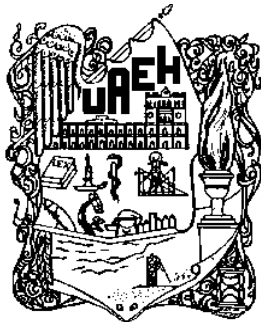


UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

ESCUELA SUPERIOR DE TLAHUELILPAN



**“ALTERNATIVAS DE FINANCIAMIENTO PARA PYMES, EN EL SECTOR
COMERCIAL EN LA ZONA DE TEZONTEPEC DE ALDAMA, HIDALGO”**

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTAN:

GANTE SALINAS LULÚ LESLI

MARTÍNEZ ROJO NORMA ISABEL

MOTA PÉREZ JORGE LUIS

ASESOR:

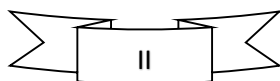
M.C.E. JOSÉ LUIS ALVARADO RESÉNDIZ

Tlahuelilpan, Hgo.

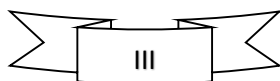
Enero 2018

Contenido

Índice de Figuras	IV
Índice de Gráficos	V
Resumen	VII
Abstrac	VIII
Introducción	1
CAPÍTULO I. CONSTRUCCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO.....	3
Planteamiento del Problema	3
Importancia de la Investigación.....	4
Justificación	4
Objetivos de Investigación.....	5
Objetivo general	5
Objetivos específicos	5
Preguntas de Investigación.....	6
Hipótesis	7
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	8
Antecedentes	8
Empresa	8
Pequeña y Mediana Empresa (Pymes)	11
Características de las Pymes	11
Clasificación de las Pymes	12
Instituciones Financieras	14
Financiamiento	15
Características de Financiamiento.....	16
Tipos de Financiamiento.....	18
Rentabilidad.....	20
Teoría de la Rentabilidad	22
Tipos de Rentabilidad.....	23
Capacitación	24
Teoría de la Capacitación.....	25
Conocimientos	26
Tipos de conocimientos.....	26
Gestión del conocimiento.....	27



Toma de decisiones.....	28
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	29
Tipo de Investigación	29
Diseño de Investigación.....	30
Población, Muestra y Tamaño de muestra	31
Técnicas de Recolección de la Información	31
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS	33
CAPÍTULO V. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN	47
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	56



Índice de Figuras

Figura 1. Criterios de clasificación de las empresas.....	9
Figura 2. Elementos esenciales que rigen una empresa.....	10
Figura 3. Criterio de clasificación de las Pymes.....	13
Figura 4: Clasificación de las Pymes.....	13
Figura 5. Principales características de financiamiento.....	16
Figura 6. Financiamiento.....	17
Figura 7: objetivos y ventajas de la muestra	66

Índice de Gráficos

Grafico 1.- ¿De quién ha obtenido información para poder obtener un financiamiento?.....	33
Grafico 2.- ¿Qué requisitos considera usted necesarios para adquirir un financiamiento?.....	34
Grafico 3.- ¿Qué tipo de financiamiento conoce o utiliza cuando tiene necesidades de recursos monetarios?.....	35
Grafico 4.- ¿A qué tipo de problemas se ha enfrentado frecuente mente para poder adquirir un financiamiento?.....	36
Grafico 5.-En qué áreas de tu organización consideras necesaria obtener capacitación para un mejor rendimiento.....	37
Grafico 6.- ¿En dónde te gustaría que te capacitaran para poder obtener un financiamiento?.....	38
Grafico 7.- ¿Cómo considera que la tasa de interés es buena?.....	39
Grafico 8.- ¿De acuerdo a su conocimiento cuál sería la tasa interés anual considerable que las instituciones financieras deberían cobrar en un préstamo?.....	40
Grafico 9.- ¿Cuáles son los motivos por los que usted no utilizaría un financiamiento?.....	41
Grafico 10.- ¿De acuerdo a las necesidades de su empresa cual sería el destino del préstamo adquirido?.....	42
Grafico 11.- ¿Cuál de las siguientes características considera usted para tomar una decisión?	43
Grafico 12.- ¿Cuándo usted tiene que tomar una decisión de tipo financiero a quien recurriría?.....	44
Grafico 13.- ¿Qué plazo es el que necesita para poder pagar el crédito?.....	45

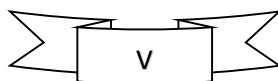


Grafico 14.- ¿Con respecto al financiamiento obtenido, que tipo de mejora espera obtener?.....	46
--	----

Resumen

Dada la magnitud que tiene las pequeñas y medianas empresas (Pymes) para el desarrollo de la economía, son organismos que por sus característica obtienen un determinado tamaño de producción, teniendo un número pequeño de empleados, desconociendo las fuentes que utilizan para su desarrollo, el acceso financiamiento se ha señalado como uno de los factores críticos para su crecimiento, para una empresa que cuenta con asesoría esto no sería un problema sin embargo para un Pymes si lo es, motivo que genera como objetivo de la investigación analizar los factores de financiamiento de las Pymes del sector comercial del Municipio de Tezontepec de Aldama Hidalgo, como base financiera para la toma de decisiones, determinándose una investigación de tipo mixta, con un enfoque exploratorio-descriptivo. Obteniendo como resultados que las Pymes en base a su intuición consideran que las tasas de interés deberían ser menor, y si fuese mayor este sería un motivo por el que no optarían por un crédito, así mismo expusieron necesitar por parte de las instituciones, plazos a liquidar lo más pronto que se pueda para no genera incrementos, por otro lado existen negocios que no han adquirido un crédito por falta de conocimiento de las diferentes instituciones que están a su alcance. Ante esta situación se recomendó promover actividades que permitan mejorar la toma de decisiones.

Palabras claves: Financiamiento, Rentabilidad, Capacitación, Conocimiento, toma de decisiones

Abstrac

Due the magnitude of small and medium-sized enterprises (SMEs) for the development of the economy, they are organisms that because of their characteristics produce a certain size of production, having a small number of employees and ignoring the sources they use for their development. Access to financing has been identified as one of the critical factors for its growth, this would not be a problem for a company that has advice, however for a SMEs yes it is, a reason which generates as a research objective to analyze the financing factors of the SMEs of the commercial section in the Municipality of Tezontepec of Aldama Hidalgo, as financial base for the decision making, it is determined a mixed type research, with an exploratory-descriptive approach. getting as a result that the SMEs based on their intuition, consider the interest rates should be lower, in case it would be higher, this would be a reason why they would not opt for a loan, as well as they also stated they need the institutions, time limits to liquidate as soon as possible and on that way avoid generation, on the other hand there are businesses which have not acquired a credit for knowledge lack about what are the different institutions within their reach. Due this situation, it was recommended to promote activities in order to improve decision-making.

Key words: Financing, Profitability, Training, Knowledge, decision making

Introducción

Actualmente en el mundo empresarial las Pymes constituyen una pieza esencial en el desarrollo económico, en la generación de empleos, y en la adaptación a cambios, sin embargo, su realidad financiera lejos está de ser la ideal, dado a que son empresas sujetas a movimientos del mercado, diversos son los obstáculos a los que se enfrentan día a día para mantenerse y uno de ellos es el acceso al financiamiento.

Las fuentes de financiamiento fungen un papel importante para las Pymes, permitiendo convertirlas en empresa altamente productivas, como sabemos hoy en día en base a revistas, periódicos, etc.

La investigación presenta el análisis de los factores de financiamiento de las Pymes del sector comercial en el Municipio de Tezontepec de Aldama, Hidalgo, como base financiera para la toma de decisiones tomando como variables describir la rentabilidad, analizar los conocimientos e identificar la capacitación como un factor de financiamiento para las Pymes.

En la búsqueda de comprender las alternativas de financiamiento para las Pymes, la investigación se desarrolló en cuatro capítulos, denominados: construcción del objeto de estudio, marco referencial, metodología de la investigación y análisis de los resultados.

El Capítulo I. Refiere al planteamiento del problema, en él se puede apreciar la descripción de la realidad problemática del estudio de las alternativas de financiamiento para las Pymes del sector comercial en la zona de Tezontepec de Aldama Hidalgo para la toma de decisiones, así como los conocimientos, la capacitación y la rentabilidad de la misma, marcando el objetivo de estudio y justificación.

El Capítulo II. Establece los antecedentes teóricos del problema, señalando las tendencias de estudio, como aspectos fundamentales para el diseño metodológico, incluyendo la información actualizada del tema que se ha recopilado de diferentes autores así mismo de instituciones a las cuales se tiene acceso a su información.

El Capítulo III. Consiste en una descripción detallada de los procesos o fases de la investigación aplicando un método exploratorio descriptivo, así como los procedimientos y

herramientas estadísticas utilizadas para el análisis de la información. Además, explica el porqué de la muestra utilizada y el uso de instrumentos aplicados en la obtención de la información.

El Capítulo IV. Se presentan los resultados de la investigación en términos estadísticos, donde los gráficos permiten medir los resultados del trabajo, así como el análisis y la interpretación del impacto que tiene el problema abordado sobre las alternativas de financiamiento de las Pymes del sector comercial del Municipio de Tezontepec.

El Capítulo V. Incluye las propuestas de intervención como resultado del análisis del estudio de manera que pueda ayudar a las Pymes del sector comercial del Municipio de Tezontepec a la toma de decisión con respecto a las diferentes alternativas de financiamiento a las que pueden tener acceso.

La investigación realizada nos lleva a identificar la falta de conocimientos que el empresario de las Pymes tiene en cuanto las alternativas de financiamiento que pueden utilizar, es por ello que se considera necesario la capacitación a dichos empresarios para que puedan tomar decisiones asertivas y así mismo obtener mejores resultados en sus organizaciones.

CAPÍTULO I. CONSTRUCCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

Planteamiento del Problema

Las pequeñas y medianas empresas (Pymes) constituyen un sector comercial muy importante en el Estado de Hidalgo debido a su capacidad para generar empleos. Actualmente las empresas se clasifican por su tamaño en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas. En algunos Estados depende por su número de empleados o por el monto de sus capitales. A nivel nacional las Pymes representan más del 95% del total de las empresas, el 70% del empleo y el 60% del producto interno bruto. (Cardozo, Velasquez, & Rodriguez, 2012)

El financiamiento en las Pymes, es utilizado como estrategia para que dichas organizaciones sean rentables, es decir; que contraiga una deuda como ayuda para su crecimiento y desarrollo, pero principalmente para la supervivencia de las mismas, es por ello que la rentabilidad es una herramienta de análisis muy importante para que una empresa otorgue rendimientos adecuados.

En cuanto a los conocimientos y capacitación de la rentabilidad, es necesario promover un análisis de las pequeñas y medianas empresas ubicadas en el Municipio de Tezontepec de Aldama, Hidalgo, para garantizar una buena toma de decisiones que aseguren su permanencia.

Es claro que, mientras las empresas cuenten con más recursos financieros y mejor los maneje, su toma de decisiones será adecuada, y más factible para resistir un problema. Quienes deciden conformar su propia empresa en el Municipio de Tezontepec de Aldama, Hidalgo, parten generalmente de un capital propio o buscan una fuente externa con el objetivo de generar nuevos recursos, cubrir sus principales necesidades económicas, o bien, para expandirse en el mercado.

La falta de información en el proceso de toma de decisiones, y específicamente financiera genera que las decisiones no sean acertadas, frente a esta realidad problemática de las pequeñas y medianas empresas surge la siguiente interrogativa:

Frente a esta realidad problemática de las pequeñas y medianas empresas surge la siguiente interrogativa:

¿Qué factores de financiamiento de las Pymes del sector comercial establecidas en el Municipio de Tezontepec de Aldama Hidalgo, permiten la base financiera para la toma de decisiones?

Importancia de la Investigación

Justificación

Las Pymes agrupan diversas unidades productivas, puesto que han desarrollado ventajas competitivas y sólidas, se desempeñan de forma óptima apoyando al empresario para adaptarse a los cambios del mercado y emprender proyectos innovadores que resultaran fuente generadora de empleo, formando economías de escala, reactivando el capital y creando una temática de investigación de importancia, como un amplio sector comercial productivo.

Se analizó desde un punto de vista económico financiero, la influencia de financiamiento que las Pymes han utilizado para su crecimiento y desarrollo, o si cuenta con los conocimientos y capacitación de la rentabilidad necesaria que se ofrecen para su permanencia, consiguiendo así que la investigación sea útil para el fortalecimiento e incite a las organizaciones a seguir siendo emprendedoras. Del mismo modo que obtenga beneficios en el desarrollo económico y social del Municipio, operando en un sector más formal a fin de tomar acciones proactivas y que la información de este estudio sirva para contribuir en las Pymes y estas conozcan como buscar financiamiento y afianzarse para llevar acabo sus políticas de crecimiento.

La elección de este tema de investigación en particular, ha sido motivada porque en la actualidad las Pymes del Municipio de Tezontepec de Aldama Hidalgo han tenido que verse en la necesidad de enfrentar los constantes cambios que requiere el mercado competitivo.

Objetivos de Investigación

Objetivo general

- Analizar los factores de financiamiento de las Pymes del sector comercial en el Municipio de Tezontepec de Aldama, Hidalgo, como base financiera para la toma de decisiones.

Objetivos específicos

- Describir la rentabilidad como factor de financiamiento de las Pymes del sector comercial en el Municipio de Tezontepec de Aldama Hidalgo, como base financiera para la toma de decisiones.
- Analizar los conocimientos de financiamiento de las Pymes del sector comercial en el Municipio de Tezontepec de Aldama Hidalgo, como base financiera para la toma de decisiones.
- Identificar la capacitación como factor de financiamiento de las Pymes del sector comercial en el Municipio de Tezontepec de Aldama Hidalgo, como base financiera para la toma de decisiones.

Preguntas de Investigación

- 1.- ¿Cómo miden la rentabilidad las Pymes ubicadas en el Municipio de Tezontepec de Aldama Hidalgo como base financiera para la toma de decisiones?
- 2.- ¿Qué elementos consideran en la medición de la rentabilidad las Pymes ubicadas en el Municipio de Tezontepec de Aldama Hidalgo como base financiera para la toma de decisiones?
- 3.- ¿Qué relación tiene la rentabilidad con el financiamiento de las Pymes ubicadas en el Municipio de Tezontepec de Aldama, Hidalgo?
- 4.- ¿Qué conocimientos tienen las Pymes del sector comercial ubicadas en el Municipio de Tezontepec de Aldama Hidalgo acerca del financiamiento, como base para la toma de decisiones?
- 5.- ¿Qué tipo de conocimiento requieren las Pymes del sector comercial, en el Municipio de Tezontepec de Aldama Hidalgo, para el manejo de financiamiento en la toma de decisiones?
- 6.- ¿Dónde obtienen el conocimiento de financiamiento las Pymes del sector comercial en el Municipio de Tezontepec de Aldama Hidalgo para la toma de decisiones?
- 7.- ¿De qué manera se lleva a cabo la capacitación para las Pymes del Municipio de Tezontepec de Aldama Hidalgo?

8.- ¿Qué temas de capacitación en financiamiento requieren las Pymes del sector comercial en el Municipio de Tezontepec de Aldama Hidalgo, como base financiera para la toma de decisiones?

9.- ¿Qué estrategias de capacitación financiera toman las Pymes del sector comercial en el Municipio de Tezontepec de Aldama Hidalgo, como base financiera para la toma de decisiones?

Hipótesis

- La Rentabilidad es un factor de financiamiento para facilitar la toma de decisiones de las Pymes en el sector comercial del Municipio de Tezontepec de Aldama Hidalgo.
- Los conocimientos de las alternativas de financiamiento para las Pymes en el sector comercial del Municipio de Tezontepec de Aldama Hidalgo, influyen favorablemente en su desarrollo.

