidad de describirlo, interpretarlo y entenderlo. En este caso particular, la realidad, son las pequeñas y medianas empresas ubicadas en el Pueblo de Magdaleno.

En el Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales de la UPEL (2008), se define la investigación de campo como “el análisis sistemático del problema con el fin de descubrir y explicar sus causas y efectos, entender su naturaleza y factores constituyente o proceder su ocurrencia” (p.100).

Así mismo, el Diseño de la Investigación es No Experimental, pues las investigadoras no manipularon las variables, sólo registraron y analizaron cuál es la problemática que rodea a las Pymes ubicadas en el Pueblo de Magdaleno, Municipio Zamora, estado Aragua.

De acuerdo al Alcance o Tiempo

De acuerdo al tiempo en que se realizó la investigación se clasifica como transversal o transeccional y se caracteriza porque la recolección de los datos se hace en un solo momento, en un tiempo único, su propósito fue describir variables y su incidencia de interrelación en un momento dado. Al respecto Hernández, Fernández y Baptista (2008), señalan que: “Los diseños transeccionales descriptivos tienen como objetivo indagar la incidencia y los valores en que se manifiestan una o más variables o ubicar, categorizar y proporcionar una visión de la comunidad, un evento, un contexto, un fenómeno o una situación” (p.273)

Población

Es el conjunto de personas de las que se desea obtener información y sobre las que se va a generar conclusiones. Palella y Martins (2006), la definen como: “conjunto finito o infinito de elementos, personas o cosas pertinentes a una investigación y que generalmente suele ser inaccesible” (p.115). La población de estudio son las 200 pequeñas y medianas empresas del sector artesanal que se encuentran ubicadas en el Pueblo de Magdaleno, Municipio Zamora, estado Aragua.

Muestra

La muestra, representa un subconjunto de la población que es accesible y limitada, se realiza la investigación sobre ella con la idea de obtener conclusiones generalizables a la población. Para Palella y Martins (2006), “la muestra, es una parte representativa de una población, cuyas características reproducen de la manera más exacta posible a la totalidad” (p.116).

De igual forma, Hernández, Fernández y Baptista (2008), la define como “un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en características al que llamamos población” (p.207). Según los criterios expresados anteriormente, se infiere que la muestra es un subconjunto de la población.

A su vez, Hernández, Fernández, Baptista (2008), explican que para seleccionar una muestra lo primero que hay que definir es la unidad de análisis (personal, organizaciones, comunidades, situaciones, eventos). Sobre qué o quiénes se van a recolectar datos depende del enfoque elegido (cuantitativo, cualitativo o mixto), del planteamiento del problema a investigar y de los alcances del estudio.

De esta manera, el muestreo de la investigación es no probabilístico e intencional, porque las investigadoras establecieron previamente los criterios de selección. Estos criterios fueron:

1. Por definición ser una pequeña y mediana empresa.
2. Estar ubicada en el Pueblo de Magdaleno, Municipio Zamora, estado Aragua.
3. Trabajar la madera en la producción de diferentes tipos de muebles.

Para una población de 200 pequeñas y medianas empresas, la muestra representativa de 30% sería en total 60 pequeñas y medianas empresas ubicadas en el Pueblo de Magdaleno en diferentes zonas del mismo.

Técnicas de Recolección de Datos

Se utilizó la técnica de la encuesta, la cual consiste en la obtención directa de las personas y/o fuentes primarias de las informaciones, datos o aspectos relevantes del estudio. Según Hernández, Fernández y Baptista (2008):

La encuesta es el instrumento más utilizado para recolectar datos, contenido de preguntas abiertas (da la posibilidad a los sujetos de contestar ampliamente y son útiles cuando no tenemos información sobre las posibles respuestas, o cuando esta formación es insuficiente) o de preguntas cerradas, las cuales pueden ser de dos o más alternativas de respuestas. (p 285).

La otra técnica de recolección de datos utilizada fue la observación directa, para ello las investigadoras visitaron en cinco (5) oportunidades la población de Magdalena para obtener los datos establecidos en la observación directa.

La observación según Méndez (2001), es un procedimiento de investigación que puede entenderse como: El proceso mediante el cual se perciben deliberadamente ciertos rasgos existentes en la realidad por medio de un esquema conceptual previo y con base en ciertos propósitos definidos generalmente por una conjetura que se quiere investigar. (p. 143)

Instrumento de Recolección de Datos

Es importante resaltar que para Palella y Martins (2006), el instrumento es “un recurso del cual pueda valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer información de ellos”. (p.137) En este sentido, el instrumento que se utilizó fue el cuestionario que para Hernández, Fernández y Baptista (2008), “consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir” (p. 285). A su vez,

señalan que el cuestionario es “la recopilación sistemática de datos de una población o una muestra de la misma medida, el uso de entrevistas personales y otros instrumentos para obtener datos” (p. 54).

En tal sentido, para la presente investigación, se utilizaron dos cuestionarios que se aplicaron uno (1), cuestionario mixto con once (11) preguntas de respuestas abiertas y de opciones relacionadas con las variables. Un segundo instrumento compuesto por una parte A contentiva de 15 preguntas y una parte B de 12 preguntas, dando un total de 27 preguntas con respuestas cerradas, los cuales se aplicaron a los propietarios de las pequeñas y medianas empresas de artesanías que están ubicadas en el Pueblo de Magdalena. (Ver Anexo A)

Asimismo, se utilizó una hoja de registro para recoger los datos, donde se establecieron aspectos a observar y describir para luego analizarlos. Con relación a este instrumento, Hernández, Fernández y Baptista (2003), expresan que se utiliza para realizar un registro sistemático, válido y confiable sobre los aspectos que para el investigador, tienen relevancia. (Ver Anexo A)

Validez y Confiabilidad

Validez

Los instrumentos, fueron sometidos a un análisis de validez y confiabilidad a través del cual se determinó que los ítems miden el contenido para lo cual fueron diseñados de acuerdo a los objetivos planteados.

Para determinar la validez del instrumento, se consideró la tipificación expuesta por Hernández, Fernández y Baptista (2008), la cual expresa “que la validez, en términos generales se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir” (p. 242).

En este orden de ideas, Palella y Martins (2006) indican que un instrumento tiene validez sirve para medir lo que se quiere medir. En cuanto a la validez interna del cuestionario en este caso específico, se realizó mediante la técnica del juicio de experto, que consiste en entregarle a tres (3); cinco (5) o siete (7) expertos (siempre números impares) en la materia objeto de estudio y en metodología y en construcción de instrumentos un ejemplar de estos con su respectiva matriz de respuesta acompañada de los objetivos de investigación, cuadro de operacionalización de variables y una serie de criterios para calificar las preguntas. Los expertos revisaron el contenido, la redacción y la pertinencia de cada ítem, e hicieron recomendaciones para que se efectúen las debidas correcciones.

Los expertos calificaron cada una de las preguntas del instrumento de recolección de datos en una escala del 1 al 4 como se observa en el cuadro siguiente:

**Cuadro No 3.
Apreciación.**

Apreciación	Calificación
Excelente	4
Bueno	3
Regular	2
Deficiente	1

Fuente: Coronado, Peña y Valdespino (2011)

Por otra parte se pudo constatar cuantitativamente la validez del cuestionario por medio del Coeficiente de Validez de Contenido (CVC), el cual consiste en la

determinación de una fórmula sobre las apreciaciones de los validadores, en este sentido se obtuvo para dicho instrumento. Hernández, Fernández y Baptista (2003), señalan que dicho coeficiente determina la validez del contenido del instrumento y la concordancia entre las opiniones expresadas por los jueces; los resultados del CVC se interpretan partiendo de una escala, la cual según los autores mencionados es:

- Menor que 0,80: validez y concordancia inaceptables
- Igual o mayor de 0,80 y menor que 0,90: validez y concordancia aceptables.
- Igual o mayor que 0,90 hasta un máximo de 1,00 validez y concordancia excelentes

De esta forma, el instrumento arrojó un coeficiente de 1 lo que quiere decir que tiene una validez y una concordancia aceptable.

Confiabilidad

La confiabilidad según Palella y Martins (2006), “es la precisión de una medida, es lo que asegura su repetibilidad”. (p.176) Es decir, si se vuelve a medir una misma característica utilizando el mismo instrumento en condiciones idénticas, se deben obtener resultados similares. Conocer la confiabilidad es necesario para poder interpretar los datos recogidos con un instrumento con un cierto grado de confianza.

Para determinar la confiabilidad del instrumento se utilizó la técnica de Kuder-Richardson, la cual se realizó debido a que en el caso del cuestionario diseñado, las respuestas fueron codificadas de acuerdo a las alternativas de la siguiente manera: Si: 1 y No: 0. La ventaja principal que ofreció esta técnica es que se pudo obtener una medida de la confiabilidad con una sola medición, sin necesidad de requerir de pruebas paralelas.

Para este Trabajo Especial de Grado este coeficiente de KR20, se calcula a través un programa estadístico computarizado, que facilita el análisis de los datos; dicho programa se denomina SPSS (Paquete de Sistema Estadístico para las Ciencias Sociales) para Windows versión 13, para verificar que el instrumento reunió las características adecuadas para recolectar la información necesaria. Este valor denominado calculadora de confiabilidad puede oscilar entre cero y uno, donde un coeficiente cero significa nula confiabilidad y uno representa un máximo de confiabilidad. Cuanto más se acerque el coeficiente a 1 mayor confiabilidad tiene el instrumento.

El resultado para el cuestionario aplicado fue de 0,81. Este valor tiene una confiabilidad alta, lo que significa, que puede ser aplicado en otras investigaciones.

Análisis de Datos

En esta fase de la investigación se desarrollaron las distintas operaciones a las que fueron sometidos los datos que se obtuvieron a través de los instrumentos de recolección de la información. Las técnicas de análisis de datos, según Arias (2007), “son las técnicas lógicas o estadísticas que serán empleadas para descifrar lo que revelan los datos que sean recogidos” (p. 55). También, Balestrini (2005), precisa que “la técnica de análisis de datos es concebida como el estudio de los resultados, el cual tiene el propósito de incluir y resumir las observaciones llevadas a cabo, de esta manera, se llegan a las respuestas de las interrogantes de la investigación” (p.57).

En función de esto, en el presente trabajo para la realización del análisis se tabularon y calcularon los datos recogidos, siguiendo la estadística descriptiva y analítica. Además, de la realización de cuadros y gráficos que permitieron organizar la información para luego profundizar en su análisis. Por ello, la técnica de análisis de datos fue la estadística descriptiva a través de la distribución de frecuencia absoluta y

relativa, cuyo propósito es describir cuantitativamente las respuestas emitidas. Según Sierra (2005) “se entiende por distribución de frecuencias las categorías o valores de la variable junto con las veces que se repita cada categoría” (p. 20). Para una mejor comprensión del análisis de los datos fueron utilizados análisis cualitativos y cuantitativos a través cuadros y gráficos adecuados a la información obtenida.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE DATOS

Una vez obtenida y recopilada la información se tabula, luego se procesa, esto implica el cómo ordenar y presentar de la forma más lógica e inteligible los resultados obtenidos con los instrumentos aplicados, de tal forma que la variable refleje el peso específico de su magnitud, por cuanto el objetivo final según Sabino, (2002), “es construir con ellos cuadros estadísticos, promedios generales y gráficos ilustrativos de tal modo que sinteticen sus valores y puedan, a partir de ellos, extraer enunciados teóricos” (p.178). Así los datos numéricos se procesaron, se tabularon; se elaboraron con ellos cuadros estadísticos.