La capacitación es un factor de financiamiento de las Pymes en el sector comercial del Municipio de Tezontepec de Aldama Hidalgo, como base financiera para la toma de decisiones.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

Antecedentes

Mantener el posicionamiento de las empresas, en el mercado, implica la búsqueda permanente del mecanismo que posibilite la creación y uso eficiente de los recursos. Desde esta perspectiva, las empresas orientan sus esfuerzos para mantenerse posicionadas y ver las oportunidades de crecimiento que pueden generarse.

Resulta interesante darse cuenta que, el término Pyme ha sido mencionado en todos los ámbitos y medios de comunicación, y en México no es la excepción. “Las Pymes representan el 60% del producto interno bruto (PIB)”. (Cardozo, Velasquez, & Rodriguez, 2012)

Cabe mencionar que debido a que no se conocen Alternativas de Financiamiento para Pymes, se estima que, en el Estado de Hidalgo, casi el 95% de los negocios que abren cierran al año siguiente, por lo cual en un mercado competitivo como el actual, sostener y acrecentar la valoración de las empresas demanda una mejora constante de servicios o productos para adecuarlo a los requerimientos de una posición cada vez más exigente por lo que lleva a plantearse retos y arriesgar recursos para lograrlo (Chicoma., 2014)

En la búsqueda de alternativas de financiamiento para las Pymes en el sector comercial del Municipio de Tezontepec de Aldama Hidalgo es necesario de herramientas que generen o sirvan de impulso a facilitar la toma de decisiones. El financiamiento puede ser variado, pueden ir desde actividades adicionales a la propia que realice la empresa como créditos bancarios, programas de entes públicos, emisiones de acciones e inversiones entre otros. (Ortega. A. , 2008)

Empresa

La empresa nació para atender las necesidades de la sociedad, y está relacionada con el esfuerzo y el riesgo. Por un lado, crearla significa un gran trabajo y dedicación y por otro representa el riesgo al ponerla en marcha.

“La empresa es un organismo social integrado por elementos humanos, técnicos, materiales e inmateriales, cuyo objetivo natural es ofrecer bienes y servicios para obtener utilidad”

(Ortega. A. , 2008). Toda empresa debe determinar con precisión su alcance, así como definir los medios para conseguirlos, tales como políticas, sistemas y procedimientos. La fijación de objetivos es una labor compleja porque es el punto de partida para realizar una adecuada planeación, se considera que los objetivos que debe perseguir una empresa son:

- Supervivencia y crecimiento
- Obtención de utilidades
- Imagen de prestigio aceptación social
- Satisfacción de necesidades colectivas

Por otra parte, la empresa constituye una unidad de explotación industrial comercial o de servicios bajo la dirección del propietario de la misma. El objetivo principal de una empresa es la optimización de los recursos (humanos, materiales, financieros, técnicos) de que disponga para obtener el máximo rendimiento.

De manera breve se muestra en la imagen los seis criterios para clasificar a las empresas.

Figura. 1: Criterios de clasificación de las empresas

Criterios	Clasificación
1. De acuerdo con el objetivo que se persigue.	Empresas lucrativas Empresas no lucrativas
2. De acuerdo a si están listadas o no en la BMV.	Empresas publicas Empresas privadas
3. De acuerdo a la participación en la propiedad.	Empresas gubernamentales Empresas no gubernamentales
4. De acuerdo con el tipo de satisfactor que ofrece.	Empresas de servicios Empresas comerciales Empresas manufactureras
5. De acuerdo con el tipo de mercado que cubren.	Empresas nacionales Empresas internacionales

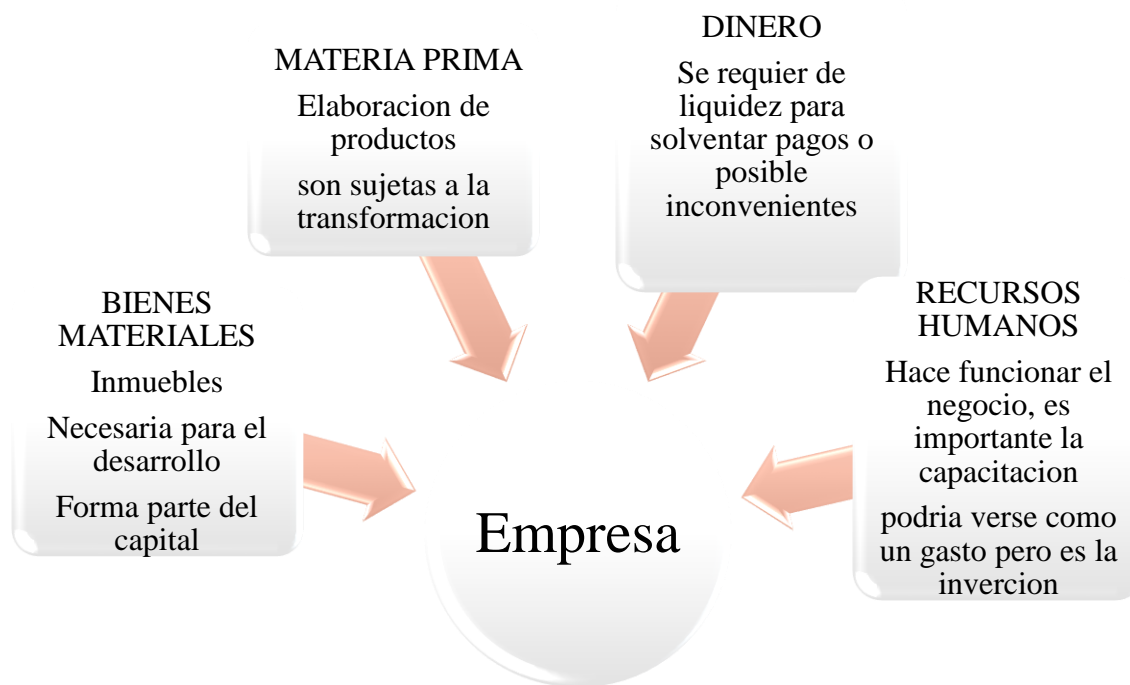
6. De acuerdo con su tamaño.	Microempresas Empresas pequeñas Empresas medianas Empresas grandes
------------------------------	---

Fuente: Bravo, M.L.; Lambretón, V.; Márquez, H. (2010) Introducción a las finanzas.

La empresa se puede definir como la unidad económico-social en la que el capital de trabajo y la dirección se coordinan para lograr una producción que corresponda a los requerimientos del medio humano en el que la propia empresa actúa.

Lo cierto es que toda empresa está conformada por algunos elementos que el empresario debe analizar, como los siguientes:

Figura. 2: Elementos esenciales que rigen una empresa.



Fuente: Anzola, S. (2010) Administración de Empresas.

Pequeña y Mediana Empresa (Pymes)

El inicio de una cultura emprendedora se caracteriza por la capacidad de ver oportunidades y aprovecharlas, permite dar paso a una alternativa correcta de negocio, con la finalidad de obtener bienes o prestar servicios que generen ingresos para poder solventar los gastos tanto personales como familiares, pero sobre todo para fortalecer el ámbito empresarial de un país.

Las Pymes son las empresas mercantiles, industriales o de un cierto número de trabajadores que registran ingresos moderados y se caracterizan principalmente por contar con un nivel de recursos y posibilidades mucho más reducidos que los de las grandes empresas, (Librado., 2014). Llamarse pequeña o mediana empresa puede dar la impresión de carecer de importancia, sin embargo, tal impacto sería del todo errónea, las normas de tamaño son básicamente arbitrarias y se adoptan para que sirvan en un propósito particular.

Las Pymes cumplen un papel fundamental en la economía de todos los países y México no es la excepción. Tienen particular importancia para la economía nacional, no sólo por sus aportaciones a la producción y distribución de bienes y servicios, sino también por su capacidad de cambiar rápidamente su estructura productiva. Éstas representan un gran medio para impulsar el desarrollo económico y una mejor distribución de la riqueza, cuentan con la más amplia estructura de giros productivos, comercializadores y de servicios, tienen la tendencia de realizar actividades autónomas que poseen relación con las empresas más grandes.

Características de las Pymes

La pequeña y mediana empresa comparten regularmente las mismas particularidades.

Según Librado (2014) algunas de las principales características que tienen las Pymes:

- ✓ El capital es proporcionado por una o dos personas por lo general de carácter familiar.
- ✓ Los propios dueños, dirigen y administran las empresas según su experiencia.

- ✓ Dominan y abastecen un mercado más amplio, aunque no necesariamente tiene que ser local o regional, ya que llegan a producir para el mercado nacional e incluso para el mercado internacional.
- ✓ Obtiene algunas ventajas fiscales por parte del Estado que las considera causantes menores dependiendo de sus ventas y utilidades.
- ✓ Su personal es pequeño o mediano con relación a las otras que operan en su mismo ramo.
- ✓ Personal poco calificado o profesional.
- ✓ Falta de conocimiento acerca del entorno o el mercado.
- ✓ Falta de innovación tecnológica; esto puede deberse a la escasez de recursos.
- ✓ Falta de políticas de capacitación, se considera un gasto, no una inversión el no poder darle divisa de las ventajas a largo plazo que pueda genera.
- ✓ Tienden a realizar sus productos de la misma forma, con la idea de que, si un método no funciona mal, se mantiene sin analiza si existen otros mejores

Clasificación de las Pymes

Existen diferencias en cuanto a la clasificación de las empresas dependiendo de las agencias clasificadoras a nivel mundial. Tiene que ver finalmente con características políticas y económicas de cada Nación. En México se clasifican de diversas maneras

Por su actividad o giro:

- **Comercial:** son aquellas intermediarias entre productor y consumidor, empresa que se dedican a la compra y venta, exportaciones e importación de bienes (mayoristas, minoristas, comisionistas).
- **Industriales:** aquellas cuya actividad principal es la producción de bienes mediante la transformación (extractivas, manufactureras).
- **Servicios:** se dedican al esfuerzo y capacidad del elemento humano, a la prestación de servicios necesarios para satisfacer al cliente.

Por su tamaño o magnitud pueden ser:

- **Micro** propietarios únicos no cuentan con una herramienta de organización como manuales, organigramas etc.
 - **Pequeñas** cuenta con varios propietarios, tiene influencia en un sector que opera, sin embargo no es suficiente para dominarlo.
 - **Mediana** cuenta con varios propietarios, está dirigida por un profesional, tiene funciones específicas y estructura formal.
 - **Grande** incluye a varios inversionistas, se encuentra en un mercado de valores específicos, es dirigida por varias personas algunas llegan a dominar el sector.
- (Librado., 2014)

El Diario Oficial de la Federación clasifica a las Pymes de la siguiente manera (figura 3)

Figura.3: Criterio de clasificación de las Pymes

Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores
Pequeñas	Comercio	Desde 11 hasta 30
	Industrias y Servicio	Desde 11 hasta 50
Medianas	Comercio	Desde 31 hasta 100
	Servicios	Desde 51 hasta 100
	Industrias	Desde 51 hasta 250

Fuente: elaboración propia con datos del Diario Oficial de la Federación

La página oficial del INEGI las clasifica de la siguiente manera (Figura 4):

Figura.4: Clasificación de las Pymes.

Tamaño	Industria	Comercio	Servicio
Micro	0 a 10	0 a 10	0 a 10
Pequeña	11-50	11-30	11-50
Mediana	51-250	31-100	51-100
Grande	251 y mas	101 y mas	101 y mas

Fuente: INEGI, Censos Económicos, 2004.

Instituciones Financieras

Son todas aquellas Instituciones que otorgan crédito de diversos tipos a diferentes plazos ya sean personas físicas o morales. En nuestro país existe un gran número de instituciones de financiamiento de tipo comunitario, público, privado e internacional. Estas instituciones se clasifican como: (Campillo, 2016).

- a) **Instituciones Financieras privadas:** bancos, sociedades financieras mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda, cooperativas de ahorro y crédito que realizan intermediación financiera con el público.
- b) **Instituciones Financieras públicas:** bancos del estado, cajas rurales de instituciones estables. Estas instituciones se rigen por sus propias leyes, pero están sometidas a la legislación financiera de cada país y al control de la superintendencia de bancos.
- c) **Entidades financieras:** este es el nombre que se les da a las organizaciones que mantiene líneas de crédito para proyectos de desarrollo y pequeños proyectos productivos a favor de las poblaciones pobres. Incluyen los organismos, los gobiernos y las OGN internacionales o nacionales.

Otras fuentes de obtención de financiamiento son:

- a) **Los ahorros personales:** para la mayoría de los negocios, la principal fuente de capital proviene de ahorros y otras formas de recursos personales, frecuentemente también se utilizan las tarjetas de crédito para financiar las necesidades de los negocios.
- b) **Los amigos y los parientes:** las fuentes privadas como los amigos y familiares son otra opción de conseguir dinero, este se presta sin intereses o a una tasa de interés baja, lo cual es muy benéfico para iniciar operaciones.

Las empresas de capital e inversión: estas empresas prestan ayuda a las compañías que se encuentran en expansión y en crecimiento a cambio de acciones o interés parcial en el negocio (Campillo, 2016)

Financiamiento

El financiamiento es una de las funciones principales que realizan las unidades económicas ya que toda entidad requiere de recursos humanos, materiales y financieros para cumplir sus objetivos. Ortega (2008), también es definido “Como el proceso que permite obtener recursos financieros”. Para ello las instituciones financieras que lo aportan deben analizar la obtención de fondos, el incremento de los costos por financiamiento, los efectos de este sobre la estructura financiera de la empresa, así como la utilización de los fondos en el proceso de inversión.

Por otra parte, el financiamiento tiene fundamentalmente como objetivos establecer los lineamientos de operación a través de la autorización del cliente para poder realizar transacciones financiadas, dar seguridad a los inversionistas otorgándoles la oportunidad de realizar sus actividades y permitiendo que los elementos interactúen dentro del ámbito bancario, obteniendo beneficios propios para incrementar los rendimientos.

Para Hernández, (2002) toda empresa ya sea pública o privada, para poder realizar sus actividades requiere de recursos financieros (dinero) para desarrollar sus funciones actuales o ampliarlas, así como para el inicio de nuevos proyectos que impliquen inversión llámese a ello financiamiento.

En términos generales el financiamiento es un préstamo concedido a un cliente a cambio de una promesa de pago para abastecer los recursos monetarios financieros, y llevar a cabo una actividad económica. Son generalmente suma de dinero que llega a manos de las empresas o bien a una gestión de gobierno y sirve para complementar los recursos propios. Dicha cantidad debe ser devuelta con un monto adicional (interés), que depende de lo que ambas partes hayan acordado. En una fecha facturada indicada en un contrato.

Características de Financiamiento

A continuación, se presenta una tabla con las principales maneras en que es situado el financiamiento.