Al respecto Tamayo y Tamayo (2009), afirma “El procesamiento de los datos no es otra cosa que el registro de los datos obtenidos por los instrumentos empleados, mediante una técnica analítica en la cual se comprueba la hipótesis y se obtienen las conclusiones...Por lo tanto se trata de especificar el tratamiento que se le dio a los datos, ver si se pueden clasificar, codificar y establecer categorías precisas con ellos” (P.103). Sobre el particular Lourdes Munch (1993), sostiene que consiste en determinar grupos, subgrupos, clases o categorías en las que puedan ser clasificadas las respuestas. La tabulación consiste en reunir los datos en tablas estadísticas. (p. 126)

Además es importante señalar que la Tabulación y resultados, consiste en el estudio detallado y sistemático de los datos debidamente organizados en gráficos y tablas con el objeto de encontrar las causas y los efectos del fenómeno estudiado. Por otro lado se trata de explicar o hallar un significado a los datos disponibles, de una reflexión ordenada y lógica sobre las variables que se ha estudiado a través de todo el trabajo de investigación.

Objetivo 1. Resultado del Instrumento I

En este cuestionario se le formularon interrogantes a los dueños de las Pymes artesanales de Magdaleno que se estudiaron en forma directa, tocando indicadores como: tiempo establecido, tipos de muebles fabricados, madera utilizada, tipo de instalación, utilización de maquinas, tecnología de información, planificación en el trabajo.

En cuanto al tiempo establecido, algunos de estos negocios datan desde hace 2 años hasta 10 a 15 años, lo que significa que son personas con experiencia en el ramo de la fabricación y exhibición del mueble. Con relación a que se encontraron negocios con una antigüedad de 15 años, se debe recordar que el trabajo artesanal y de carpintería se ha venido realizando en esta población desde 1962, gracias a la ayuda del señor Eugenio Mendoza quien acondicionó un lugar para que los habitantes de la comunidad desarrollaran una profesión. Pero tal como lo ha expresado Coronado (2010), el verdadero auge de la artesanía en Magdaleno, se inició hace una década.

También se encontró que la madera utilizada es el Samán, Cedro, Pino y MDF. El Samán tiene la propiedad que se puede mojar y resiste los cambios de clima puesto que permanece intacta, cualidad que no tienen las demás maderas, que aunque son buenas, no resisten éstos cambios. Esta madera tan utilizada llega a escasear en un período al año, por lo que sube de precio, al comprarla a mayor precio, el costo del mueble sube, pero aun cuando hay suficiente madera, los precios de venta del mueble no se rebajan.

En el tipo de instalación, predomina el galpón sobre las casas arregladas para este tipo de actividad, manifiestan que sus maquinarias están adecuadas y suficientes para la producción que se realiza. También consideran que utilizan la tecnología de información adecuada. El trabajo se planifica de manera mensual, por ello las órdenes

de los pedidos se realizan con tiempo, dando también un margen para que aquellos que la cancelan por parte, puedan hacerlo de manera cómoda.

Es importante acotar, que en los elementos mencionados anteriormente se puede hacer una inferencia cualitativa de cómo influyen en la rentabilidad, debido que este tipo de análisis requiere, el estudio de los ingresos, ventas, inversiones, estados financieros para poder según los indicadores de rentabilidad determinarla en forma cuantitativa y ese estudio no se realizó por no tener acceso a este tipo de información.

Este tipo de estudio amerita en primer lugar, el análisis en la forma descriptiva a través de los indicadores y luego la forma explicativa donde se utilizan las técnicas estadísticas multivariantes a empresas individuales y eso no se realizó para las Pymes estudiadas, solo se aplicó un instrumento que contemplaba los elementos analizados como financiamiento, clientela, tecnología, ventajas competitivas, asumiendo el equipo investigador que fue un error de medición con los instrumentos aplicados.

De manera que en forma teórica se puede establecer relaciones cualitativas en referencia a la rentabilidad económica, los elementos antes mencionados como utilización de máquinas, tecnologías de información, el incremento de la clientela como el anclaje de la clientela vieja, ayudan a aumentar la rentabilidad de las Pymes puesto que aumenta el número de ventas, y por ende debería en relación directa aumentar la rentabilidad de la empresa.

Por lo tanto en este aspecto se puede inferir que mientras más tecnología tenga el empresario más y mejores productos puede obtener y por consiguiente debe aumentar sus ventas, ingresos, activos y por tanto debe ser mayor su rentabilidad, de igual forma ocurre con la clientela que se fideliza si obtiene el producto adecuado a sus expectativas, a buen precio y buena calidad.

En cuanto a los obstáculos que inciden sobre su productividad, según las respuestas emitidas por los dueños de las Pymes quedan organizados de la siguiente forma de mayor a menor frecuencia de respuesta:

Inseguridad

Formación técnica especializada.

Financiamiento económico.

Clientes.

Capacidad tecnológica.

Objetivo 2. Resultado del Instrumento II

Variable: Los financiamientos competencia; clientela e ingresos de la Pymes

Dimensión: Recursos Económicos y Crediticios.

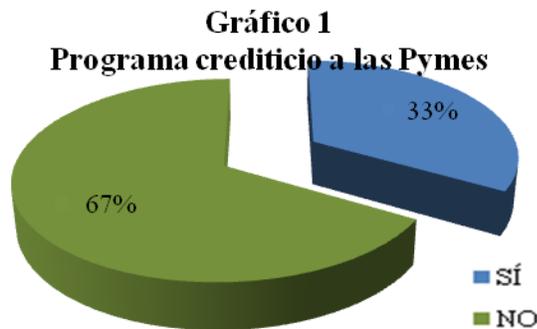
Parte A

Ítem 1. ¿Conoce Ud. la existencia de algún Organismo Gubernamental del Estado Aragua que ofrezca programas crediticios a las Pymes de este sector?

Cuadro 4
Programas crediticios a las Pymes

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	20	33
NO	40	67
TOTAL	60	100

Fuente: Datos tomados del cuestionario (2011)



Fuente: Datos tomados del cuadro 4.

El 67% de los consultados respondió que no conoce la existencia de algún Organismo Gubernamental del estado Aragua que ofrezca programas crediticios a las Pymes de este sector. Estos datos indican que es necesaria la orientación de los propietarios de estas Pymes, en cuanto a la existencia de estos organismos gubernamentales que pueden otorgar créditos a sus empresas. Con relación al 33% restante, manifestaron que si conoce sobre la existencia de este tipo de organismo. Aún así, no significa que todos ellos tengan o hayan solicitado algún tipo de financiamiento.

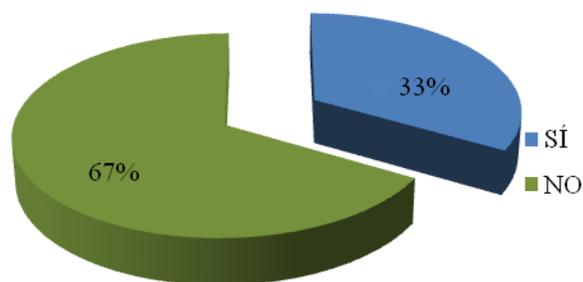
Ítem 2. ¿Conoce Ud. la existencia de algún Organismo Privado del estado Aragua que ofrezca programas crediticios a las Pymes de este sector?

Cuadro 5
Programas crediticios privados

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	20	33
NO	40	67
TOTAL	60	100

Fuente: Datos tomados del cuestionario (2011)

Gráfico 2
Programas crediticios privados



Fuente: Datos tomados del Cuadro 5.

Una vez más el 67% de los empresarios encuestados muestran su desconocimiento con relación a la existencia de algún Organismo Privado del estado Aragua que ofrezca programas crediticios a las Pymes de este sector. Por su parte, el 33% expresó que sí conoce la existencia de este tipo de institución en el esta Aragua. Los datos arrojados muestran concordancia con los resultados del ítem anterior.

Ítem 3. ¿En los actuales momentos la empresa goza de algún tipo de programa crediticio de estos Organismos Gubernamentales del estado Aragua?

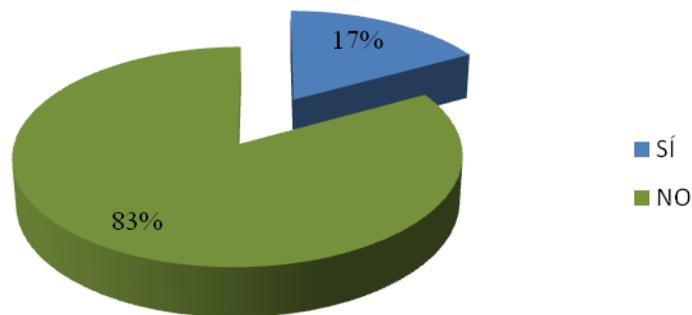
Cuadro 6

Programa crediticio por parte del Estado

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	10	17
NO	50	83
TOTAL	60	100

Fuente: Datos tomados del cuestionario (2011)

Gráfico 3
Programa crediticio por parte del Estado



Fuente: Datos tomados del Cuadro 6.

De acuerdo a la respuesta de este ítem, el 83% de los negocios pymes de Magdaleno no tienen créditos otorgados por el Estado. Esto evidencia que este tipo de empresa se sustenta por el aporte del dueño o socios, lo que podría limitar algún plan de inversión para la ampliación de sus empresas en un futuro inmediato. Sin embargo, 17% sí goza de este tipo de beneficios y por lo tanto tienen una oportunidad adicional de que su nivel de rentabilidad sea mayor que el de los empresarios de Magdaleno que no lo tienen.

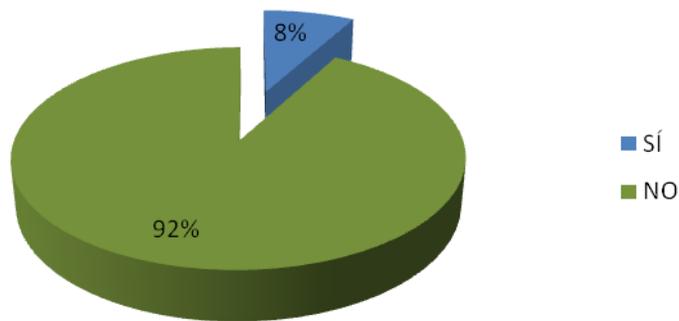
Ítem 4. ¿En los actuales momentos la empresa goza de algún tipo de programa crediticio de estos Organismos Privados del estado Aragua?

Cuadro 7
Programas crediticios por organismos privados

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	5	8
NO	55	92
TOTAL	60	100

Fuente: Datos tomados del cuestionario (2011)

Gráfico 4
Programas crediticios por organismos privados



Fuente: Datos tomados del Cuadro 7.

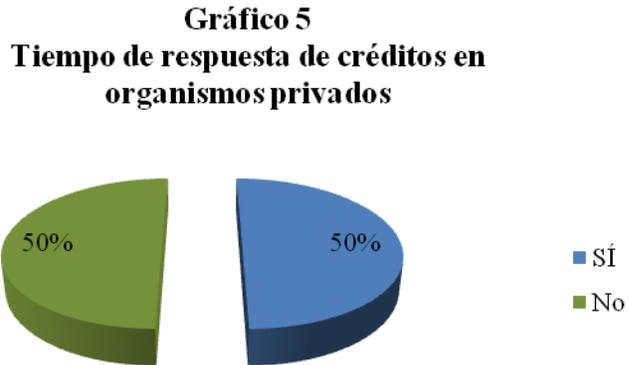
De acuerdo con los datos obtenidos, el 92% de los encuestados expresó que no goza de algún tipo de programa crediticio de los Organismos Privados del estado Aragua, el 8% restante dijo que sí. Esta situación posiblemente se debe al desconocimiento de los lineamientos para la solicitud de créditos ante esos organismos y en consecuencia, las inversiones que realizan en sus empresas dependen de su capacidad económica a nivel personal, otros inversionistas o de los socios.

Ítem 5. ¿Cree usted, que el tiempo de respuesta a las solicitudes de crédito ante los Organismos Gubernamentales es menor que los Organismos Privados?

Cuadro 8
Tiempo de respuesta de créditos en organismos privados

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	30	50
NO	30	50
TOTAL	60	100

Fuente: Datos tomados del cuestionario (2011)



Fuente: Datos tomados del Cuadro 8.

El 50% de los encuestados respondió de forma afirmativa ante la pregunta planteada en este ítem, mientras que el 50% restante dijo que no cree que el tiempo de respuesta a las solicitudes de crédito ante los organismo gubernamentales es menor que los organismos privados. En esta oportunidad, se puede observar que las respuestas están divididas en un 50%, se infiere que la causa de esta situación es el desconocimiento de los trámites que se deben realizar en estas instituciones, lo que reafirma los datos obtenidos en los ítems anteriores referidos al conocimiento de los organismos crediticios, tanto públicos como privados y al manejo de los mismos.

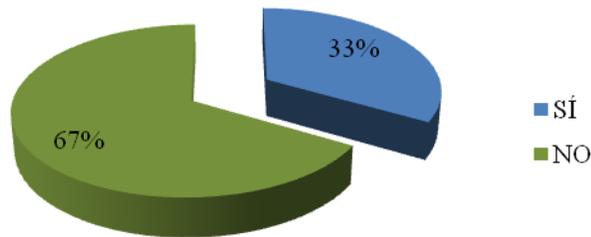
Ítem 6. ¿Conoce usted, los requisitos para acceder a uno de estos programas crediticios?

Cuadro 9
Requisitos para los programas crediticios

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	20	33
NO	40	67
TOTAL	60	100

Fuente: Datos tomados del cuestionario (2011)

Gráfico 6
Requisitos de los programas crediticios



Fuente: Datos tomados del Cuadro 9.

De acuerdo con las respuestas obtenidas a la pregunta planteada en este ítem, el 67% de los encuestados restantes dijo que no conocen los requisitos para obtener un crédito, a través de los organismos públicos o privados destinados para tal fin. Sólo el 33% de los encuestados expresó que sí. Una vez más se mantiene la tendencia de que la mayoría de los encuestados dice desconocer sobre los aspectos relacionados a los programas crediticios.

Ítem 7. ¿Conoce las entidades bancarias del Estado que conceden créditos a las Pymes?

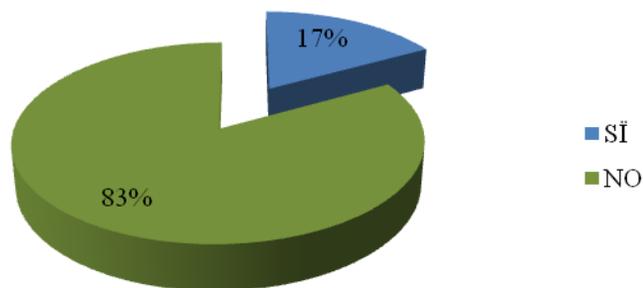
Cuadro 10

Conocimiento de las entidades bancarias del Estado

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	10	17
NO	50	83
TOTAL	60	100

Fuente: Datos tomados del cuestionario (2011)

Gráfico 7
Conocimiento de las entidades bancarias del Estado



Fuente: Datos tomados del Cuadro 10.

Una vez más se observa que un alto porcentaje de los dueños de Pymes encuestados (83%), contestó que no tiene el conocimiento de cuáles son las entidades bancarias estatales que conceden créditos para este tipo de empresas. El 17% restante expresó que sí posee conocimiento. Se infiere a partir de ello que este factor incide en el bajo porcentaje de dueños de Pymes que poseen financiamiento en la población de Magdalena. También que ese 83% que respondió No, necesite orientación al respecto.

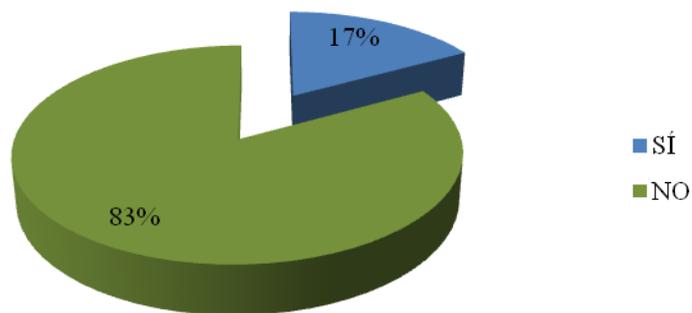
Ítem 8. ¿Conoce usted, los montos financiados por el Estado?

Cuadro 11
Montos financiados por el estado

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	10	17
NO	50	83
TOTAL	60	100

Fuente: Datos tomados del cuestionario aplicado (2011)

Gráfico 8
Montos financiados por el estado



Fuente: Datos tomados del Cuadro 11.

De acuerdo con las respuestas de los encuestados, el 83% dijo que no conoce los montos financiados por el estado y apenas un 17% expresa que conoce los montos financiados por éste para los créditos que se otorgan a las Pymes, de lo que se infiere que muy pocos empresarios Magdalenenses se han interesado por investigar al respecto. Indudablemente que este hecho representa una desventaja para los que no poseen conocimiento (83%), puesto que de llegar a necesitar algún tipo de financiamiento, tendrán que investigar desde cero, invirtiendo tiempo y recursos adicionales por preocuparse al último momento.

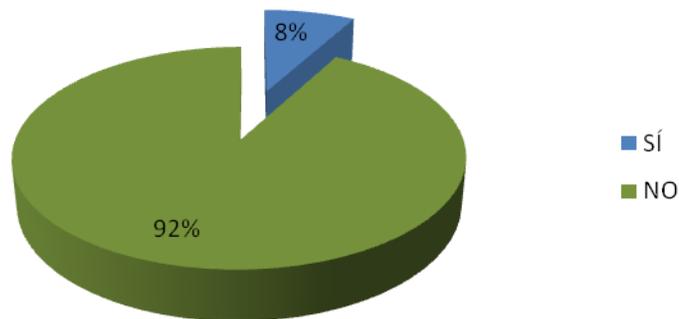
Ítem 9. ¿Conoce usted, los montos que ofrecen las distintas entidades de financiamiento?

Cuadro 12
Conocimiento de los montos que ofrecen las diferentes entidades de financiamiento

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	5	8
NO	55	92
TOTAL	60	100

Fuente: Datos tomados del cuestionario (2011)

Gráfico 9
Conocimiento de los montos que ofrecen las diferentes entidades de financiamiento



Fuente: Datos tomados del Cuadro 12.

Del 100% de los encuestados, el 92% respondió no conocer los montos de financiamiento que ofrecen las distintas entidades del ramo para las Pymes. El restante 8% expresó que sí los conoce. Este resultado muestra una vez más que la mayoría de los empresarios dueños de PYMES en Magdalena desconocen los beneficios que en materia de financiamiento, ofrecen las entidades del ramo.

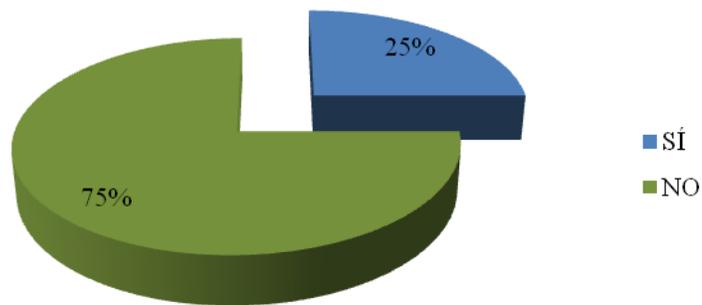
Ítem 10. ¿Cree usted, que el tiempo que se da para el pago del crédito es conveniente y ajustado a las necesidades del negocio?

Cuadro 13
Tiempo de cancelación de pagos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	15	25
NO	45	75
TOTAL	60	100

Fuente: Datos tomados del cuestionario (2011)

Gráfico 10
Tiempo de cancelación de pagos



Fuente: Datos tomados del Cuadro 13.

El 75% de los consultados expresó que el tiempo que se da para pagar los créditos no es conveniente y ajustado a las necesidades del negocio. Sólo el 25% dijo que sí. De acuerdo con los datos obtenidos en los ítems anteriores, es lógico que el 75% de los encuestados haya respondido que el tiempo que se da para el pago del crédito no es conveniente, puesto que durante la investigación, de manera sostenida han mostrado su desconocimiento con respecto al tema de financiamiento para sus empresas.

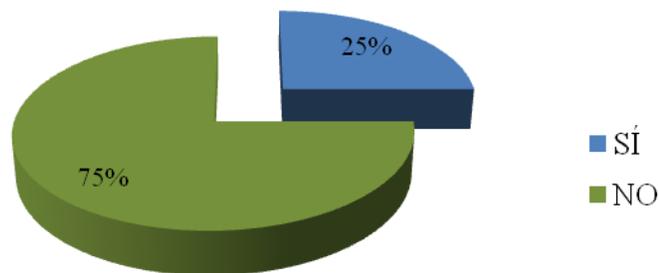
Ítem 11. ¿Las tasas de interés de los créditos ofrecidos por el Estado, se rigen por las tasas de los principales Bancos Privados?

Cuadro 14
Tasas de interés de los créditos ofrecidos por el Estado

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	15	25
NO	45	75
TOTAL	60	100

Fuente: Datos tomados del cuestionario (2011)

Gráfico 11
Tasas de interés de los créditos ofrecidos por el Estado



Fuente: Datos tomados del Cuadro 14

En esta oportunidad, el 75% de los dueños de negocios encuestados, respondieron que las tasas de interés de los créditos ofrecidos por el Estado, no se rigen por las tasas de los principales Bancos Privados. Sin embargo, el 25% restante expresó que sí es así. Este contraste con relación al incremento del porcentaje de respuestas en forma afirmativa con relación a los ítems anteriores, hace pensar que estos empresarios no distinguen entre las tasas de interés que manejan la banca pública y la privada.