Figura.5: Principales características de financiamiento

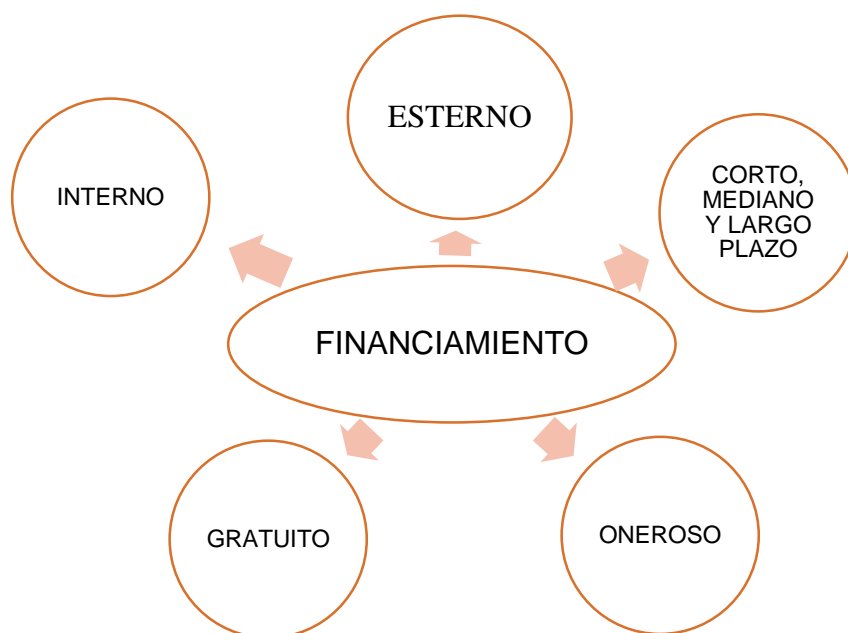
Tipo de moneda	<ul style="list-style-type: none">• Extranjera (divisa)• Nacional
Tasa de interes	<ul style="list-style-type: none">• Seran los que establecen en el esquema general de tasas de la institucion
Descuentos	<ul style="list-style-type: none">• Se podra descontar hasta el 100%de los creditos que los intermediarios finanieros otorgen en favor de cualquier estrato de la empresa
Plazos	<ul style="list-style-type: none">• Periodo de gracia , en funcion de la capacidad de pago de la empresa (amortizacion)
Formas de Pago	<ul style="list-style-type: none">• Se determinara en su contatracion pagos , iguales pagos variables de capital, pagos a valor presentado , pagos iguales que incluyen capital de interes

Fuente: Levy. H. (2005). Planeación financiera en la empresa Moderna.

El departamento de finanzas tiene una gran importancia debido a que a través de él se obtienen los recursos, se analizan la obtención de fondos, las posibilidades de inversión, así como las decisiones adecuadas, la planeación conforme a los objetivos financieros de la empresa y asesora las decisiones en el uso más rentable de los fondos.

Con base en diversos factores como el origen, plazo etc. el financiamiento se puede clasificar en:

Figura 6: Financiamiento



Fuente: Ortega. A. (2008). Introducción a las finanzas.

Una de las bases financieras es lograr a la obtención que la empresa tenga la solvencia necesaria para pagar sus deudas, así como el conseguir la forma más conveniente y en las mejores condiciones posibles. El financiamiento empresarial se refiere a la obtención de recursos para la realización de operaciones. No importa la fuente de esos capitales, el hecho de conseguir fondos nuevos o genéralos en forma adicional, proporcionan un funcionamiento.

Existen muchas maneras de poder conseguirlos, por ejemplo, Haime Levy (2005) menciona que “Es el mecanismo por el medio del cual una persona o una empresa obtienen recursos para un proyecto específico” puede adquirir bienes y servicios, pagar proveedores. Por medio del financiamiento las empresas buscan mantener una economía aparentemente constante, planear a futuro y/o expandirse.

Tipos de Financiamiento

Los tipos o formas de financiamiento son el conjunto de recursos económicos propios y ajenos de la empresa. Que se utilizan en determinado momento con el fin de realizar sus actividades y alcanzar sus objetivos, de donde proviene pueden ser internas o externas a la empresa entre las principales fuentes se destacan las siguientes:

Internas: son aquellas que provienen de los accionistas de la empresa, son las nuevas aportaciones que los accionistas dan a la organización. (Librado., 2014).

- ❖ Capital social común. Es aportado por inversionistas, pueden invertir en la administración de la empresa, existen dos formas de contribuir en este tipo de capital, por medio de aportaciones sea a inicio o posterior a su creación, o bien, por medio de a capitalización de las utilidades de operación retenidas que consiste en invertir o prestar un capital produciéndole interés durante el tiempo que dure la inversión.
- ❖ Capital social referente. Es el aportado por aquellos accionistas que no desean ser partícipes en la administración y decisiones de la empresa, sino que se les invita para que proporcionen recursos de larga permanencia

Externas: se clasifica en el pasivo de la empresa y son fondos exigibles según su duración. (Ortega. A. , 2008).

Los financiamientos Corto plazo:

Este tipo de financiamiento es el más común, y se define como la deuda que se estima liquidar en un plazo menor a un año, realizando pagos periódicos de los intereses sobre el saldo pendiente, definiendo en un contrato la fecha de su vencimiento.

Entre los diferentes trámites para conseguir un financiamiento a corto plazo, destacan los siguientes:

- ❖ Crédito comercial: es el uso que se le hace a las cuentas por pagar de la empresa del pasivo a corto plazo acumulado, por los impuestos a pagar, las cuentas por cobrar y el financiamiento de inventarios como fuente de recurso.
- ❖ Crédito bancario: es un tipo de financiamiento que la empresa obtiene por medio de los bancos con los cuales establece relaciones funcionales.
- ❖ Pagaré: instrumento negociable es una persona incondicional por escrito, dirigida de una persona a otra, firmada por el formulante del pagaré en donde se compromete a pagar a su presentación en una fecha fija.
- ❖ Línea de crédito: significa dinero disponible en el banco, pero durante un periodo convenido de antemano.
- ❖ Papeles comerciales: consiste en los pagarés no garantizados de grandes e importantes empresas que adquieren los bancos, por ejemplo; las compañías de seguros.
- ❖ Financiamiento por medio de las cuentas por cobrar: consiste en vender las cuentas de la empresa a un factor, conforme a un convenio negociado previamente con el fin de conseguir recursos.
- ❖ Financiamiento por medio de inventarios: para este tipo de financiamiento se utiliza el inventario de la empresa como garantía de un préstamo.

Financiamiento a largo plazo:

El financiamiento a largo plazo es la deuda que se estima ser reembolsada en un periodo mayor a un año, realizando pagos periódicos de los intereses sobre el saldo pendiente a pagar, estableciendo en un contrato la fecha de su vencimiento.

Entre los trámites de financiamiento a largo plazo destacan los siguientes:

- ❖ Hipoteca: es cuando una propiedad del deudor pasa a manos de los prestamistas (acreedor) a fin de garantizar el pago del préstamo
- ❖ Acciones: participación patrimonial o del capital de un accionista, dentro de la organización a la que pertenece
- ❖ Bonos: instrumento escrito certificado en el cual el prestatario hace la promesa incondicional de pagar a una suma específica y en una fecha determinada.

- ❖ Arrendamiento financiero: contrato que se negocia entre el propietario de los bienes (acreedor) y la empresa (arrendatario) el cual se le permite el uso de los bienes.
- ❖ Pasivos operativos: son aquellos que la operación propia de la empresa los genera, como son los proveedores de material y de bienes y servicios.
- ❖ Pasivos negociables: o contractuales son aquellos que llevan en forma paralela la emisión de un contrato crediticio en el que se negocia las distintas cláusulas que rigen el crédito otorgado.
- ❖ Capital de riesgo privado: consiste en la toma de participaciones temporales en el capital de empresas no cotizadas.
- ❖ Capital social por oferta privada: de acciones el capital proviene de inversionistas particulares incorporadas a la empresa.
- ❖ capital social de oferta pública: de acciones se accede al inversionista a través de la Bolsa Mexicana de Valores para la colocación fragmentada de capital
- ❖ Arrendamientos: que bien sabemos, es un convenio que confiere el derecho de hacer un bien por un periodo determinado.

De acuerdo por lo planteado por Hernández (2002), cualquiera que sea el caso a los medios por los cuales las personas físicas o morales se hacen de llegar de recursos financieros es su proceso de operación, creación o expansión, en lo interno o externo a corto o mediano plazo se les conoce fuentes de financiamiento.

La obtención de financiamiento no ha sido una labor fácil, sin embargo, se puede tener acceso a diferentes fuentes de financiamiento y utilizar cada una de ellas.

Rentabilidad

La rentabilidad es la capacidad que posee un negocio para generar utilidades, la cual se refleja en los rendimientos alcanzados. Con el estudio de la rentabilidad se mide principalmente en la eficacia de los directores y administradores de la empresa, ya que en ellos descansa la dirección de esta, sus análisis proporcionan lo siguiente: (Ortega. A. , 2008)

- Capacidad del activo fijo para producir bienes o servicios suficientes para respaldar la inversión realizada.
- Si las utilidades obtenidas son adecuadas al capital del negocio
- Si los resultados obtenidos por ventas son convenientes.
- Si los rendimientos correspondientes a los recursos dispuestos sean propios o ajenos.

Este análisis mide la eficacia general de la dirección de la empresa y se complementa de los estudios como la condición de venta a crédito, de la rotación de mercancías o de inventaros y de la proporción que guardan los costos y gastos en relación a las ventas , cabe señalar que el análisis financiero de las cifras de un negocio para que sea realmente útil y proporcione la solidez de un opción debe ser total ya que una empresa puede tener baja liquidez pero al mismo tiempo presentar condiciones de estabilidad y rentabilidad muy favorables

Si se considera que las utilidades coadyuvan al desarrollo de una empresa, la rentabilidad se basa en cuatro razones importantes como son:

- Rentabilidad de ventas. Conocido como margen de utilidad, esta variable mide la relación entre las utilidades netas y los ingresos por venta.
- Utilidad de operación. Una forma alterna de medir la rentabilidad de la empresa.
- Rentabilidad del activo. Este indicador permite conocer las ganancias que se obtienen en la reacción con la inversión en activos.
- Rentabilidad de capital. Este índice señala la rentabilidad sobre la inversión que obtienen los dueños del negocio.

Estas razones cobran su importancia al medir la eficacia de la gestión empresarial reflejada en utilidades, entre mayor sea la eficacia mayor será la competitividad, ya que una empresa rentable otorga rendimientos adecuados sobre la inversión considerando el riesgo de la misma. Para determinar las razones de rentabilidad se analiza la estructura de los estados financieros de la empresa, expresados en el balance general y el estado de resultados, así la rentabilidad operativa puede dar a conocer la capacidad de la empresa para generar ingresos.

Una condición necesaria aunque no suficiente para el éxito del proceso de crecimiento de la empresa es “Aquella 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 destinaran sus recursos a alternativas más prometedoras mientras que las instituciones financieras podrán imponer limitaciones al crédito y tipos de intereses más elevados que les compensan por los mayores riesgos asumidos.

Con base a lo anterior la rentabilidad se define como un conjunto económico que compara los beneficios obtenidos en la relación con los recursos propios de la empresa, es decir obtener más ganancias que pérdidas en un campo determinado, o bien el rendimiento que produce no solo evitando pérdidas, sino que permite obtener una utilidad por encima de los gastos de la empresa.

Teoría de la Rentabilidad

Según Ferruz (2000), la rentabilidad es el rendimiento de la inversión medido mediante las correspondientes ecuaciones de equivalencia financiera. Es por ello que, presenta dos teorías para el tratamiento de la rentabilidad.

I. Teoría de la rentabilidad y el riesgo en el modelo de Markowitz

Markowitz avanza con una teoría, indicando que el inversor diversifica su inversión entre diferentes alternativas que ofrece el máximo valor de rendimiento actualizado. Por fundamentar esta nueva línea de trabajo se basa en la ley de los grandes números indicando que el rendimiento real de una cartera será un valor aproximado en la rentabilidad media esperada. La observación de esta teoría asume que la existencia de una cartera hipotecaria con rentabilidad máxima y con riesgo mínimo que evidentemente será la óptima para el decisor financiero racional.

Es por ello que con esta teoría concluye que la cartera con máxima rentabilidad actualizada no tiene por qué ser la que tenga un nivel de riesgo mínimo. Por otro lado, el inverso financiero puede incrementar su rentabilidad esperada asumiendo una diferencia extra de riesgo a lo que es lo mismo puede disminuir su riesgo cediendo una parte de su rentabilidad actualizada esperada.

II. Teoría de la rentabilidad y el riesgo en el mercado de Sharpe

El modelo de mercado de Sharpe surgió como un caso particular del modelo diagonal del mismo autor que, a su vez fue el resultado de un proceso de simplificación que Sharpe realizó del modelo pionero de su maestro Maskowitz.

Sharpe considero que el modelo de su maestro implicaba un proceso dificultoso de cálculo ante la necesidad de conocer de forma adecuada todas las covarianzas existentes entre cada pareja de títulos. Para evitar esta complejidad, Sharpe propuso relacionar la evolución de la rentabilidad de cada activo financiero con un determinado índice, normalmente macroeconómico. Esta fue denominada como un modelo diagonal debido a que la matriz de varianza y covarianza solo presenta valores distintos de cero en la diagonal principal, es decir en los lugares correspondientes a la varianza de las rentabilidades de cada título. Como se ha indicado el modelo de mercado en su caso particular de la diagonal. Dicha particularidad se refiere al índice de referencia que se toma, siendo tal el representativo de la rentabilidad periódica que ofrece el mercado de valores.

Tipos de Rentabilidad

Existen dos tipos de rentabilidad:

Rentabilidad económica o de la inversión

Es una medida económica referida a un determinado periodo de tiempo, el rendimiento de los activos de una empresa con independencia de una financiación de los mismos, a la hora de definir un indicador de rentabilidad económica nos encontramos con tantas posibilidades como conceptos de resultado y conceptos de inversión relacionados entre, sin embargo si entrar en demasiados detalles analíticos de forma genérica suelen considerarse como conceptos de resultado el resultado antes de intereses e impuestos y como concepto de inversión al activo total a su estado medio.

$$RE = \frac{\text{Resultado antes de intereses e impuestos}}{\text{Activo total a su estado medio}}$$

El resultado de interés e impuestos suelen identificarse con el resultado del ejercicio prescindiendo del gasto financiero que ocasionan la financiación ajena y del impuesto de sociedades. Al prescindir del gasto del impuesto de sociedades se pretende medir la eficacia de los medios empleados con independencia del tipo de impuestos, que además pueden variar según el tipo de sociedad.

La Rentabilidad Financiera

La rentabilidad financiera o de los fondos propios, es una medida referida a un determinado periodo de tiempo del rendimiento obtenido por esos capitales propios generalmente con independencia de la distribución del resultado. Para el cálculo de la rentabilidad financiera a diferencia de la rentabilidad económica, existen menos divergencias en cuanto a la expresión de cálculo de la misma. La más habitual es la siguiente:

$$RF = \frac{\text{Resultado neto}}{\text{Fondos propios a su estado medio}}$$

Como concepto de resultado a la expresión más utilizadas es la de resultado neto, considerando como tal al resultado del ejercicio.

Capacitación

Es la adquisición de conocimientos principales de carácter técnico, científico y administrativo. En efecto la capacidad es la preparación teórica que se les da a las personas a nivel administrativo con el objeto de que cuenten con los conocimientos adecuados para cubrir el puesto con toda la eficacia (Sutton, 2001)

El proceso de aprendizaje al que se somete una persona se realiza con la finalidad de obtener y desarrollar la concepción de ideas abstractas mediante la ampliación de procesos mentales y de la teoría para tomar decisiones no programadas que lleven consigo a manifestar sus conocimientos en el puesto que se debe desempeñar de manera eficiente.

Ante todo, la capacitación cuenta como una herramienta eficaz y fundamental para la administración de recursos humanos, lo que lleva a la realización de un proceso planificado, sistemático y organizado que busca modificar, mejorar y ampliar los conocimientos, así como las habilidades y actitudes del nuevo personal o el actual, el cual trae como consecuencia el cambio, y la adaptación a nuevos escenarios.

El propósito general es preparar el desarrollo e integrar los recursos humanos al proceso productivo mediante la entrega de conocimientos, desarrollos de habilidades y actitudes necesarias, para el mejor desempeño de todos los trabajadores en sus actuales y futuros cargos adoptarlos a las exigencias cambiantes del entorno. Por lo contrario, la capacitación no debe confundirse con el adiestramiento, este último que implica una transmisión de conocimientos que hace apto al individuo ya sea para un equipo o maquinaria (Gaxiola, 2016)

Teoría de la Capacitación

Según Peter Drucker (1995) menciona que la capacitación es el estudio teórico e investigación que le permitió describir observaciones obtenidas mediante un análisis de las teorías y técnicas correspondientes a la disciplina administrativa y las observaciones de la práctica empresarial. El nivel de exigencia de resultados para los servicios internos, como es la capacitación, es sustancialmente menor de lo que es para los procesos productivos o centrales de la organización.

Por otra parte, Chacaltona (2005) presente las teorías de capacitación laboral. La capacitación proporcionada por el empleador es uno de los tópicos donde habido más desarrollo teórico en la economía laboral durante las últimas décadas. La teoría predominante, es la teoría del capital humano, la cual tiene diversas variantes, pero también existen algunos desarrollos interesantes del análisis institucionalista por consiguiente se revisarán algunos de los principales postulados de cada una de las teorías.

Conocimientos

Muchas y variadas han sido las definiciones que se han propuesto para el concepto de conocimientos o bien estrategias de aprendizaje, las cuales poseen las siguientes características:

- Son procedimientos flexibles que pueden incluir técnicas u operaciones específicas.
- Su uso implica que el aprendiz tome decisiones y las seleccione de forma inteligente dentro de un conjunto de alternativas posibles, dependiendo de las tareas cognitivas que se le planteen, de la complejidad del contenido, de la situación académica en que se ubica y de su autoconocimiento como aprendiz.
- Su empleo debe realizarse de forma flexible y adaptativa en función de condiciones y contextos.
- Su aplicación es intencionada, consciente y controlada. Las estrategias requieren de la aplicación de conocimientos meta cognitivos, de lo contrario se confundirá con simples técnicas para aprender.

El uso de las estrategias está influido por los factores motivacionales efectivos de índole interna por ejemplo metas de aprendizaje, procesos de atribución, expectativas de control, autoeficacia, y externa situación de evaluación.

Como instrumentos psicológicos apropiados, puede decidirse que es posible aprenderlas gracias al apoyo de otros que saben cómo utilizarlos.

Tipos de conocimientos

Para que una estrategia pueda considerarse tal, requeriría del manejo de tres tipos de conocimientos: declarativo, procedimental, y condicional. (Díaz & Hernández, 2010)

- El conocimiento declarativo, de la estrategia; este tipo de conocimiento resulta insuficiente por sí mismo y hasta cierto punto poco útil para su aplicación.
- El conocimiento procedimental, consiste en conocer los pasos o acciones que la componen para ser aplicada o utilizada en el momento en que se requiera;

obviamente, en el conocimiento procedimental de la estrategia es mucho más útil que el anterior, pero todavía permite distinguir si se está empleando el procedimiento como una simple técnica o una estrategia en sentido pleno.

- El conocimiento condicional, el más importante de los tres se refiere al conocimiento de cuando, donde y para que contexto académico o de aprendizaje pueden emplearse las estrategias. Este tipo de conocimiento condicional-contextual también permite diferenciar y clasificar las estrategias que poseemos según criterio de utilidad complejidad y valor funcional.

Cada tipo de conocimiento requiere ser considerado en una propuesta integral para la enseñanza de las estrategias con base en afirmaciones. Por el cual puede dar una definición más formal, acerca del tema que se ocupa ya que es un procedimiento (conjunto de pasos o habilidades) y al mismo tiempo un instrumento psicológico que un alumno adquiere y emplea intencionalmente como recurso flexible, para aprender significativamente y para solucionar problemas y demandas académicas así mismos se requiere el desarrollo de una cultura de gestión del conocimiento en las instituciones que permiten transmitir el conocimiento explícito y el tácito.

Gestión del conocimiento

Está integrada por datos, información y conocimientos. La primera se refiere a medidas, cifras, nombres y hechos; la información está constituida por los datos de algunos hechos organizados, siendo necesario que sean puestos en un contexto o en el marco de referencia de una persona y en cuanto al conocimiento, es la conclusión a la que se llega al analizar la información y constituye la unión de la información el contexto y la experiencia adquirida

Toma de decisiones

Según Robbins (2013) La toma de decisiones ocurre como reacción ante un problema, es decir cuando existe una discrepancia entre el estado actual de las cosas y algún estado deseable, por lo que se requiere considera cursos de acción alternativos.

La toma de decisiones racional con frecuencia se dice que quien mejor toma decisiones es alguien racional y que hace elecciones consistentes que maximizan el valor dentro de restricciones específicas, dichas elecciones siguen un modelo racional de decisiones, cuyos seis pasos son los siguientes:

- Definir el problema.
- Identificar los criterios de decisiones.
- Asignara pesos a los criterios.
- Desarrollar las alternativas.
- Evaluar las alternativas.
- Seleccionar la mejor alternativa.

Según Ramírez (2008) define un modelo para la toma de decisiones a corto plazo en los siguientes seis pasos.

1. Reconocer y definir el problema.
2. Identificar alternativas como posibles soluciones al problema; eliminar alternativas que no son factibles.
3. Identificar los costos y beneficios de cada una de las alternativas factibles. Clasificar los costos y beneficios como relevantes o irrelevantes y eliminar estos últimos para el análisis de las alternativas.
4. Obtener el total de costos relevantes y los beneficios que atrae cada alternativa.
5. Considerar factores cualitativos.
6. Seleccionar la alternativa con que ofrezca el mayor beneficio.

Estos seis pasos definen un modelo simple de decisiones. Un modelo de decisión es un conjunto de procesos que, si son seguidos consistentemente, llevarán a la toma de una decisión.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Se fundamenta la metodología que se utilizara para realizar la exploración de las necesidades de financiamiento que utilizan las pequeñas y medianas empresas (Pymes) del sector comercial del Municipio de Tezontepec de Aldama Hidalgo. Se definirá el enfoque de estudio y el tipo de investigación que se llevará a cabo, así como el método de muestreo y el instrumento que se diseñará para la recolección de la información.

Tipo de Investigación

Se determina a una investigación de tipo Mixta lo que se refiere a la combinación entre el método cuantitativo y cualitativo dentro de un solo estudio, con el fin de obtener información más completa dentro del área Económica Administrativa, estos pueden ser conjuntados de tal manera que ambos enfoques conserven sus estructuras y procedimientos originales.

La metodología cualitativa de la Investigación de Hernández, Fernández y Baptista (1991), definen el método cualitativo como “La recolección de datos sin medición numérica para describir o afinar preguntas de investigación”. Para los autores antes mencionados encontraron que una de las bondades de la investigación cualitativa es que da la profundidad a los datos, la dispersión, la riqueza interpretativa, la contextualización del ambiente o entorno, los detalles y las experiencias únicas. También aporta un punto de vista “fresco, natural y holístico” de los fenómenos, así como flexibilidad.

Por otra parte, el método cuantitativo es un proceso en el cual primeramente se plantea una idea que permita ayudar a resolver algún problema como el de **Alternativas de financiamiento para las Pymes** y aportar conocimientos o generar interrogantes, para posteriormente establecer sus objetivos, preguntas de investigación e hipótesis, determinando sus variables y midiéndolas.

En la metodología cuantitativa se pueden encontrar diversas características que a continuación serán mencionadas:

- Centran su atención en la representatividad del dato, de modo de poder generalizarlos.
- Asumen la regularidad de los hechos o eventos.

- Relativizan la importancia de los contextos naturales.
- Se interesan por lo repetitivo, frecuente y normal.
- Ponen el acento en la predicción y la explicación.
- Enfatizan sus acciones en pos de identificar las formas de distribución de la población.
- Hace uso de la clasificación, el conteo y la medición como operaciones fundamentales que permiten la comparación de poblaciones o fragmentos de ellas.
- Se orientan a los resultados, más que a los procesos.
- Definen las cuestiones metodológicas.
- Parten de hipótesis e intentan validarlas.
- Abogan por un observador externo, objetivo y no contaminado.

Diseño de Investigación

Esta investigación es de tipo o de un enfoque mixto se pueden tener diferentes alcances entre los cuales se encuentra el estudio Exploratorio, Descriptivo, Correlacionar y Explicativo. Sin embargo, en base a la información recabada se puede decir que la presente investigación “**Alternativas de financiamiento para Pymes en el sector comercial en la zona de Tezontepec de Aldama Hidalgo**” tiene principalmente un alcance Exploratorio y Explicativo, ya que en el estudio **exploratorio** se tiene por objeto examinar un tema o un problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes y tiene como finalidad familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos.

Para los autores Hernández, Fernández y Baptista (1991), encontraron que los estudios exploratorios, son como realizar un viaje a un sitio desconocido del cual no se ha visto ninguno documental ni leído algún libro, sino que simplemente se realizó un breve comentario sobre el lugar. Esta clase de estudios son comunes en la investigación, sobre todo en situaciones donde existe poca información.

Mientras que el estudio **explicativo** va más allá de la descripción de conceptos o fenómenos, pues éstos pretenden responder las causas del fenómeno a estudiar.

Sin embargo, existen dos factores importantes que deben tomarse en cuenta para que una investigación inicie como exploratoria, descriptiva, correlacional o explicativa:

- Conocimiento actual del fenómeno a estudiar.
- La perspectiva que se le pretende dar al estudio.

El enfoque cualitativo recoge los discursos completos de los sujetos, para proceder luego a su interpretación, analizando las relaciones de significado que se producen en determinada cultura o ideología.

Población, Muestra y Tamaño de muestra

Para este estudio la población objetivo serán todas las pequeñas y medianas empresas del sector comercial del Municipio de Tezontepec de Aldama Hidalgo. Dicha población que es materia de investigación, está conformada por 61 Pymes según la Secretaria de Economía.

Para el enfoque mixto que se utilizara, la muestra es la unidad de análisis o un grupo de personas, contextos, eventos sucesos comunidades, sobre el cual se habrá de recolectar datos, para estos casos comprende la muestra las pequeñas y medianas empresas del sector comercio (Hernandez S, 1991). La muestra fue de tipo poblacional ya que la conformaran las 61 Pymes del Municipio de Tezontepec de Aldama.

Técnicas de Recolección de la Información

Para la obtención de información necesaria, acerca de las dificultades que tienen las Pymes ubicadas en el Municipio de Tezontepec de Aldama Hidalgo. Para su estancia y crecimiento, se hará uso de la técnica de investigación de un Cuestionario/encuesta por lo que es el método que utiliza un instrumento o formulario impreso, destinado a obtener respuestas sobre el problema en estudio y que el consultado llena por sí mismo, de tal forma que las preguntas tienen un orden o secuencia que enriquecerá el presente trabajo de investigación, a través de preguntas específicas y concretas que además servirán para cumplir los objetivos de la misma, evitando el exceso de preguntas que ocasionan fatiga al encuestado ,

Se utilizará ésta técnica debido a que son los más conocidos, son de fácil aplicación y permiten obtener información concreta y directa de las personas involucradas.

La construcción de un cuestionario es tarea difícil ya que consiste en concretizar en preguntas del tema que queremos investigar, teniendo especial cuidado tanto en la forma como en el contenido del mismo es decir debe destacarse por su fiabilidad y su validez. Las faces que definirán la elaboración del cuestionario para realizar la investigación son las siguientes; tomando referencia a Aguirre (2004).

- I. Contenido del cuestionario
- II. Determinar quiénes intervendrán.
- III. Especificar el tipo de preguntas, forma y aplicación del cuestionario.
- IV. Redactar las preguntas.
- V. Ordenar las preguntas.

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS

En este capítulo se muestra el análisis e interpretación de los resultados obtenidos después de aplicar el instrumentó de recolección de información a las Pymes del sector comercial en el Municipio de Tezontepec de Aldama Hidalgo, con el fin de analizar las alternativas de financiamiento, de dicha información se pudieron obtener datos cualitativos y cuantitativos por dar la mayor profundidad a la investigación, las respuestas dadas por los sujetos de investigación son presentadas a través de en los siguientes gráficos donde aparecen reflejados los valores frecuencia les y porcentuales de cada Pyme encuestada.

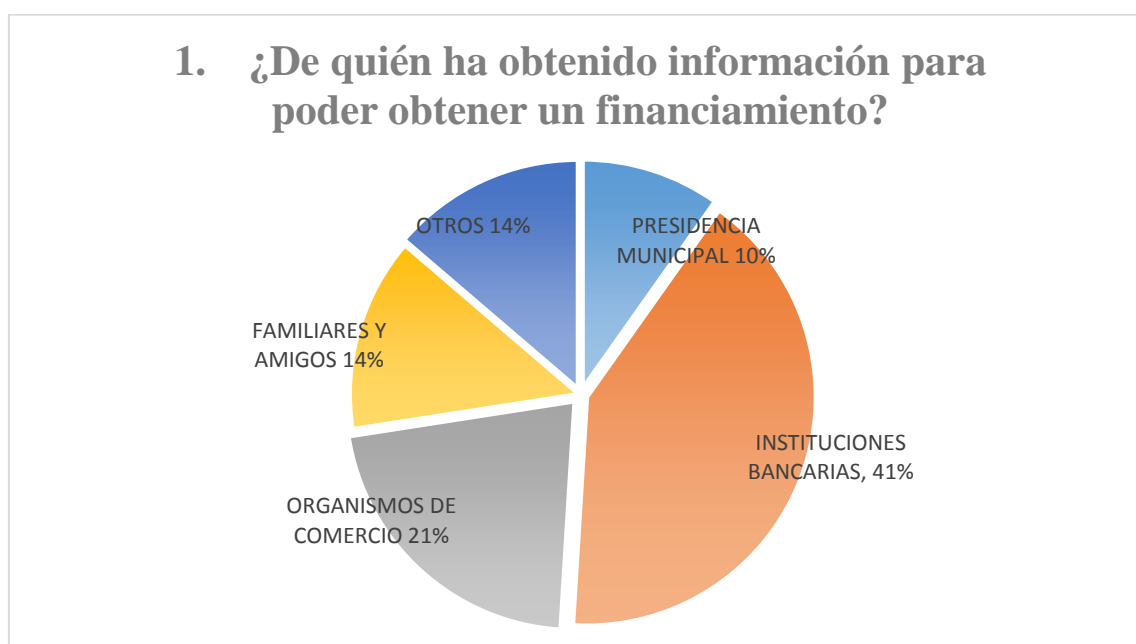


Gráfico 1: ¿De quién ha obtenido información para poder obtener un financiamiento?