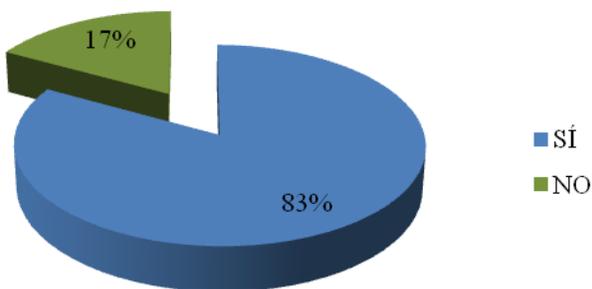
Ítem 12. ¿Considera usted que su empresa necesita algún tipo de financiamiento para ampliar sus operaciones y alcanzar sus objetivos?

Cuadro 15
Necesidades de Financiamiento

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	50	83
NO	10	17
TOTAL	60	100

Fuente: Datos tomados del cuestionario (2011)

Gráfico 12
Necesidades de financiamiento



Fuente: Datos tomados del Cuadro 15.

En este ítem el 83% considera que sí necesitan algún tipo de financiamiento, el 17% restante manifestó que no. En el caso de ese 83% se presume que puedan utilizarlos para ampliar sus exhibiciones y sus actividades operativas, bien sea en sus maquinarias o herramientas necesarias para la producción del producto o bien para realizar inversiones que les permitan alcanzar sus objetivos económicos rentables.

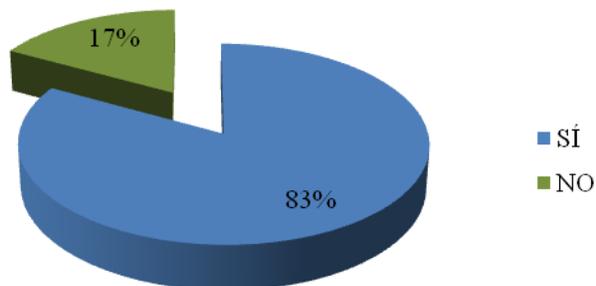
Ítem 13. En caso de solicitar un financiamiento, ¿Considera usted, que la empresa puede cumplir con las cuotas de pago que le plantee el sector privado?

Cuadro 16
Cumplimiento de cuotas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	50	83
NO	10	17
TOTAL	60	100

Fuente: Datos tomados del cuestionario (2011)

Gráfico 13
Cumplimiento de cuotas



Fuente: Datos tomados del Cuadro 16.

El 83% de los encuestados considera que sí pueden asumir y cumplir con las cuotas a pagar ante las instituciones del sector privado en cuanto a financiamiento se refiere, dado que las actividades de comercio les permiten cumplir el compromiso de pago, mientras que el 17% estima que no puede hacerlo. Estos datos hacen presumir que la mayoría de los encuestados, han evaluado la posibilidad de solicitar algún tipo de crédito.

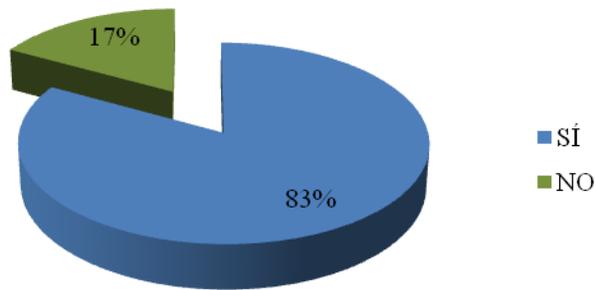
Ítem 14. ¿Sabía usted que el financiamiento presenta dos (2) modalidades: a corto plazo y a largo plazo?

Cuadro 17
Financiamiento en dos modalidades

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	50	83
NO	10	17
TOTAL	6	100

Fuente: Datos tomados del cuestionario (2011)

Gráfico 14
Financiamiento en dos modalidades



Fuente: Datos tomados del Cuadro 17

El 83% de los encuestados respondieron que sí conocen de la existencia de las dos modalidades de financiamiento, el 17% restante manifestó que no. Según estos resultados, se infiere que tal información ha sido obtenida a través de los medios de comunicación que ofrece tanto el sector privado como el sector público o mediante los talleres del CODET.

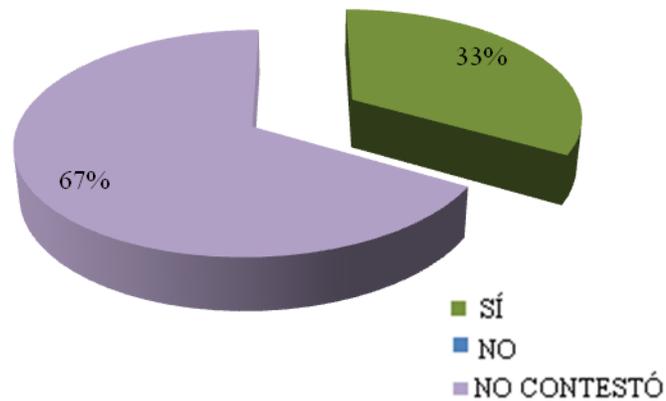
Ítem 15. ¿Considera usted que un financiamiento a corto plazo es más beneficioso para el desarrollo de sus operaciones que un financiamiento a largo plazo?

Cuadro 18
Beneficio del financiamiento a corto plazo

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	20	33
NO	0	0
NO CONTESTÓ	40	67
TOTAL	60	100

Fuente: Datos tomados del cuestionario (2011)

Gráfico 15
Beneficio del financiamiento a corto plazo



Fuente: Datos tomados del Cuadro 18.

Debido a que el 67% de los encuestados no respondió a este ítem, el grupo investigador infiere que no tienen conocimientos de qué tipo de financiamiento resulte más beneficioso para su empresa. Sin embargo, el 33% respondió que el financiamiento a corto plazo es más conveniente para ellos, debido a que el monto de los intereses a pagar es menor.

Objetivo 3.

Variable: Oportunidades para mejorar la rentabilidad económica de las Pymes

Dimensión: Articulación administrativa- contable

Parte B

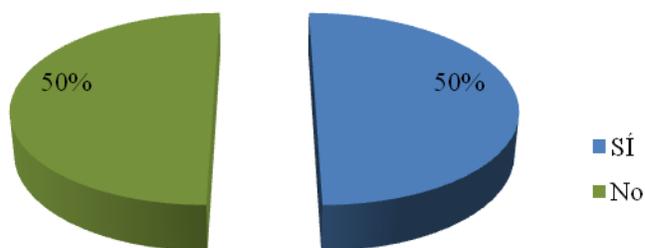
Ítem 16. ¿Están las Pymes trabajando al 100% de su capacidad instalada?

Cuadro 19
100% de capacidad instalada

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	30	50
NO	30	50
TOTAL	60	100

Fuente: Datos tomados del cuestionario (2011)

Gráfico 16
100% de capacidad instalada



Fuente: Datos tomados del Cuadro 19.

En este ítem, el 50% afirma estar trabajando al 100% de su capacidad instalada, mientras el otro 50% expresó que no lo está haciendo. En el primer caso, esto se debe a que existen Pymes que han renovado o actualizado sus maquinarias y herramientas. Por otra parte también se debe a que han creado diseños de muebles que gustan a los clientes y esto ha incrementado el nivel de demanda de sus productos. En el segundo caso, según lo comentado por los propietarios, las empresas están trabajando como siempre lo han hecho y no han innovado en sus diseños, sino que se adaptan a las tendencias, ni han actualizado su modo de producción.

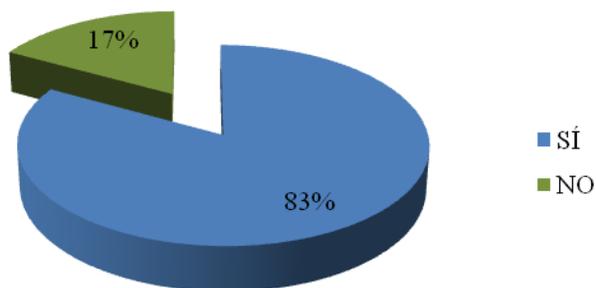
Ítem 17. ¿Tiene contemplado aumentar su capacidad de trabajo?

Cuadro 20
Aumento de su capacidad de trabajo

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	50	83
NO	10	17
TOTAL	60	100

Fuente: Datos tomados del cuestionario (2011)

Gráfico 17
Aumento de su capacidad de trabajo



Fuente: Datos tomados del Cuadro 20.

Según los resultados obtenidos, el 83% de los encuestados sí tiene contemplado aumentar su capacidad de trabajo. Con respecto al 17% restante, dijo que no lo tiene contemplado. Se infiere que este aumento en la capacidad de trabajo contemplado por el 83%, sea para lograr mayor competitividad y eficiencia, para ofrecer productos de mejor calidad al cliente (mejorando sus herramientas de trabajo) y poder producir más en menos tiempo. De ser así, estos empresarios tendrían un mayor nivel de competitividad en un mercado saturado de carpinterías y exhibiciones de muebles, que en muchas ocasiones, lo que hacen es copiar los modelos de otras fábricas y compiten en precio más no en calidad.

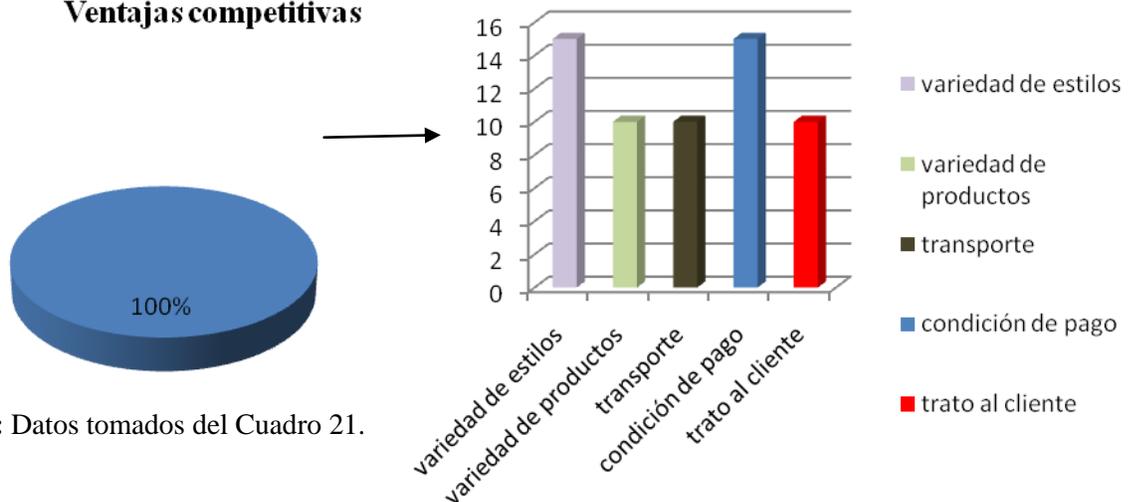
Ítem 18. ¿Considera usted que su negocio ofrece ventajas competitivas? ¿Por qué?