Fuente: Elaboración propia en base a la información obtenida de las encuestas realizadas a las Pymes

De esta muestra se desprende que el 41% de los propietarios de la Pymes obtienen información de las instituciones bancarias, el 21% en los organismos de comercio, con el 14% las pymes consideran que han podido obtener algún tipo de información de familiares o de alguna otra parte, además el 10% tiene información en la presidencia. **Para que todas las empresas, puedan mantenerse en el mercado, es importante poder contar con una ventaja competitiva que le dé la oportunidad de participar en él, en condiciones de crecimiento y a largo plazo.** Para ello, existen distintas estrategias, tanto en productos,

servicios, procesos, formas de organización o equipos utilizados. Pero para los empresarios, los mecanismos para financiar la innovación son todo un reto. **El proceso de financiamiento es un asunto que requiere más de creatividad, talento y persistencia debido a que** existen distintas fuentes de financiamiento que pueden ser aprovechadas de distintas maneras. (Salinas ., 2013)

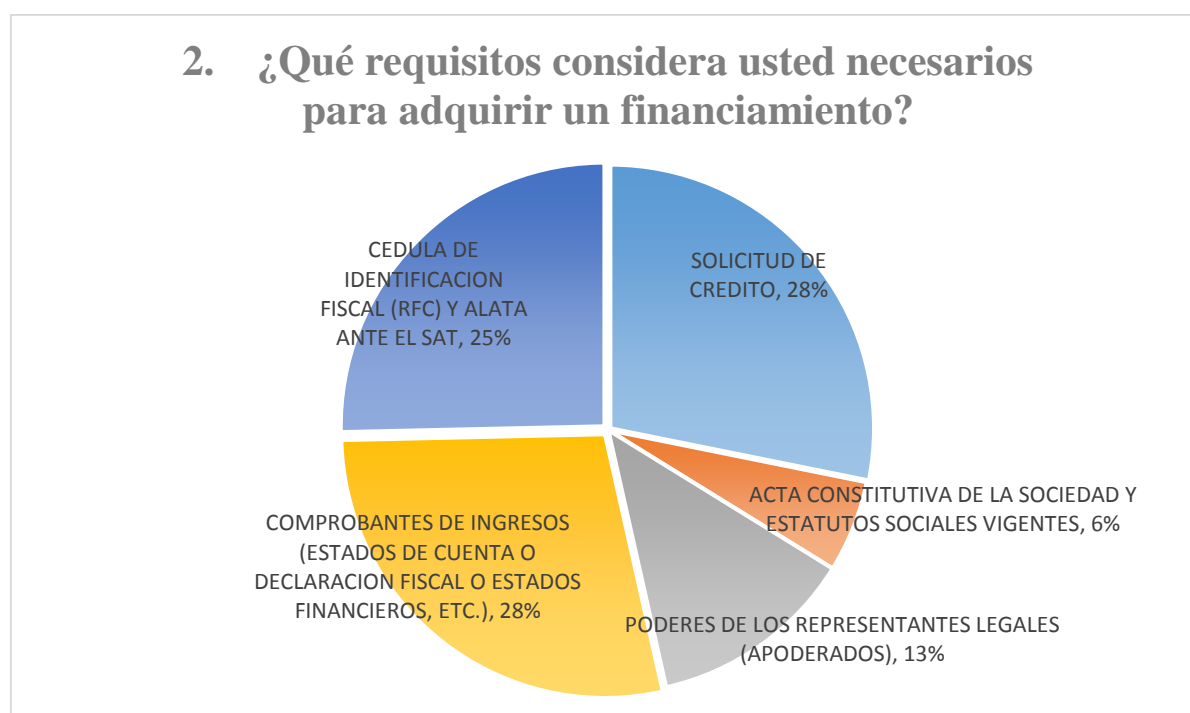


Grafico 2: ¿Qué requisitos considera usted necesarios para adquirir un financiamiento?

Fuentes: Elaboración propia en base a la información obtenida de las encuestas realizadas a las Pymes

El 28% considera que para poder adquirir un crédito es indispensable contar con una solicitud de crédito, así como también con los comprobantes de ingresos, el 25% consideran que es indispensable contar con una cedula de identificación, el 13% estiman que para poder adquirir un financiamiento es necesario contar con un poder de los representantes legales y el 6% dicen que se debe de tomar en cuenta un acta constitutiva de la sociedad. Las Pymes, tienen enormes dificultades para poder cumplir con todos los requisitos que les son exigidos, ya que pueden presentar errores técnicos asociados a la presentación de las solicitudes de préstamo ante los bancos, esto incluye el armado del proyecto, a capacidad de reunir la documentación pertinente, así mismo tienen dificultades que se centran en la falta de garantía, lo que

Constituye un impedimento muy importante que enfrentan las empresas. (Ferrero, Goldstein, Zuleta, & Garrido, 2011).

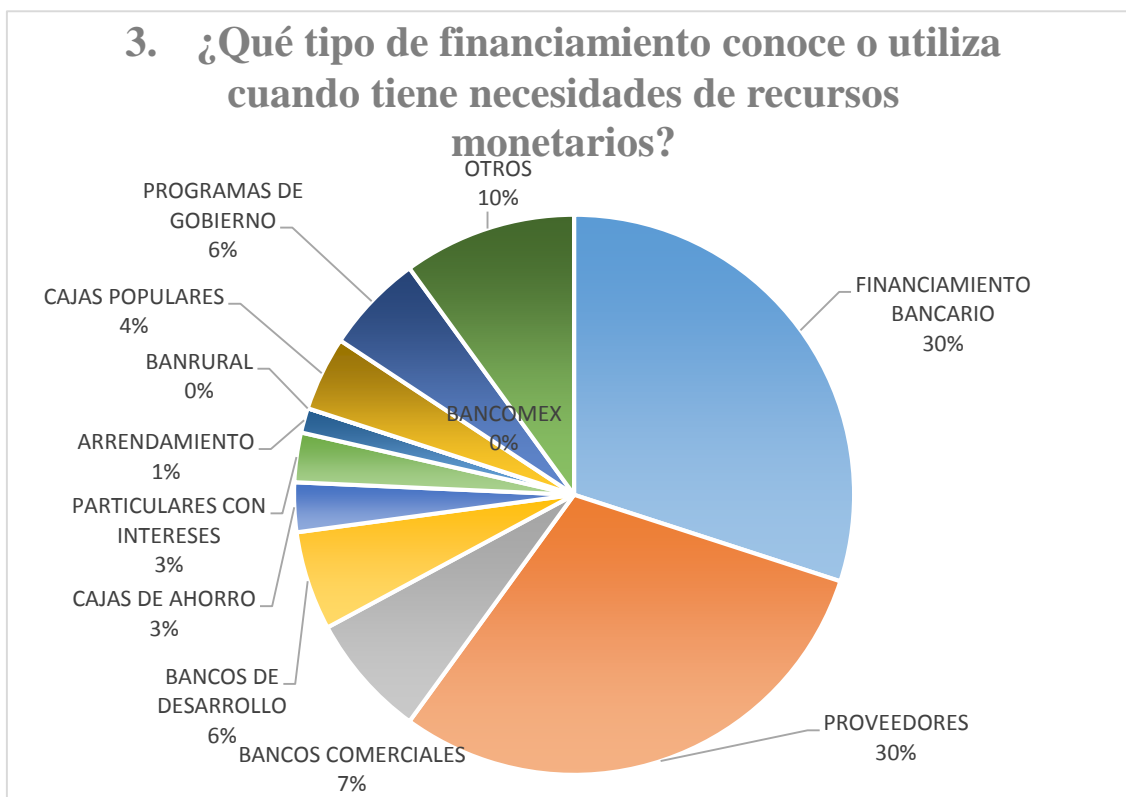


Grafico 3: ¿Qué tipo de financiamiento conoce o utiliza cuando tiene necesidad de recursos monetarios?
Fuente: Elaboración propia en base a la información obtenida de las encuestas realizadas a las Pymes.

En la gráfica 3 se muestra que el 30% de los empresarios de las Pymes encuestados en el municipio de Tezontepec tienen acceso a un crédito por parte de los proveedores ya que se han hecho de ayuda de estos para poder mantenerse en el mercado, como menciona el especialista en finanzas (Calderon, 2011). Asegura que la principal fuente de financiamiento de las empresas son los proveedores quienes se concentran en un 33%, y la razón por la cual las Pymes no acuden a otra alternativa de financiamiento es por la falta de información. Y solo el 10% utiliza otros medios, como prestamos de familiares, amigos o de algún otro programa.

4. ¿A qué tipo de problemas se ha enfrentado frecuente mente para poder adquirir un financiamiento?

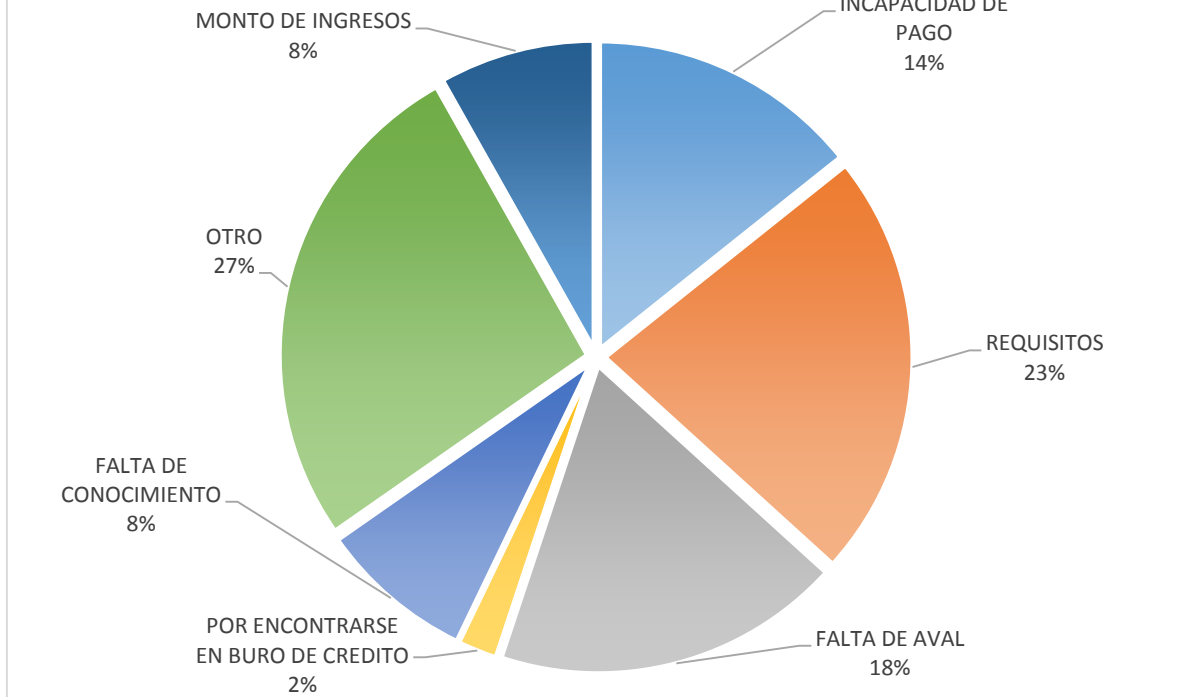


Gráfico 4: ¿A qué tipo de problemas se ha enfrentado frecuente mente para poder adquirir un financiamiento?
Fuente: Elaboración propia en base a la información obtenida de las encuestas realizadas a las Pymes.

De acuerdo al gráfico No. 4 los empresarios de las Pymes muestran que el 27% no ha podido adquirir un financiamiento por algún motivo, ya sea personal o porque no cumplen con el perfil que las instituciones buscan, mientras que 23% consideran que son muchos los requisitos solicitados, y un 18% al problema que se han enfrentado y por el cual no les ha sido otorgado esté, es por la falta de aval, como explica Gonzales (2009). La problemática que las empresas presenta es que la banca tradicional no les otorga el capital requerido o tarda mucho en brindárselos es porque no cumplen con el perfil que se les es solicitados por las instituciones. Cabe mencionar que cuando una empresa al momento de solicitar un crédito debe hacer un análisis financiero del cómo se encuentra.

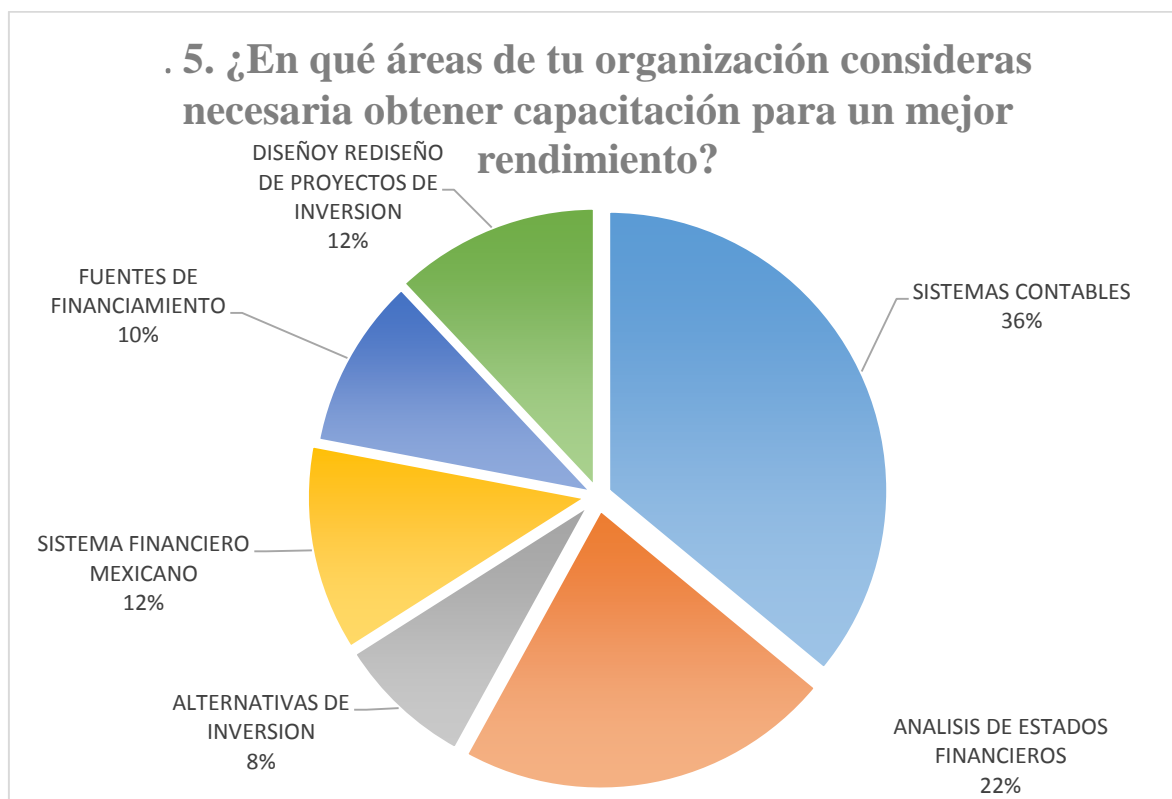


Grafico 5: ¿En qué áreas de tu organización consideras necesaria obtener capacitación para un mejor rendimiento?

Fuente: Elaboración propia en base a la información obtenida de las encuestas realizadas a las Pymes.

Con un 36% los empresarios de las Pymes consideran que es importante tomar una capacitación en el área de sistemas contables, del mismo modo el 22% dicen que la capacitación es necesaria en el área de análisis de estados financieros, el 12% consideran que es necesario la capacitación en las áreas de sistema financiero mexicano y diseño y rediseño de proyectos de inversión, así mismo el 10% establecen que la capacitación es necesaria en cuanto a fuentes de financiamiento y el 8% consideran que es necesaria en el área de alternativas de inversión. La capacitación en el trabajo es un proceso de aprendizaje y un cambio de actitudes del individuo, en beneficio de una mayor y mejor capacidad de conocimiento. La capacitación del personal de cualquier empresa, es el desafío más importante que enfrentan las PYMES, pues existe la necesidad constante de que éste se adapte al cambio, así mismo debe de generar potencialmente mayor productividad. (Serna & Delgado, 2007)

6. ¿En dónde te gustaría que te capacitaran para poder obtener un financiamiento?

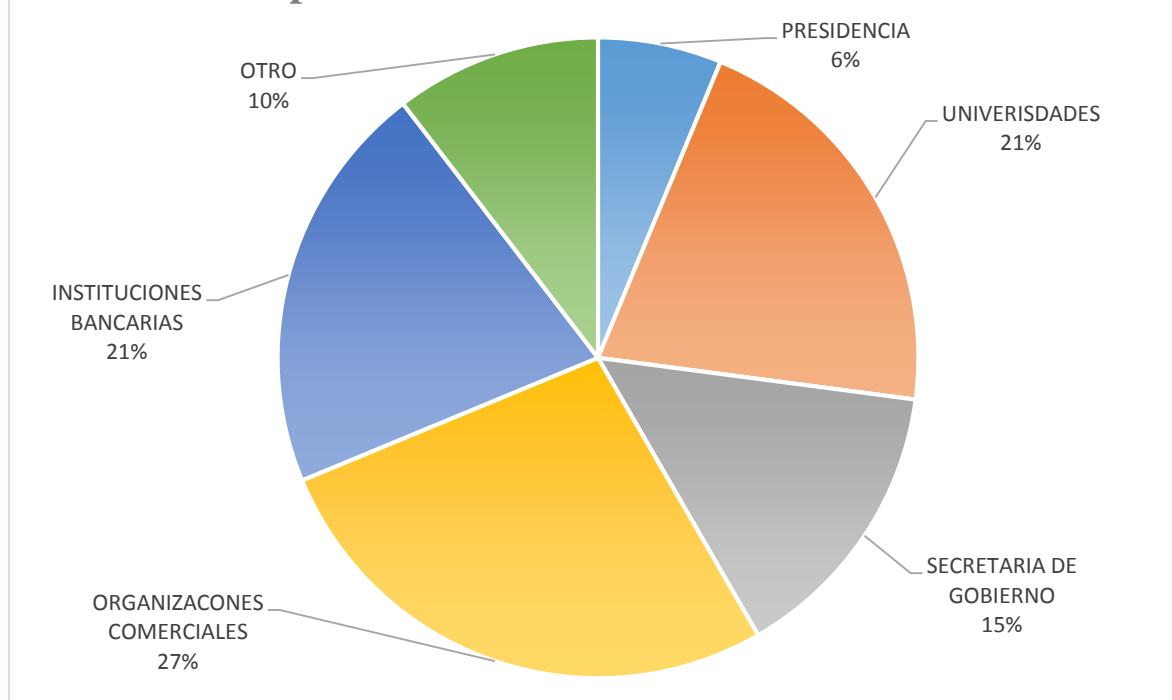


Grafico 6: ¿En dónde te gustaría que te capacitaran para poder obtener un financiamiento?

Fuente: Elaboración propia en base a la información obtenida de las encuestas realizadas a las Pymes.

En la gráfica 6 se muestra que un 27% de los empresarios de las Pymes les gustaría recibir una capacitación de las organizaciones comerciales para poder adquirir un financiamiento, el 21% considera que quienes deberían de ofrecer una capacitación son las Instituciones Bancarias como explica (Marin, 2014) indica que las Pymes deberían acudir a las instituciones financieras no solo para la obtención de un crédito, sino también para recibir asesoría que les permita consolidar su negocio.

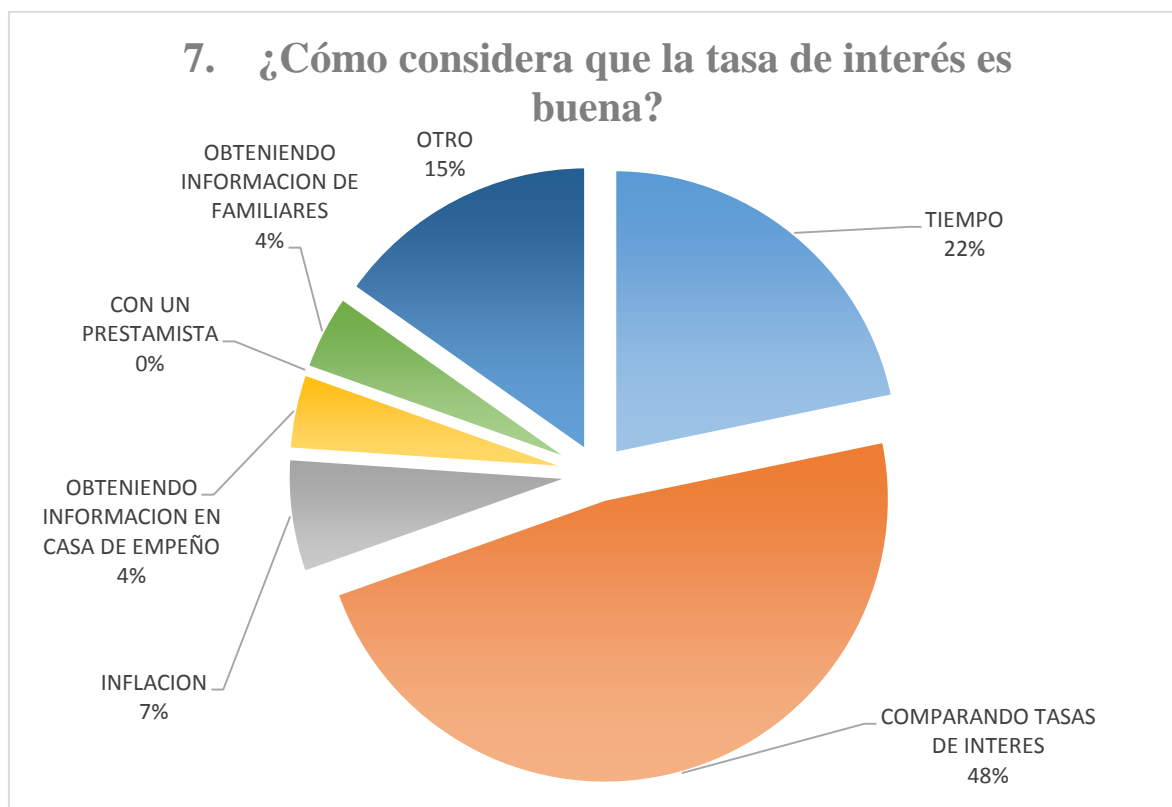


Grafico 7: ¿Cómo considera que la tasa de interés es buena?

Fuente: Elaboración propia en base a la información obtenida de las encuestas realizadas a las Pymes.

Hoy en día el 48% de los Empresarios de las Pymes comparan tasas de interés, para considerar que es buena, el 22% consideran que la tasa de interés es buena de acuerdo al tiempo que les dan para poder pagar el financiamiento solicitado, un 15% recurren a la ayuda de otras personas para poder considerar que si la tasa de interés que les cobran es buena, el 7% se basan en la inflación ya que de acuerdo a esta es como consideran si la tasa de interés es buena, del mismo modo el 4% de los dueños de las Pymes consideran que las tasa es buena de acuerdo a la información que les brindan sus familiares y las casa de empeño que se encuentren cerca de ellos, ninguno de ellos utiliza la ayuda de un prestamista.

8. ¿cuál sería la tasa interés anual considerable que las instituciones financieras deberían cobrar en un préstamo?

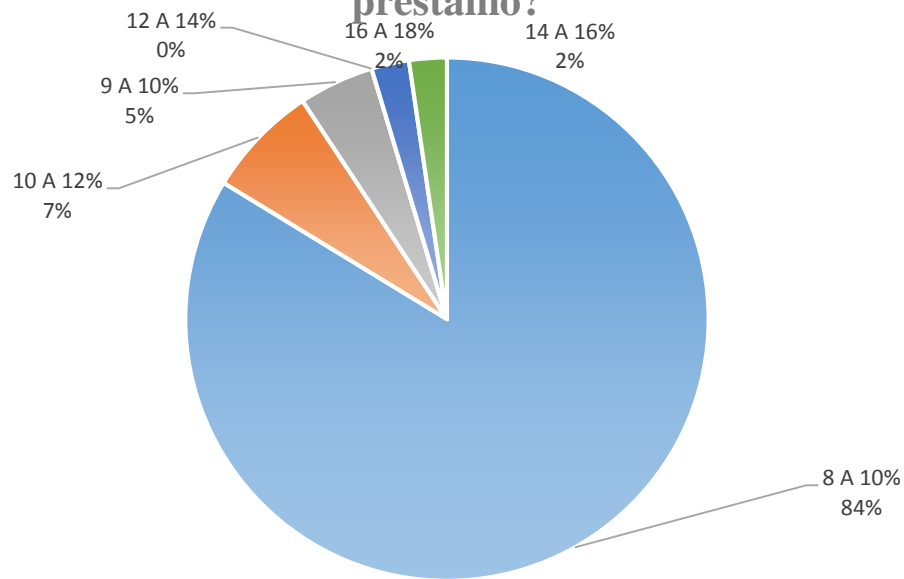


Grafico 8: ¿cuál sería la tasa interés anual considerable que las instituciones financieras deberían cobrar en un préstamo?

Fuente: Elaboración propia en base a la información obtenida de las encuestas realizadas a las Pymes.

En el gráfico 8 de la investigación realizada acerca de las alternativas de financiamiento para las Pymes en el sector comercial, los resultados obtenidos arrojan que el 84% de los empresarios de las Pymes consideran que las instituciones financieras deberían cobrar un interés del 8 al 10 % porque especulan que a medida que esta proporción es menor implica un costo de financiamiento bajo y viceversa y el 7% considera que debería ser un interés de 10 al 12%, el 5% estima de 9 al 10% el 2% del 14 al 18%, por consiguiente **La Ley del impuesto sobre la renta** menciona que el pago de intereses es un gasto deducible de impuestos, lo cual se explica en la siguiente gráfica

9. ¿Cuáles son los motivos por los que usted no utilizaría un financiamiento?

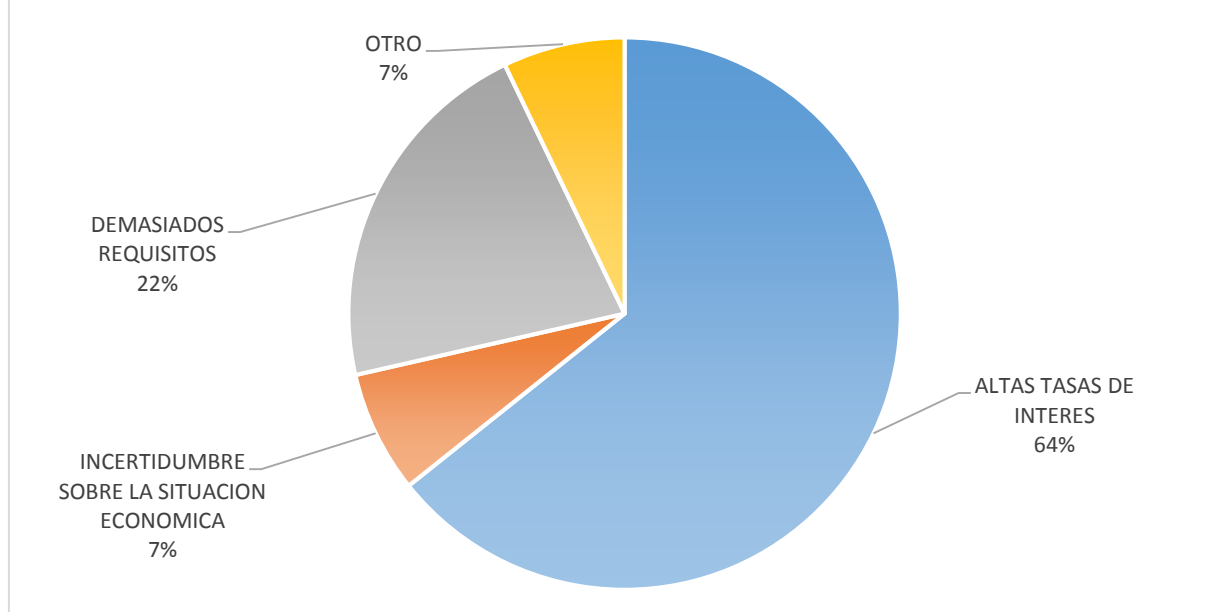


Gráfico 9: ¿Cuáles son los motivos por los que usted no utilizaría un financiamiento?

Fuentes: Elaboración propia en base a la información obtenida de las encuestas realizadas a las Pymes.

En la gráfica 9, se muestran que un 64% de los empresarios encuestados no utilizarían un financiamiento por las altas tasas de interés que pudieran cobrar, el 22% porque piden demasiados requisitos, el 7% no conoce la situación económica y el otro 7% decide no adquirir un financiamiento por otros motivos que no fueron especificados. Es importante conocer lo estipulado en el artículo 25 fracción VII de la Ley del impuesto sobre la renta, la cual menciona que los contribuyentes pueden deducir los intereses devengados a cargo del ejercicio, señalando que, para el caso de intereses moratorios, a partir del cuarto mes se deducirán únicamente los efectivamente pagados, siempre y cuando se cumpla lo siguiente:

- I. Ser estrictamente indispensables para los fines de la actividad del contribuyente.
- II. Estar debidamente registrados en la contabilidad y restarse una sola vez.
- III. Cumplir con las obligaciones establecidas en la LISR en materia de retención y entero del impuesto.

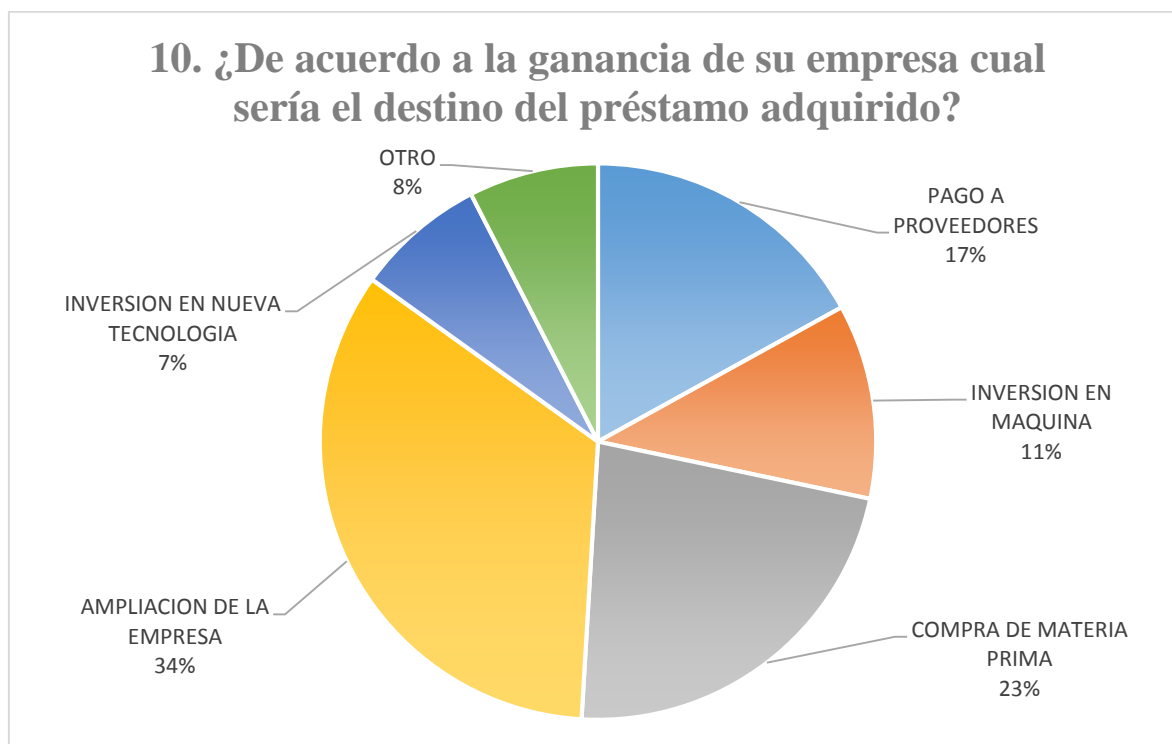


Grafico 10: ¿De acuerdo a la ganancia de su empresa cual sería el destino del préstamo adquirido?
Fuente: Elaboración propia en base a la información obtenida de las encuestas realizadas a las Pymes.