Cuadro 21
Ventajas competitivas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	60	100
NO	0	0
TOTAL	60	100

Fuente: Datos tomados del cuestionario (2011)

Gráfico 18
Ventajas competitivas



Fuente: Datos tomados del Cuadro 21.

El total (100%) de los encuestados respondió afirmativamente a este Ítem, consideran que poseen ventajas competitivas. En este sentido, 15 de los dueños de empresas expresaron que su ventaja se encuentra en la variedad de estilos ofrecidos en sus productos (muebles rústicos, country, de estilo), otros 10 alegaron que su ventaja consiste en la variedad de productos (camas, mesas, gaveteros, percheros, juegos de comedor, repisas). Por su parte, 10 dueños de carpinterías manifestaron que el servicio de transporte representa una ventaja para ellos, reafirmando lo indagado en el Ítem número 23. Otro factor común, mencionado por 15 de los dueños de Pymes del sector es que ofrecen mejores condiciones de pago que el resto, cuotas para pagar, además de aceptar tarjetas de débito y crédito. El trato con los clientes fue resaltado como ventaja competitiva por 10 de los encuestados, ya que no sólo les atienden dentro de la exhibición sino que también los llevan a las instalaciones de la fábrica, complacen pedidos y diseños propuestos por los mismos.

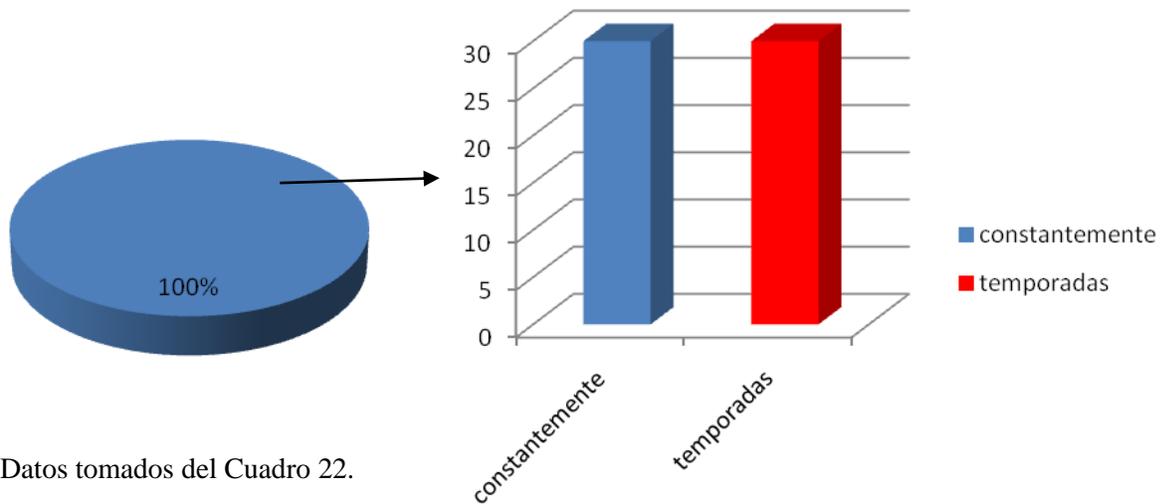
Ítem 19. ¿Considera usted que su negocio maneja políticas de precios competitivos: promociones y ofertas?

Cuadro 22
Promociones y ofertas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	60	100
NO	0	0
TOTAL	60	100

Fuente: Datos tomados del cuestionario (2011)

Gráfico 19
Promociones y ofertas



Fuente: Datos tomados del Cuadro 22.

Las promociones y ofertas son manejadas como políticas de precios que hacen competitivo un negocio. Los establecimientos encuestados coinciden todos en poseer promociones y ofertas, 30 de ellos expresaron que sólo las aplican en temporada de vacaciones correspondientes a los meses de agosto y diciembre, el resto afirma que las ofrece constantemente.

Ítem 20. ¿Considera usted, que su negocio maneja una política de atención al cliente, que incluye el servicio de transporte?

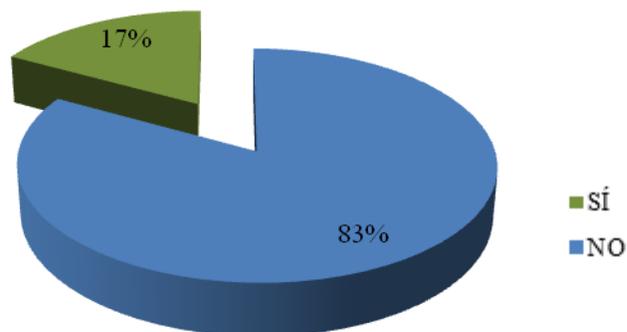
Cuadro 23

Servicio de Transporte

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	10	17
NO	50	83
TOTAL	60	100

Fuente: Datos tomados del cuestionario (2011)

Gráfico 20
Servicio de Transporte



Fuente: Datos tomados del Cuadro 23.

Según los resultados, el 83% no incluye este tipo de servicio porque tienen un convenio exclusivo con La Asociación Cooperativa de Transporte Magdaleno (ASOTRANSMAG), que transporta la mercancía a cualquier parte de Venezuela. El 17% de los encuestados dice que sí ofrecen en su negocio como política de atención al cliente, el servicio de transporte, puesto que Magdaleno se encuentra alejado de las otras ciudades y este servicio constituye una ventaja para el cliente en el momento de hacer la compra del mueble.

En ambos casos, este servicio es una enorme ventaja para los clientes, debido a que les facilita el traslado para los compradores.

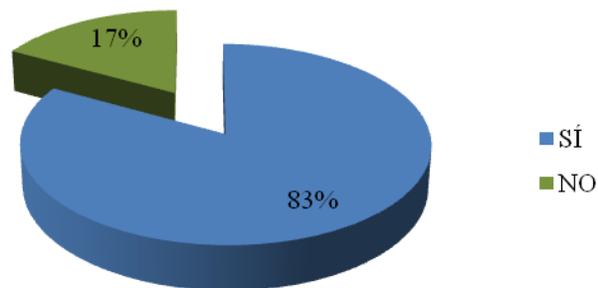
Ítem 21. ¿Este servicio de transporte le trae ventajas competitivas?

Cuadro 24
Servicio de transporte como ventaja

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	50	83
NO	10	17
TOTAL	60	100

Fuente: Datos tomados del cuestionario (2011)

Gráfico 21
Servicio de transporte como ventaja



Fuente: Datos tomados del Cuadro 24.

El 83% de los encuestados dice que sí, el servicio de transporte constituye una ventaja competitiva para los dueños de los negocios porque ofrecen la oportunidad a los clientes de adquirir el servicio a menor costo. El 17% de los encuestados manifestó que no. En este caso en particular, si los compradores traen el transporte desde sus lugares de origen, incrementaría el costo de los muebles comprados, debido a que tendrían que pagar el servicio ida y vuelta y si se suma a los costos de los muebles, la cantidad a invertir sería mayor.

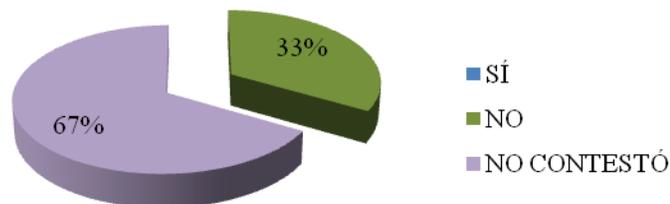
Ítem 22. ¿Este servicio de transporte le trae aumento en sus costos?

Cuadro 25
Aumento de los costos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	0	0
NO	20	33
NO CONTESTÓ	40	67
TOTAL	60	100

Fuente: Datos tomados del cuestionario (2011)

Gráfico 22
Aumento de los costos



Fuente: Datos tomados del Cuadro 25.

Con relación a este ítem, el 67% de los dueños de Pymes consultados no respondieron a la pregunta. Por su parte, el 33% de los encuestados dijeron que no. Esta respuesta se debe a que el servicio de transporte no corre por cuenta de la empresa y los compradores deben pagarlo por separado. La ventaja que esto ofrece al dueño de Pymes es que le permite mantener invariable el precio de venta de los muebles y lógicamente vender a menor precio que algunos de sus competidores.

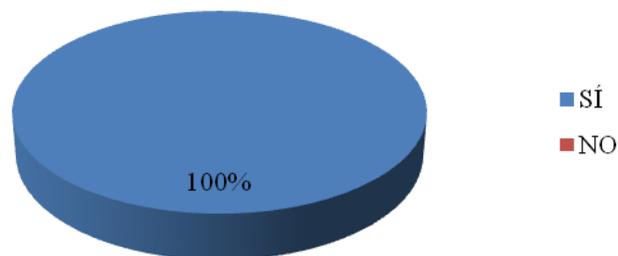
Ítem 23. ¿La calidad de sus productos mantiene a sus clientes satisfechos?

Cuadro 26
Cientes satisfechos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	60	100
NO	0	0
TOTAL	60	100

Fuente: Datos tomados del cuestionario (2011)

Gráfico 23
Cientes satisfechos



Fuente: Datos tomados del Cuadro 26.

El 100% afirma que la calidad del producto que ofrecen, mantiene satisfechos a sus clientes al punto que muchos regresan a comprar nuevos enseres y/o artesanías. También se refleja este hecho en la cantidad de nuevos clientes quienes llegan al negocio recomendados por otros. Sin embargo, a pesar de lo expresado por los encuestados, las investigadoras pudieron conocer gracias a la Oficina de Protección al Artesano (Comunicación personal, 14 de Agosto de 2011) que muchos clientes se quejan por la calidad del acabado de los muebles.

Objetivo 4

Variable: Efecto del financiamiento.

Dimensión: Impacto Financiero.

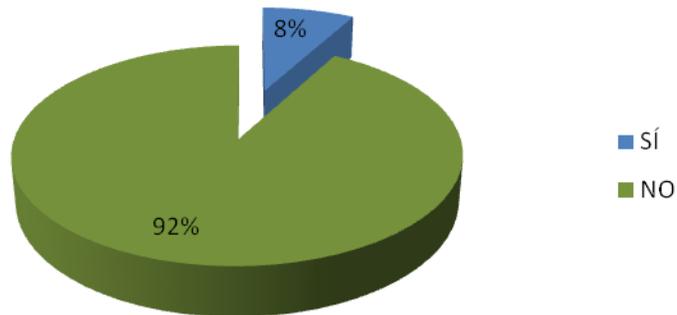
Ítem 24. ¿Utiliza una página WEB, como recurso de mercadeo?

Cuadro 27
Página WEB

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	05	8
NO	55	92
TOTAL	60	100

Fuente: Datos tomados del cuestionario (2011)

Gráfico 24
Página WEB



Fuente: Datos tomados del Cuadro 27.

El 92% de los dueños de los negocios encuestados, no utilizan una página Web como estrategia de mercadeo. Como se puede observar, sólo el 8 % de los encuestados, disfruta de estos beneficios. En consideración de las investigadoras, las páginas Web ofrecen muchas ventajas a quienes las utilizan, debido a que su información llega con mayor facilidad a cualquier parte del mundo, con más rapidez y menor esfuerzo durante 24 horas los 365 días del año.