El 34% de los empresarios de las Pymes encuestadas describe que de acuerdo a la ganancia de su empresa, el destino del crédito, sería para la ampliación de sus negocios ya que comentan que el lugar en donde se ubican es muy pequeño y no es muy visible para los clientes, más sin embargo el 23% de los encuestados comentan que el fondo de préstamo lo utilizarían para comprar materia prima por lo que cuentan con un lugar bueno para la misma, cabe destacar que el 17% lo invertiría en pago a proveedores, el 11 % en inversión en maquinaria, el 7 % en inversión en nueva tecnología y tan solo el 8% de las Pymes optaron por no adquirir un préstamo. De acuerdo con Gómez .C (2013) en un mundo competitivo las Pymes necesitan medirse con la competencia para establecer rumbos en el futuro.

11. ¿Cual de las siguientes características considera usted para tomar una decisión en el aspecto financiero de su negocio?

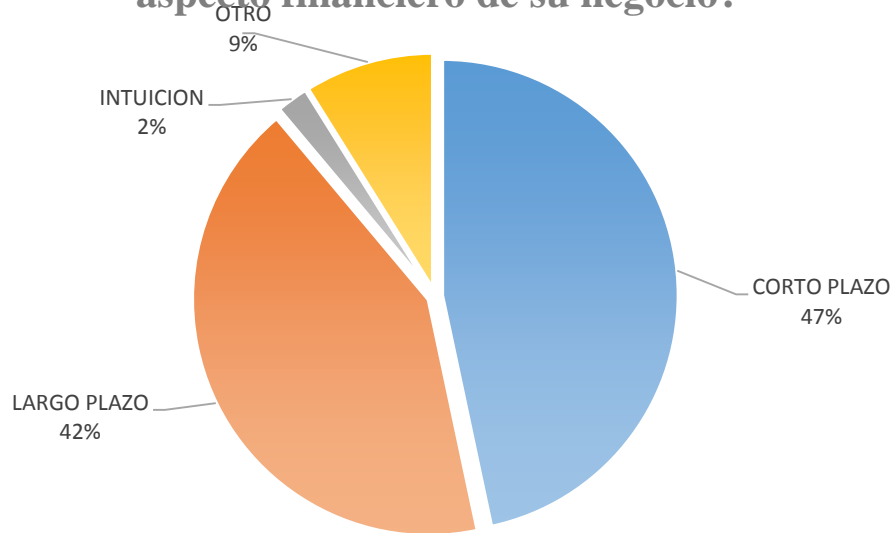


Grafico 11: ¿Cuál de las siguientes características considera usted para tomar una decisión en el aspecto financiero de su negocio?

Fuente: Elaboración propia en base a la información obtenida de las encuestas realizadas a las Pymes.

La toma de decisiones es un proceso intencional que combina el análisis de la información, la confrontación de alternativas, la valoración de las opciones y, finalmente, la toma de la decisión. (Gómez, 2011), en otras palabras, tomar una decisión para hacer crecer una empresa o mantenerla operando, involucra realizar un análisis, identificando los posibles riesgos que lleguen a ocasionar su desaparición o pérdida de utilidad, allegarse de información probabilística acerca de los cambios económicos que puede tener el país en un futuro, construir alternativas para tener opciones de elección, entre otras. Observando los resultados de la gráfica numero 11 la principal característica que eligen los empresarios para tomar una decisión es a corto plazo con un 47%, lo cual indica que se basan en un periodo aproximado de 1 año, lo que quiere decir que se prefiere obtener recursos en el momento que son necesarios, el 42% decide a largo plazo enfocándose en un periodo mayor a un año. De acuerdo con Naranjo (2013), “Las inversiones a corto plazo les permiten a los ejecutivos tener acceso a su dinero de manera constante para hacer adecuaciones a sus negocios, mientras que las alternativas a largo plazo permiten hacer modificaciones más grandes a los negocios, ya que los rendimientos están disponibles en periodos de hasta tres o cinco años”.

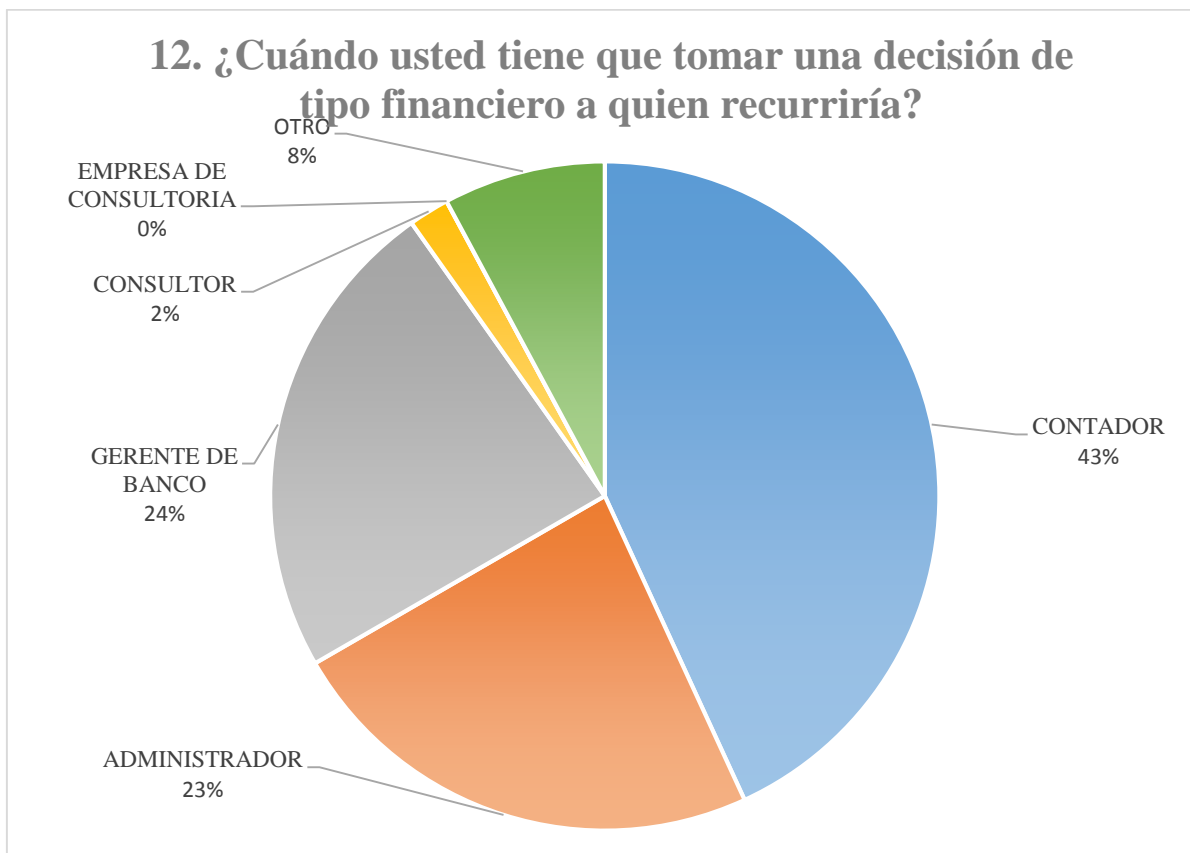


Grafico 12: ¿Cuándo usted tiene que tomar una decisión de tipo financiero a quien recurriría?

Fuente: Elaboración propia en base a la información obtenida de las encuestas realizadas a las Pymes.

De acuerdo con la pregunta 12, el 43 % de los empresarios de las Pymes, mencionaron que recurrirían a un contador, por ser la contabilidad “La Ciencia y/o técnica que enseña a clasificar y registrar todas las transacciones financieras de un negocio o empresa para proporcionar informes que sirven de base para la toma de decisiones sobre la actividad.” (Ayavari, 2008). El 24 % afirma recurrir con un gerente de banco, por lo destaca que las Pymes al financiarse con las instituciones bancarias les proporcionan información acerca de lo que necesitan para la adquisición del crédito 23 % a un administrador y el 8% mencionan que otros como son la opinión de familiares y el 2% recurrirían a un consultor.

13. ¿Qué plazo es el que necesita para poder pagar el crédito?

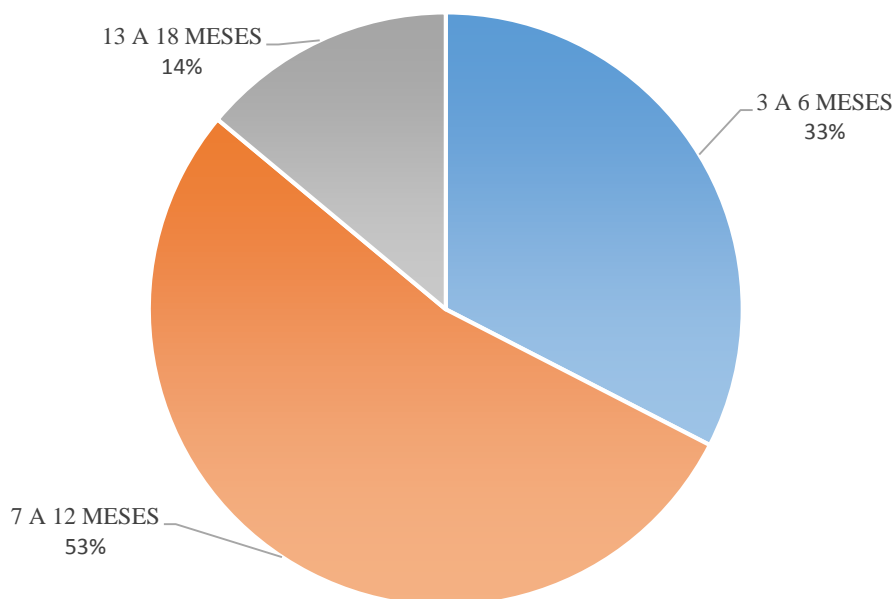


Gráfico 13: ¿Qué plazo es el que necesita para poder pagar el crédito?

Fuente: Elaboración propia en base a la información obtenida de las encuestas realizadas a las Pymes.

Analizando la gráfica 13, y tomando en cuenta que la mayoría de los empresarios de las Pymes reciben financiamiento de sus proveedores y de las Instituciones bancarias, el 53% de los encuestados deciden liquidar sus cuentas por pagar en un plazo de 7 a 12 meses, el 33% de 3 a 6 meses y el 14% de 13 a 18 meses. Justificando que prefieren liquidarle a las Instituciones financieras lo más pronto que se pueda, para no generar intereses elevados. Un crédito es el otorgamiento de dinero que facilita las operaciones en el mercado (Ortega., 2008) . Existen diferentes tipos de crédito, lo cual se debe tomar en cuenta para poder decidir qué plazo conviene más elegir para pagar el préstamo monetario.

14. ¿Con respecto al financiamiento obtenido, que tipo de mejora espera obtener?

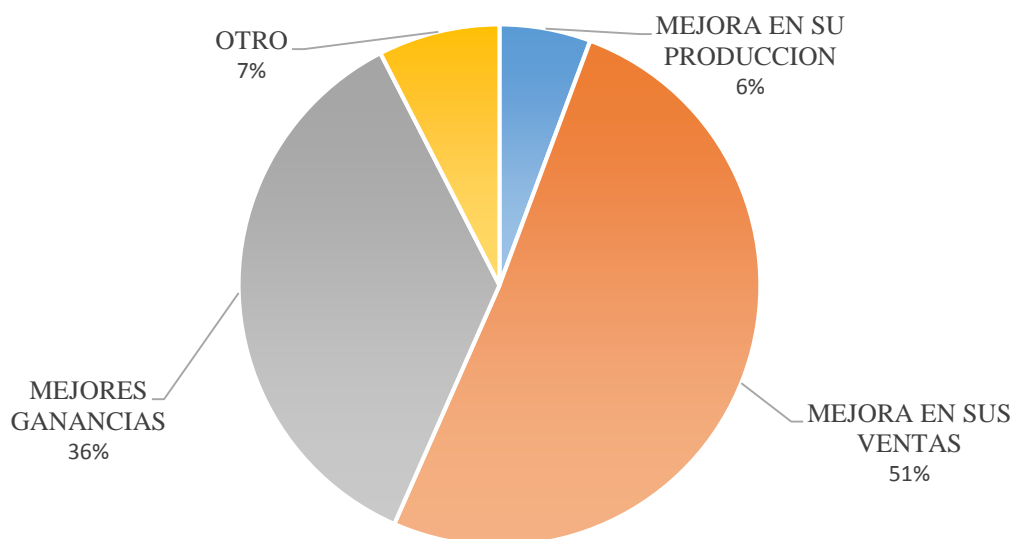


Grafico 14: ¿Con respecto al financiamiento obtenido, que tipo de mejora espera obtener?

Fuentes: Elaboración propia en base a la información obtenida de las encuestas realizadas a las Pymes.

El 51% de las encuestas realizadas a las Pymes indico, con respecto al financiamiento obtenido el tipo de mejora que espera obtener es el de mejorar sus ventas, el 36 % mejorar en ganancias cabe mencionar que la rentabilidad de una Pyme es muy significativo debido a que expresa su capacidad para sobrevivir, se encarga de analizar la dimensión y la calidad de la misma (Gomez., 2013), el 6% indico mejora en su producción 7% menciona otro.

CAPÍTULO V. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN

Introducción

Las propuestas que se presentan a continuación son enfocadas a las necesidades que tienen las Pymes del Sector comercial del Municipio de Tezontepec de Aldama Hidalgo, de acuerdo con los resultados obtenidos de la investigación realizada. Ante esta problemática derivada del poco o nulo conocimiento sobre las fuentes de financiamiento que existen, se propone lo siguiente:

- Crear un curso de consultoría
- Organizar una feria financiera

El contenido de las propuestas será explicado detalladamente a lo largo de este capítulo.

Propuesta

- 1. Curso de consultoría en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo que involucre a los alumnos de Administración en la especialidad de Finanzas.*

Este curso será impartido en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, involucrando a los alumnos de Administración con especialidad en Finanzas, con el objetivo de asesorar a personas individuales interesadas en conocer las diferentes alternativas de financiamiento que existen, y la importancia que tienen para hacer crecer su empresa, abarcando desde la comprensión de los conceptos básicos para un mejor entendimiento en el tema, **hasta los factores que se requieren para adquirir un financiamiento**, por lo que a continuación se describe la propuesta de intervención, para transmitir de manera sencilla los conocimientos necesarios al capital humano de los empresarios de las Pymes interesados, así como los elementos que la propuesta incluye; con la finalidad que sea más simple comprendan el concepto y el propósitos de las fuentes de financiamiento, identificando los límites y alcances que estas tienen, que tengan la mejor alternativa de financiamiento para hacer crecer su negocio y seguir en el mercado.

Propuesta de crear un curso de consultoría en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Involucrando a los alumnos de administración con especialidad en Finanzas.

Características generales del curso de consultoría

- En esta oficina se impartirán clases para los integrantes de las Pymes que lo requieran.
- Lenguaje ameno y sencillo de tal manera que los participantes entiendan cada concepto manejado en el temario.
- Apoyo de manera individual para cualquier aclaración sobre los temas.
- Aplicación de evolución para corroborar los conocimientos que van adquiriendo durante el curso.
- Provisión de material necesario.

Dirigido a:

Dueños de Pequeñas y medianas empresas interesadas en adquirir conocimiento acerca de las alternativas de financiamiento y los requisitos que necesitan para obtenerlo un financiamiento.

Duración aproximada:

La duración del curso de capacitación será definida con el contratante, en base a sus horarios de trabajo. Sin embargo, la duración del curso tendrá como mínimo 40 horas distribuidas en 3 semanas.

Objetivos de la oficina de Consultoría:

- Lograr que los empresarios participantes en el curso, sean capaces de seleccionar el financiamiento más apropiado de acuerdo a sus necesidades y posibilidades para facilitar la toma de decisiones.