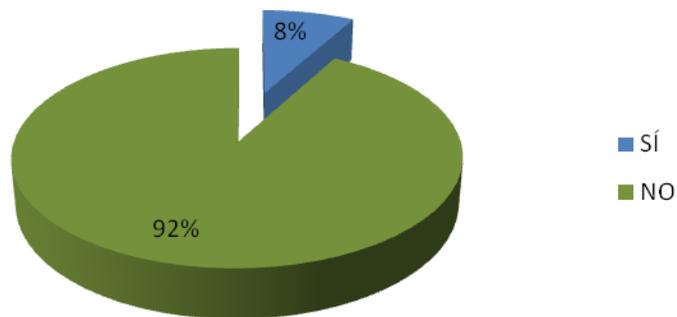
Ítem 25. ¿Implementa actividades de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?

Cuadro 28
Actividades de RSE

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	05	8
NO	55	92
TOTAL	60	100

Fuente: Datos tomados del cuestionario (2011)

Gráfico 25
Actividades de RSE



Fuente: Datos tomados del Cuadro 28.

Los datos obtenidos señalan que el 92% de los dueños de los negocios encuestados no implementan actividades de responsabilidad social empresarial (RSE), mientras que el 8% dijo que sí. En tal sentido, es necesario recordar que la RSE está contemplada en las leyes nacionales e internacionales y versa sobre el respeto de los derechos humanos, el cuidado del ambiente y la inversión en el capital humano, tanto dentro como fuera de la empresa.

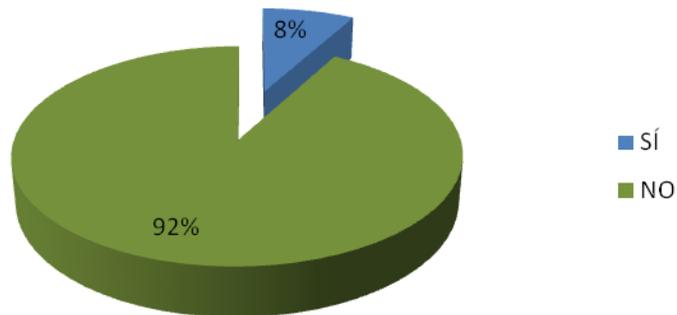
Ítem 26. ¿Cumple con actividades para la gestión ambiental?

Cuadro 29
Gestión Ambiental

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	05	8
NO	55	92
TOTAL	60	100

Fuente: Datos tomados del cuestionario (2011)

Gráfico 26
Gestión Ambiental



Fuente: Datos tomados del Cuadro 29.

Lógicamente, tal como lo indican el ítem anterior y mostrando la consistencia de las respuestas de los encuestados, el 92% de los dueños de los negocios, no implementan las actividades de gestión ambiental, el 8% restante manifestó que sí lo hace. Con relación a ese 92%, mediante su actividad de carpintería contamina el ambiente con los desechos de las maderas y los solventes que se utilizan para el tratamiento las mismas, lo que de manera directa puede causar enfermedades en los habitantes de la zona.

Ítem 27. ¿Cumple con la legislación venezolana en cuanto a las responsabilidades con sus trabajadores?

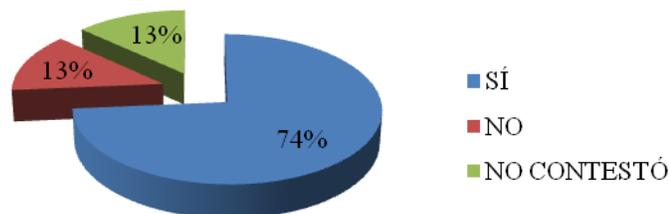
Cuadro 30

Cumplimiento con la legislación venezolana

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	44	74
NO	8	13
NO CONTESTÓ	8	13
TOTAL	60	100

Fuente: Datos tomados del cuestionario (2011)

Gráfico 27
Cumplimiento con la legislación venezolana



Fuente: Datos tomados del Cuadro 30.

En cuanto al cumplimiento con la legislación venezolana, se tiene que el 74% de los dueños de Pymes consultados si la cumple. Un 13% respondió que no lo hace y el otro 13% restante no respondió. Al respecto, cabe señalar que toda empresa debe cumplir con la legislación venezolana, partiendo del respeto por la dignidad humana, mediante las diferentes leyes laborales, especialmente le Ley Orgánica del Trabajo y la Ley Orgánica de Prevención Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo (LOPCYMAT).

ANÁLISIS

De acuerdo con los resultados obtenidos, se encontró que un gran porcentaje de las Pymes artesanales de Magdalena, opera sin financiamiento de organismos públicos y/o privados y que en todo caso los recursos económicos necesarios para su funcionamiento son aportados por el dueño o los socios de estas empresas. De igual forma, se pudo conocer que algunos organismos tanto públicos como privados de la zona tienen programas de financiamiento para este tipo de actividad económica, tal es el caso del Banco Occidental de Descuento (BOD) y la Alcaldía del Municipio Zamora.

Las investigadoras pudieron constatar que la mayoría de los encuestados expresó desconocer la existencia de este tipo de organismos crediticios y de los trámites y requisitos para acceder a un financiamiento de este tipo. De igual forma, algunas de estas personas indicaron que en caso de obtener un crédito, estarían en plena capacidad para pagar las cuotas según lo establezca el ente crediticio.

Sin embargo, existe un porcentaje menor de dueños de PYMES, que expresaron conocer los tipos de créditos, organismos que lo otorgan y las ventajas de poseer financiamiento para sus empresas y cinco (5) de los empresarios encuestados hasta han recibido financiamiento del sector privado, específicamente del Banco Occidental de Descuento (BOD), única entidad bancaria que hay en el pueblo y del Banco Mercantil.

Otro aspecto relevante encontrado, es que algunos de los consultados a pesar de no tener créditos y haber expresado no saber sobre los trámites que se deben hacer para obtenerlo, afirmaron que las tasas de interés se presentan igual tanto para la banca privada como la pública. La relevancia estriba en que para poder afirmar algo

así, se debe tener algún tipo de información al respecto, bien sea por referencias de terceros o por efectos de la publicidad comercial.

Asimismo, se encontró que algunos dueños de carpinterías de la zona que sí conocen sobre la existencia de las instituciones públicas y privadas que ofrecen financiamiento para este tipo de Pymes y que además saben como tramitarlos, no lo han hecho por temor a endeudarse. De ello se puede presumir que como empresarios no son capaces de asumir riesgos y de ser cierta esta presunción, el destino económico de sus empresas podría estar en peligro.

Finalmente es necesario acotar, que ante este panorama encontrado en las Pymes Artesanales de Magdaleno, su situación de financiamiento no es la más adecuada y que es necesario que los dueños de estas Pymes quienes conozcan sobre las instituciones y los trámites para acceder a un crédito, tomen la decisión de asumir los riesgos necesarios para mejorar su rentabilidad a pesar de su poca o inexistente experiencia crediticia. En cuanto a quienes no manejan ningún tipo de información al respecto, sería muy provechoso para ellos que reciban la orientación necesaria.

Esta situación repercute en la rentabilidad de las Pymes, pues al no tener disposición de recurrir a algún financiamiento, las posibilidades de inversión disminuyen y por lo tanto afecta al desarrollo y rentabilidad de la empresa puesto que se debe trabajar con recursos propios y estos dependerán de la liquidez que tenga el empresario y sus socios (de tener socios), como estas empresas son de corte artesanal y familiar se infiere que no tienen grupo de accionistas y por lo tanto la erogación del dinero de inversión sea del tipo que sea, es del dueño de la pequeña empresa.

De ahí que la rentabilidad, analizándolo de manera general y cualitativa para este tipo de empresa no siempre es la suficiente, por ende muchos negocios de este tipo tienden a desaparecer con el tiempo, para sostenerse necesitan una férrea disciplina de

control de gastos y de inversiones, aumento de las ventas, ofertas y ventajas competitivas sobre otras, en caso contrario tienen como consecuencia el deterioro económico y baja rentabilidad.

INSTRUMENTO III

Objetivo 1. Hoja de Registro de Observación Aplicado a los dueños.

ASPECTO A OBSERVAR	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS RELEVANTES
1. Número de negocios dedicados a la carpintería	100	Esta es la actividad comercial que predomina en la población de Magdalena y está referida a la fabricación y venta de muebles rústicos, cuya distribución se hace al mayor y detal, según las necesidades del cliente.
2. Número de negocios dedicados a la artesanía.	200	La diferencia entre esta actividad y las carpinterías, es el tipo de piezas que fabrican en sus talleres. Mientras en las carpinterías se dedican a la fabricación de muebles grandes (camas, mesas, sillas y muebles), los artesanos venden piezas pequeñas con fines decorativos. Este trabajo se realiza estrictamente en talleres o en las aceras de las calles.
3. Número de negocios dedicados a la comida.	10	Realmente son muy pocos los negocios de este tipo que se pueden considerar como tal, porque a nivel de locales sólo hay los señalados en el recuadro de la izquierda, mientras que

		los puestos ambulantes pasan de 500. Los que están establecidos en locales sirven almuerzos y expenden bebidas para todos los gustos. Los ambulantes expenden jojotos, sancochos, chucherías, sándwiches que transportan en cavas de anime y carritos improvisados.
4. Número de parcelas dedicadas a la agricultura.	60	Están ubicadas en el parcelamiento campesino “Arenales”. Estas parcelas están concentradas en manos de productores privados. Los rubros que allí se producen son: caraotas, maíz, tomate, ají, pimentón, pepinos, auyamas y berenjena.
5. Otros tipos de negocios.	40	La mayoría están ubicados en el sector centro de Magdaleno, en ellos se expenden bebidas alcohólicas, tiendas de ropa, bisutería, quincallas, supermercados, ferreterías, talleres mecánicos y farmacias.
6. Vendedores informales	1000	Realmente es muy complicado hablar sobre un número exacto de vendedores informales que

hacen vida en las calles de Magdaleno, debido a que muchos artesanos entran en esta categoría y se han organizado a lo largo de todas las calles de esta población. Según su organización, existen 10 bulevares que agrupa a 1000 vendedores con estas características, sin contar a quienes venden otro tipo de mercancías y que no tienen un puesto fijo. Los datos estadísticos aquí aportados, fueron recogidos a través de la observación directa utilizando para ello el presente formato para el registro de información.

Fuente: Observación realizada. Coronado, Peña y Valdespino (2011)

Análisis

Durante las visitas realizadas a la población de Magdalena en busca de información para la presente investigación, se pudo constatar que aunque la actividad comercial de la zona es diversa, lo que predomina, la actividad principal es la venta de muebles fabricados con madera de samán y/o pino, hierro forjado y artesanías en general (piezas utilitarias y decorativas). En este sentido, se debe señalar que lo que antes era la zona residencial en el centro de la población, desapareció y le dio paso a las casas comerciales que hoy se erigen y que representan el crecimiento económico de esta comunidad. Es preciso resaltar que además del comercio del mueble y la artesanía, existen otros sectores de comercio que comparten la zona comercial de Magdalena. Entre estos sectores se puede mencionar a las ferreterías, a los supermercados, tiendas varias, farmacias y ventas de comida.

También se pudo observar, que el flujo de visitantes es numeroso y constante los fines de semana y la actividad comercial es intensa y la misma se desarrolla tanto en locales comerciales destinados para tal fin o libremente en las aceras de las calles de la zona central de la población. Con relación a este aspecto, se conoció que existen algunas calles organizadas en forma de boulevard que albergan a un millar de trabajadores informales de la artesanía quienes expenden una gran variedad de productos a los visitantes, mientras que un sin número de otros comerciantes deambulan calle arriba y calle abajo.

Otro aspecto observado, es el bajo número de lugares donde se expende comida de una manera cómoda (restaurantes), resultando una actividad económica complementaria en la población, en el presente registro sólo se reseñan diez 10 de estos sitios que se pueden considerar dentro de esta categoría. En cuanto a otro tipo de comercios encontrados en la zona, resaltan las licorerías y las ferreterías. Curiosamente, lo que menos hay en la comunidad son farmacias.

Según Flores (1997), antes de ser un pueblo artesanal, Magdaleno basaba su economía en las actividades agropecuarias, mismas que se desarrollaban en el asentamiento campesino “los Arenales”. Actualmente, quedan operativas sesenta (60) de estas “parcelas agrícolas” que antiguamente sumaban ciento veinte (120) y donde los rubros que se cosechaban se repartían en principio entre los familiares de los “parceleros” lo que se podría denominar como una economía primaria.

De manera que, al referirse a las actividades económicas que se desarrollan en Magdaleno se debe decir que son variadas, pero la más conocida y difundida es la artesanal, de allí que las investigadoras la hallan tomado como base para desarrollar la presente investigación.

Esta hoja de registro muestra el entorno de las Pymes de Magdaleno, donde se reafirma a través de la observación que la actividad económica predominante es la fabricación y exhibición de muebles y que las otras actividades no tienen tanta importancia en la localidad. Este instrumento aplicado tiene como importancia que apoya la investigación corroborando en forma presencial los aspectos descritos.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

De acuerdo a los objetivos formulados y el análisis de los resultados obtenidos, el grupo investigador concluye:

En Magdaleno, Municipio Zamora, estado Aragua, las actividades económicas prioritarias que se llevan a cabo de la Pymes es de la fabricación, exhibición y venta de muebles (carpinterías), actividad que de acuerdo con Flores (1997), se viene realizando desde 1962. Sin embargo su verdadero auge comenzó hace una década. La calidad de los trabajos y los excelentes precios que ofertan en las diferentes negocios de la zona, han hecho que a esta población que se le conozca como “La Ciudad Artesanal del estado Aragua.”

En este mismo orden de ideas, ésta actividad que comenzó siendo artesanal, debido a que el trabajo se realizaba de manera rudimentaria y sin la ayuda de los recursos tecnológicos, tal como lo hacen en la actualidad ha crecido de manera vertiginosa, al punto que como se menciona en el párrafo anterior, se convirtió en la primera fuente de ingresos económicos para los habitantes de la localidad.

Según Coronado (2010), al principio los talleres de carpintería y las exhibiciones para la venta de los productos terminados, estaban ubicados en las mismas casas de familia, pero esto ha venido cambiando y en la actualidad todo el casco central de la población, se ha convertido en una zona comercial, con predominio de exhibiciones de muebles y otros productos que aquí se fabrican.

De igual forma, mediante la aplicación de la encuesta como técnica, se pudo determinar que del 100% de los dueños de negocios encuestados (60 en total), sólo el 8% (5 de 60) y el 17% (10 de 60) han recibido algún tipo de financiamiento por parte de organismos privados y públicos respectivamente. También se pudo constatar que el resto de los encuestados, trabajan con sus Pymes bajo su propio financiamiento. Asimismo, es sorprendente que un alto porcentaje de los dueños de negocios expresaron desconocer los tipos de financiamiento que algunas instituciones u organismos públicos y/o privados ofrecen a las Pymes, así como los trámites y requisitos para la adquisición del mismo.

Como en algunos casos es un negocio netamente familiar, donde los jefes y los empleados son miembros del mismo núcleo familiar, no tienen registro de comercio,. Por otro lado, sólo el 33% de las Pymes cumple con la legislación laboral venezolana mientras que el restante no. No poseen, ni aplican actividades de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), tampoco tienen una gestión ambiental en sus Pymes.

En el caso de la pequeña empresa resulta abstracto hablar de valores, misiones y objetivos estratégicos, pues ellos no proporciona mayores indicaciones sobre lo que se debe producir y en qué cantidades o sobre cuáles son las tareas que se deben llevar a cabo para soportar la estrategia competitiva de la empresa; en fin no proporciona herramientas para saber cuáles son las prioridades, cuáles son los criterios de competitividad de los mercados en los que se opera, o se desea operar, y como inciden estos criterios en el sistema de producción de la empresa.

El municipio y el estado a estos dueños de las Pymes, les gestionan para que puedan obtener la madera y MDF a un precio accesible para ellos, ofreciéndoles ciertas ventajas de pago, pero siempre con el compromiso de pago. También existe

una Asociación de Artesanos en el pueblo de Magdalena, pero de igual forma su ayuda es reducida para un pequeño de grupos de Pymes.

En cuanto a la rentabilidad Navarro (2005), expresa que el objetivo de toda empresa no es simplemente vender más, sino que se venda la cantidad que represente mayores beneficios para ésta, dada su estructura y organización. En este sentido, para las Pymes de Magdalena cada vez se hace más complicado incrementar el margen comercial, por la complejidad del mercado en el cual se mueven y la existencia de una gran competencia representada por todos los artesanos, carpinteros y exhibiciones que hacen vida comercial en la población, con fuertes políticas de ofertas, premios y publicidad. Por consiguiente, optar por una alternativa externa de financiamiento resulta una buena opción para mejorar la rentabilidad de la empresa.

Empíricamente, la rentabilidad constituye una condición necesaria, aunque no suficiente, para el éxito del proceso de crecimiento de las Pymes, pues aquélla que no consiga una rentabilidad como mínimo similar a la de sus competidores, no podrá atraer los fondos necesarios para financiar su expansión, dado que los inversores destinarán sus recursos a alternativas más prometedoras, mientras que las instituciones financieras podrían imponer limitaciones al crédito y tipos de interés más elevados que les compensen por los mayores riesgos asumidos.

Por otro lado, una empresa con rentabilidad insuficiente no podrá financiar su crecimiento con los fondos generados internamente que, como se ha mostrado en los resultados de los instrumentos, constituye una de las alternativas de financiación preferidas para resolver la expansión por parte de los dueños de las Pymes en Magdalena.

La elección de la rentabilidad económica frente a otros tipos de rentabilidad fue motivada por su mayor amplitud al comprender los factores representativos de la

dimensión económica y financiera de la empresa, dependiendo, por tanto, no sólo de la eficiencia en la utilización de los activos de la empresa, sino de la capacidad para conseguir las fuentes de financiación más apropiadas.

En cuanto a las oportunidades que tienen las Pymes para mejorar la rentabilidad económica, está la del financiamiento, en este aspecto es importante que los dueños de estas Pymes puedan demostrar al sector privado su capacidad y responsabilidad de pago ante un crédito, el uso racional y transparente de ese dinero en la inversión para el desarrollo del negocio de fábrica y exhibición de muebles, buscar ayuda en las instituciones públicas del Estado para ese tema, tomando en consideración que la ayuda también puede ser técnica. Las investigadoras del presente Trabajo piensan que sí hay oportunidades para la Pymes porque presentan una serie de características que pueden ser tomadas como fortalezas de estas organizaciones.

Las prioridades de estas Pequeñas y medianas empresas son las del trabajo artesanal maderero, pues ya tienen amplia trayectoria en el, clientes fieles que viajan solo para comprar cualquier mueble o mobiliario característico de esta zona.

Entre otros aspectos relevantes de las Pymes de Magdalena, se tiene en primer lugar: la clientela en forma evidente, basta con ir un fin de semana hasta el pueblo para observar la cantidad de personas que visitan la zona buscando el mueble de su preferencia, lo que implica que tiene ya un mercado cautivo, personas que van buscando un determinado producto que ellos poseen, en segundo lugar la variedad en modelos de muebles que algunas veces los hacen exclusivos, en tercer término la disponibilidad inmediata para la venta de lo que se exhibe y finalmente está el trato preferencial que se les da a los llamados turistas, quienes son los principales compradores de estas mercancías.

Al preguntar sobre calidad del producto, cada uno de los dueños de carpinterías afirmó que la calidad de sus productos mantiene satisfechos a sus clientes, acotando que desarrollan fidelidad hacia la empresa, volviendo cada cierto tiempo por algún mueble de su gusto. En este sentido, es necesario acotar que las Pymes de este sector en Magdalena carecen de sistemas de información que les permitan establecer indicadores de calidad postventas y de satisfacción del cliente, de manera que la respuesta obtenida claramente corresponde a una apreciación subjetiva de cada encuestado.

En el aspecto de la competencia, si bien es cierto que hay mucha, cada quién busca ofrecer ventajas competitivas a los clientes, puede ser el transporte incluido en el pago; más diseños y motivos; diferentes tipos de muebles; mejores formas de pagos; en conclusión aunque teóricamente puedan conocer muy poco del tema de ventajas competitivas, al preguntarles cuáles eran sus ventajas ellos mismos asomaron las opciones de calidad del producto, variedad, diseño, atención al cliente y transporte. De manera que se aprecia que tienen claro cuáles son los aspectos que los diferencian de los competidores y que los ubican en la delantera respecto a ellos.

La materia prima que es el Samán, en cierta época del año escasea y por lo tanto sube de valor, esto implica un incremento en el costo de los muebles que se produzcan con ese material, que luego al volver a su valor normal, influye en los costos de producción que no son recuperados por los fabricantes.

En cuanto al tipo de financiamiento, la mayoría de los encuestados al preguntarles si estaban en capacidad de pagar un crédito, respondieron afirmativamente. De acuerdo con esta apreciación, se puede inferir que el motivo de no buscar algún tipo de financiamiento radica en el hecho de “no querer endeudarse ni deberle medio a nadie”, tal como ellos lo señalaron de manera verbal durante la visita que se le hizo en sus negocios. Partiendo de esta aseveración, es fácil entender por qué la mayoría

de ellos no se han interesado por tramitar algún tipo de financiamiento y prefieren desentenderse de este tema.

Para llevar la contabilidad de sus pequeñas empresas, contratan a personas tercerizadas que realicen ese trabajo por ellos, y así llevar al día todo lo referente a pagos tributarios tanto municipales como estatales.

Otro aspecto es la capacitación, para este tipo de negocio deben tener al personal que trabaje la madera, quien atienda la parte de la exhibición y como se mencionó en el aparte anterior, quien lleve el control contable del negocio. De allí la necesidad de capacitación para cada aspecto de este. Dado que muchas son empresas familiares, éstas transmiten sus conocimientos artesanales y de fábrica de muebles de generación en generación, técnicas de tallado y cortado de la madera son muchas veces temas que una persona especializada no trabaja de la misma forma, y hay conocimientos que esas personas con capacitación tienen que pueden complementar los conocimientos tradicionales de las familias.

En cuanto a la inseguridad, como problema que se vive a nivel nacional, los pequeños y medianos empresarios del sector artesanal no escapan de esta realidad y por lo tanto son víctimas del hampa. Al aplicar el primer instrumento de recolección de información señalaron la inseguridad como el principal factor u obstáculo que incide sobre su productividad e impiden el crecimiento de las mismas, incluso por encima de la formación técnica especializada y del financiamiento económico. De manera que, el desarrollo de la empresa implicando mayores ingresos y mayor rentabilidad representa un riesgo más alto para los dueños de carpinterías y exhibiciones en cuanto a su seguridad y de sus familiares.

Las actividades de Responsabilidad Social Empresarial y de Gestión ambiental no se ven cumplidas a cabalidad por las pequeñas y medianas empresas del sector

artesanal y maderero del pueblo de Magdalena, son actividades que al desarrollarlas, incluso a una pequeña escala les beneficiarían dándoles más oportunidades de obtener una respuesta positiva al momento de solicitar un crédito tanto de entes públicos como privados. De forma inversa, al obtener un financiamiento se puede contar con los recursos para implementar esas actividades, lo cual ayudaría a las empresas a tener mayor credibilidad, mayor compromiso y mejor reputación incrementando sus niveles de calidad en productos y atención al trabajador y a los clientes, aumentando los niveles de ingresos, lo cual influye directamente en la rentabilidad.

Recomendaciones

A los entes Estadales:

Ofrecer ayuda tanto de financiamientos, como de capacitación a los pequeños empresarios de las Pymes para lograr el pleno desarrollo de una actividad que trae beneficios económicos a toda una población.

Estos financiamientos, hacerlos llegar a un grupo más grande de empresas de manera que puedan beneficiarse un volumen más grande de personas y así poder invertir en maquinarias que les son necesarias para la elaboración de los muebles. Esa también puede ser una alternativa estatal, ofrecer a mejores precios y por debajo del valor en el mercado las maquinarias necesarias para estos pequeños empresarios, ofreciéndolos con facilidades de pago, accesibilidad al crédito y garantía de dichas maquinarias.

Mejorar los servicios del Municipio y en especial de Magdalena, de manera de ofrecerle al visitante de otras partes, calles asfaltadas, servicios de baños públicos, de comida y demás atractivos de manera que quién visite, quiera volver a esta población.

A través de los Consejos Comunales, crear verdaderas redes de ayuda a los pequeños empresarios, en la formación de gerentes a menor escala, que estén comprometidos con las actividades de RSE y la Gestión Ambiental.

A los dueños o pequeños empresarios de las Pymes

Mejorar las condiciones laborales de quienes trabajan con ellos de manera que se identifiquen con la actividad que se está realizando. Cumplir con la Ley Orgánica de Prevención Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo, garantizando un ambiente de trabajo seguro para los operarios de maquinarias. Si no cuenta con los recursos necesarios, los entes del Estado ofrecen ayuda en este sentido. Es más rentable para una empresa mantener seguras las condiciones de trabajo a tener que pagar multas por su incumplimiento o aún peor, acarrear los gastos que conlleva un accidente laboral que en el peor de los casos pueda tratarse de la muerte de un trabajador.

Hacer semanas de ofertas que estén fuera de las épocas ya conocidas, realizar exposiciones, ferias del mueble, donde se ofrezca al público mejores precios de los muebles. La creación de las páginas WEB, para las diferentes Pymes que se encuentran en Magdalena, de manera de poder comercializar sus productos en otras zonas del país.

A la Universidad, crear centros de apoyo de formación para los pequeños empresarios que tengan una pymes, de manera que puedan llevar su contabilidad, sus registros y controles; realizar jornadas informativas de los procesos contables, RSE, Gestión Ambiental, diseño de indicadores y llevarlos a la comunidad.

A los estudiantes, una vez conocida la realidad de las Pymes en cuanto a sus problemas de financiamiento, se recomienda realizar talleres de capacitación y

orientación dirigidos a los empresarios, sobre las modalidades de financiamiento a los que ellos pueden acceder. Esta sería una excelente oportunidad para desarrollar los proyectos comunitarios.

REFERENCIAS

- Acosta, N; Paz, C y Ruíz, A. (2007). **Problemática existente dentro de las Pequeñas y Medianas Empresas “Pymes” en Venezuela, para ingresar al Comercio Internacional, en la Universidad de Carabobo, Campus Bárbula** para optar al título de Lic. en Administración Comercial y Contaduría Pública.
- Aldana, A; Castillo, A y Madriz, M. (2007). **Análisis del Conocimiento y manejo de la duración Financiera como herramienta de Control de Riesgo de interés por parte de las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) De la Zona Industrial San Pablo de Turmero, estado Aragua,** en la Universidad de Carabobo, Campus La Morita, para optar al título de Lic. en Administración Comercial y Contaduría Pública.
- Arias, F. (2007). **Introducción a la Metodología de la Investigación.** México. Editorial Trillas
- Balestrini, M. (2005). **Como se elabora el proyecto de investigación.** BL consultores Asociados Servicio Editorial, Caracas. 5ta edición.
- Bisquerra, R. (2004). **Metodología de la investigación educativa.** Madrid. Editorial la Muralla
- Botello, O. (1995). **Historia del Estado Aragua. Biblioteca de Autores y Temas Aragüenos.** Gobernación del Estado Aragua.
- Carvajal, M. (2010). **Cuidar a los clientes desde la PYME y lo autónomo.** <http://www.tecnologiapyme.com/productividad/cuidar-a-los-clientes-desde-la-pyme-y-los-autonomo>. (Consultado el 20 de junio de 2011).
- Castellanos, Z; Cortez, M y Sánchez, A. (2006). **Estrategias Gerenciales y de Gestión en una Economía en red como alternativa para la competitividad de las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) en el estado Carabobo,** en la Universidad de Carabobo, Campus Bárbula para optar al título de Lic. en Administración Comercial y Contaduría Pública.
- Centro de Extensión, Desarrollo Ejecutivo y Consultoría Organizacional CENDECO. (2008). **Plan de Acción para el Desarrollo Competitivo de las Pequeñas y Medianas Empresas.** Universidad Metropolitana de Venezuela.

Código de Comercio. Gaceta Oficial N° 475 Extraordinaria del 21 de diciembre de 1955.

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela 2009. Gaceta Oficial N° 5908 extraordinario. Caracas, Febrero de 2009.

Coronado, J. (2010). **Crónicas y anécdotas de Magdaleno. Blacaman Editores. Maracay estado Aragua.**

Durán, M. (2007). **Cultura y Desarrollo Autosustentable de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) Caso de Estudio: PYMES del Sector Maderas y Muebles Ubicadas en Magdaleno Municipio Zamora del estado Aragua;** en la Universidad de Carabobo, área de Post-grado; en la Maestría en Administración de Empresas; Mención Gerencia.

Federación de Colegios de Contadores Públicos de Venezuela. Comité Permanente de Principios de Contabilidad. (2007). **Definición de Pequeñas y Medianas Entidades.** Boletín de Adopción VEN-NIF N° 1 (BA VEN-NIF 1)

Flores, A. (1997). **Escritos.** Guías sobre la realidad de Magdaleno.

Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela. **Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley para la promoción y desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria y unidades de propiedad social.** Decreto No. 6.215. Caracas 15 de Julio de 2008.

Guía Económica Turística y Cultural del Estado Aragua. (2003). Servicios Publi-World. Magdaleno. Estado Aragua.

Hernández, R; Fernández, C; Baptista, P. (2003). **Metodología de la Investigación.** McGrawHill. México. 3era. Edición.

Hernández, R; Fernández, C; Baptista, P. (2008). **Metodología de la Investigación.** McGrawHill. México. 5ta Edición.

Hernández, W. (2007). **Propuesta de alternativas de Financiamiento para capital de trabajo por parte de Organismos Gubernamentales del estado Aragua que contribuyan a crear y desarrollar la Pequeña y Mediana Empresa (Pyme) del sector alimento ubicadas en la Zona Industrial de San Vicente en el Municipio Girardot,** en la Universidad de Carabobo, área de Post-grado; en la Maestría en Administración de Empresas; Mención Finanzas.

- Lefcovich, M. (2004). **Las pequeñas empresas y la causa de sus fracasos.** Disponible en online. www.gestiopolis.com/pymjes/_sus_fracasos. (Consultado el 25 de mayo de 2011).
- Méndez, C. (2001). **Metodología, Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación.** 3era edición. Bogotá, D. C., Colombia: Editorial MC Graw Hill.
- Mora, C. (2010). **Pymes y mercados emergentes de Venezuela.** Disponible online www.gestiopolis.com/.../pymes-mercados-emergentes.htm. (Consultado el 25 de mayo de 2011)
- Munch, L. (1993). **Métodos y Técnicas de Investigación.** Edit. Trillas, México.
- Navarro, J. (2005) Enciclopedia Práctica de la Pequeña y Mediana Empresa. Barcelona, España. Editorial Oceano.
- Noguera, F. **Movimientos en las Microfinanzas y en el Apoyo al Crecimiento de Pymes.** Nextbillion. [En Línea]. Disponible en: <http://espanol.nextbillion.net/blog/-movimientos-en-las-microfinanzas-y-en-el-apoyo-al-crecimiento> (Consultado el 12 de Agosto del 2011)
- Palella, S; y Martins, F. (2006). **Metodología de la Investigación Cuantitativa.** Fedupel. Caracas.
- Rodríguez, F. (2009). **Las Pymes deben consentir a sus clientes.** <http://www.cnnexpansion.com/emprendedores/2009/03/06/las-pymes-deben-consentir-a-sus-clientes>. (Consultado el 20 de junio de 2011).
- Rosales, R. (2006). **Estrategias gerenciales para la pequeña y mediana empresa.** Ediciones IESA. Caracas.
- Salazar, M. (2011). **CIGAC**, Volumen 8. Edición 1. Año 2011.
- Sierra, R. (2005). **Técnicas de Investigación Social.** Editorial Paraninfo. Madrid. 5ta Edición.
- Tamayo y Tamayo, M. (2009). **El proceso de la Investigación.** 5ta Ed. Editorial Limusa. México.
- Torres, G. (2004). **Un Sueño para Venezuela.** Venezuela. Editorial Liderazgo y Visión, A.C.

United Parcel Service.(2010).**UPS BUSINESS MONITORLATIN AMERICA IV. Noviembre 2010** [En Línea]Disponible en: [http://www.pressroom.ups.com/pressroom/staticfiles/pdf/fact_sheets/UPS_BM LA_IV_Nov_2010_ESP.pdf](http://www.pressroom.ups.com/pressroom/staticfiles/pdf/fact_sheets/UPS_BM_LA_IV_Nov_2010_ESP.pdf) (Consultado el 10 de marzo de 2011).

Universidad Pedagógica Libertador, Vicerrectorado de Investigación y Postgrado. (2008). **Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales**. FEDEUPEL. Caracas. 4ta edición.

Zapata, C. (2003). **La competitividad Pyme, mirar más allá de las fronteras**. Disponible online. www.pyme.com. (Consultado el 25 de mayo de 2011).