Temario:

Modulo	Tema		Objetivo	Horas
I	Gestión del conocimiento		Mejorar la capacidad de los empresarios de las Pymes para identificar y solucionar problemas de tipos financiero.	8
		Definición		
		Importancia		
		Gestión del conocimiento interna y externa		
		Componentes de la gestión del conocimiento		
II	Financiamiento		Ampliar sus conocimientos sobre financiamiento y conocer los diferentes tipos de financiamiento que existe.	20
		Definición		
		Características		
		Rentabilidad		
		Tipos de financiamiento		
		Herramientas para el análisis financiero		
III	Toma de decisiones		Identificar las dificultades de la empresa y elegir la mejor solución.	12
		Proceso		
		Herramientas de análisis para toma de decisiones		
Total de horas				40 Horas

Bibliografía

Alarcón A. (2007). *Teoría sobre la estructura financiera*. Recuperado de: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2007/aaa-finhot.htm>

Anzola S. (2010). *Administración de Empresas*. Concepto de Empresa. México. Pearson

Barriga., F. & Hernández, G. (2010). *Estrategias Docentes para un aprendizaje significativo una interpretación constructiva. ¿Que son las estrategias de aprendizaje?* México. Mc Graw Hill

Beas., M., (2009) MyPYME. *Introducción a las Finanzas*. México. McGraw Hill

Benito, Á., & Benito, A. (1982). *Fundamentos de teoría general de la información* (No. 020 BENf).

Calderón, V. (2011). *Financiamiento para Pyme*. El economista.

Cardozo., E., Velázquez de Naime, Y., & Rodríguez Monroy, C. (2012). *El concepto y la clasificación de PYME en América Latina*

Danielsen, B. R. (2008). *Fundamentos de administración financiera*. México, D.F. McGraw-Hill.

Diario Oficial de la Federación (2008) *Criterio y clasificación de las Pymes*. Recuperado de: www.inegi.gob.mx/

2. Feria financiera en el centro del municipio de Tezontepec de Aldama Hidalgo que involucre a los alumnos de Administración en la especialidad de Finanzas.

Esta feria financiera será llevada a cabo en el centro del municipio de Tezontepec de Aldama Hidalgo, involucrando en la organización a los alumnos de Administración con especialidad en Finanzas, de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, así como a las instituciones financieras interesadas, con el objetivo de obtener conocimiento de los productos y/o servicios que se ofrecen y están a su alcance para el desarrollo de su empresa.

Propuesta de organizar una Feria Financiera en el centro del municipio de Tezontepec de Aldama Hidalgo que involucre a los alumnos de Administración en la especialidad de Finanzas.

Características generales de la feria financiera

- En esta feria participaran los empresarios de las Pymes, al igual que las instituciones financieras interesadas en ofrecer sus servicios.
- Asesoría por parte de las instituciones financieras participantes, por medio de ponencias.
- Apoyo de manera individual para cualquier aclaración sobre los servicios ofrecidos.
- El tipo de feria será según el público asistente.

Dirigido a:

Empresarios de las Pequeñas y medianas empresas interesados en obtener conocimiento sobre los servicios que ofrecen las diferentes instituciones financieras que existen en la región.

Objetivos de la feria financiera:

- Lograr que los empresarios de las Pymes obtengan financiamiento de las instituciones financieras participantes, de acuerdo a sus necesidades y posibilidades, para poder tener una empresa rentable.
- Adquirir conocimiento sobre los requisitos necesarios que las instituciones financieras consideran importantes para otorgar un financiamiento.

Proceso para la organización y planificación de la feria financiera

Esta etapa comprende las actividades que deben ser desarrolladas antes de la realización de la feria. En el siguiente apartado, se describe cada uno de los pasos a seguir:

A. COORDINACIÓN GENERAL

Grupo organizador

1. Seleccionar el grupo de organizadores de la feria financiera.
2. Elegir del grupo de organizadores un líder, quien será el responsable de dicho evento.
3. Nombrar una comisión o comité de trabajo:

Dicho comité estará integrado por un presidente, un secretario, un financiero, y representantes de las diversas comisiones de trabajo (coordinadores o responsables de cada una de las comisiones). Estas comisiones se determinan por el tipo de actividades que se desarrollan para la realización del evento.

Equipos de trabajo

La organización de comité, será para asignar funciones a pequeños equipos de trabajo, quienes serán responsables de llevar a cabo las actividades que les corresponda en el tiempo, recursos y espacio descrito en el plan de trabajo. Es importante que los miembros de cada comisión tomen en serio y con responsabilidad las acciones que deberán llevar a cabo ya que si se producen atrasos en su ejecución puede entorpecer todo el proceso.

Los comités estarán integrados por un coordinador y equipos de trabajo entre 3 y 5 personas, en los cuales será distribuido el grupo de voluntariados. Deberán crearse los siguientes grupos de comisiones:

Comisiones	Responsabilidades
Comisión de finanzas	Según Ramos (2011) el comité de finanzas en una feria financiera, es el encargado de buscar y registrar el recurso económico, así como controlar y supervisar los gastos que se generen durante la planeación y ejecución de la feria.
Comisión de voluntariado	Díaz (2015) define al comité de voluntariado como el encargado de contactar y capacitar ciudadanos interesados en apoyar de forma libre y sin ánimos de lucro. En este caso la ciudadanía objetivo son estudiantes de carreras afines a los objetivos de la feria.
Comisión de gastronomía	Es el encargado de localizar un lugar que ofrezca alimentos, cercano a la feria o incluso dentro de las instalaciones donde será realizada.
Comisión de promoción y publicidad	Este comité es encargado de invitar y motivar la participación de los empresarios vendedores y compradores, Para ello se basa en medios de comunicación como, televisoras, prensa, impresos y auditivos.
Comisión de protocolo e inauguración	Este comité es el encargado de organizar la inauguración y clausura de la feria, así como presentar los objetivos que se lograron durante la ejecución. Es importante contar con la participación de las autoridades de máxima relevancia del sector, los patrocinadores y empresarios participantes.
Comisión de rutas de negocios	Este comité tiene bajo su responsabilidad, la planeación y realización de ponencias, desde el lugar donde va hacer realizada, como el material que se va a necesitar.

Comisión de seguridad	Es el encargado de la seguridad del recinto ferial, así como sus productos y servicios que se exponen.
Comisión de monitoreo y evaluación	Este comité es el responsable de llevar un cronograma de actividades, así como supervisar que cada actividad planeada sea ejecutada en tiempo y forma, de igual manera deberá ser quien identifique si el objetivo de la feria ha sido logrado.

B. LA PLANIFICACIÓN

La planificación servirá para establecer metódicamente todo lo que se desea lograr en el evento. Estos son los criterios que se tomarán en cuenta para la realización de la feria financiera:

- Nombre de la feria.
- Logotipo o marca
- Fecha de realización.
- Público Objetivo:
 - ✓ Oferta.
 - ✓ Demanda.
- Lineamientos:
 - ✓ Promover una visión de negocios con enfoque de marketing.
 - ✓ Organizar la feria como una actitud empresarial.
 - ✓ Coordinar con gremios productivos.
 - ✓ Constituir un equipo exclusivo para la organización de la feria.
- Lugar:

Estas son las características que tomarán en cuenta para el recinto ferial:

 - ✓ Tener varias puertas de acceso.
 - ✓ Proporcionar un área peatonal amplia para el público.
 - ✓ Brindar varios servicios higiénicos.
 - ✓ Prever áreas para montar espectáculos recreativos y de promoción cultural o artística.

- ✓ Acceso a una zona de parqueo.
- ✓ El recinto debe estar adecuadamente señalizado.
- ✓ Se debe contar con una cantidad de energía adecuada que garantice el funcionamiento de máquinas y equipos.
- ✓ Iluminación adecuada.
- ✓ Contar con el servicio de agua potable permanentemente.
- ✓ La ambientación (jardines, sonido, color, etc.),
- ✓ Un centro de información y mapeo de las diferentes áreas.
- ✓ Alimentación.
- Stands.
- La inscripción.
 - ✓ Pagos.
 - ✓ Firmas de contratos.
 - ✓ Reglamentos.
 - ✓ Entrega de credenciales y pases.
- Servicios adicionales:
 - ✓ Alimentos.
 - ✓ Distribución.
 - ✓ Ruedas de negocios, etc.
- Lanzamiento de la feria.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La investigación ha representado un reto al momento de su elaboración y al conocer las fuentes de financiamiento con las que cuentan las Pymes en la zona de Tezontepec de Aldama Hidalgo. Las Pymes se enfrentan a diversos factores que no les permiten tomar decisiones adecuadas debido a la falta de información que carecen con respecto a un financiamiento, lo que se pudo observar en la mayoría de las Pymes encuestadas es que necesitan una capacitación, debido a que desconocen los requisitos necesarios para poder obtener un financiamiento en instituciones financieras. Todas las empresas requieren de dinero para poder realizar sus actividades, por lo general los únicos tipos de financiamiento que conocen los empresarios de las Pymes son sus mismos proveedores y las instituciones bancarias, aunque no quieren acudir a ellas debido a las altas tasas de interés que dichas instituciones manejan o bien por falta de requisitos o no contar con un monto de ingreso solicitado por la misma.

La capacitación es una forma de desarrollar las habilidades con las que cuenta cada persona dentro de una organización. Este concepto ha sido estudiado por diferentes personas a lo largo de la historia. En la actualidad la capacitación es un punto clave y una alternativa para el desarrollo de una empresa en el Municipio de Tezontepec de Aldama, porque contribuye en el desarrollo personal y profesional, en la capacitación se diseñan programas para transmitir información relacionada con los sistemas contables y análisis de estados financieros, con este contenido los colaboradores tienen la oportunidad de aprender cosas nuevas, actualizar sus conocimientos, y relacionarse con otras personas.

Existen diferentes maneras de llevar a cabo una capacitación para ello es necesario detectar las necesidades que se tienen, para continuar con el diseño del programa y llevarlo en práctica en colaboración de instituciones bancarias y organizaciones comerciales, de igual forma es importante realizar una evaluación después de la aplicación del programa de capacitación para que se analicen los resultados obtenidos

Además, hoy en día se habla de la importancia de tener conocimiento sobre el tema de los servicios financieros para la toma de decisiones eficientes con respecto a su bienestar. El conocimiento financiero es importante, para los empresarios de las Pymes, ya que les ayuda

a evitar errores al momento de solicitar un crédito y es necesario para ellos, el aprovechamiento de alguna oportunidad que se le presente, El conocimiento en este caso puede llevarlos a tomar decisiones con asertividad que realmente les convengan de acuerdo a su interés económico para desarrollar sus actividades en forma eficaz y eficiente lo cual le permita ser más competitivo. Para nadie es un secreto que los recursos financieros son una necesidad, por lo que el conocimiento y la selección del tipo de financiamiento que los empresarios de las Pymes en la zona de Tezontepec de Aldama decidan utilizar en sus inversiones podría ser clave para ser más competitivo. En la investigación realizada demuestra que los empresarios de las Pymes no tienen conocimiento básico en materia financieras que le permita evitar errores.

La toma de decisiones consiste primordialmente, en elegir las opciones disponibles a los efectos de resolver un problema a corto o largo plazo. Sin embargo, las Pymes de la zona de Tezontepec de Aldama Hidalgo toman decisiones a corto plazo, con la finalidad de obtener resultados económicos positivos al momento.

Las decisiones deben de ser tomadas con precaución sobre todo aquellas decisiones que afectan el futuro de la organización, ya que estas suelen convertirse en decisiones monetarias, de tal manera que la empresa tomaran decisiones con base al beneficio, no es solamente un tema que se pueda ejercer sin algún conocimiento por lo que es muy importante que los empresarios de las Pymes, antes de tomar una decisión realicen un diagnóstico del desarrollo de las actividades de su negocio, destacando que la importancia del capital de trabajo en la toma de decisiones de la Pyme afecta el equilibrio financiero que debe existir entre la rentabilidad y el riesgo. En las Pymes de la zona de Tezontepec de Aldama la toma de decisiones se concentra en una sola persona, el dueño.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alarcón A. (2007). *Teoría sobre la estructura financiera*. Recuperado de: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2007/aaa-finhot.htm>
- Anzola S. (2010). *Administración de Empresas*. Concepto de Empresa. México. Pearson
- Barriga., F. & Hernández, G. (2010). *Estrategias Docentes para un aprendizaje significativo una interpretación constructiva. ¿Que son las estrategias de aprendizaje?* México. Mc Graw Hill
- Beas., M., (2009) *MyPYME. Introducción a las Finanzas*. México. McGraw Hill
- Benito, Á., & Benito, A. (1982). *Fundamentos de teoría general de la información* (No. 020 BENf).
- Budd, A & Hobbis, S. (1989) 'Cointegration, Technology and the Long-Run Production Function', Centre for Economic Forecasting Discussion Paper, No. 10-89
- Calderón, V. (2011). *Financiamiento para Pyme*. El economista.
- Cardozo., E., Velázquez de Naime, Y., & Rodríguez Monroy, C. (2012). *El concepto y la clasificación de PYME en América Latina*
- Chacaltuna J.(2005) *Capacitación laboral proporcionada por las empresas: El caso peruano*. Recuperado de: <http://www.consortio.org/CIES/html/pdfs/pm0324.pdf>
- Cruz, J. (2013). *¿Cómo se verían afectadas las MiPymes?*. MiPyme pequeños negocios del mezquital, 11(4), 8-9.
- Danielsen, B. R. (2008). *Fundamentos de administración financiera*. México, D.F. McGraw-Hill.
- Diario Oficial de la Federación (2008) *Criterio y clasificación de las Pymes*. Recuperado de: www.inegi.gob.mx/
- Drucker, P. (1996). *La administración, la organización basada en la información, la economía, a sociedad*. Innovar, revista de ciencias administrativas y sociales, Colombia. Ed Norma, 318pp.
- El financiamiento de la ciencia, la tecnología y la innovación. Recuperado de revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/140/6/El_financiamiento.pdf
- Ferraro, C., Goldsten, E., Zuleta, L.A. Garrido, C. (2011). *Alternativas de Financiamiento*. El financiamiento a las Pymes. México D.F. Mc Graw Hill.

Ferruz L. (2000). *La rentabilidad y el riesgo*. España Recuperado de: <http://ciberconta.unizar.es/LECCION/fin010/000F2.HTM>.

Friend, G., & Zehle, S. (2008). Como diseñar un plan de negocios. *Colección Finanzas Y Negocios*. 12(2) 30

Gaxiola M.(s.f.) *Detección de necesidades de capacitación*. México. Recuperado de: <http://www.monografias.com/trabajos20/capacitacion/capacitacion.shtml>

Hernández. (2002) *Financiamiento a corto plazo*. Recuperado de: http://www.trabajo.com.mx/financiamientos_a_corto_plazo.htm.

INEGI, Censos Económicos (2004) clasificación de las PyMES. recuperado de: www.inegi.gob.mx/

Jacques., L. Cisneros, L.F. Mejía Morales, J.H. (2011). *Administración de PyMES emprender dirigir y desarrollar empresas*. México, Pearson educación.

Jefferson, R. (2011). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad del micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro artesanía shipibo - conibo del distrito de Callería - Provincia de Coronel Portillo*. (Tesis para optar el título de contador público) Pucallpa Perú.

Las Pymes en México- UNAM. Recuperado de: www.ptolomeo.unam.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/132.248.52.100/.../A4.pdf?

Levy, L. H. (2005). *Planeación financiera en la empresa modera* (Vol. 136). Ediciones Fiscales ISEF.ed.8 ,272pp

Librado, F. (2014). *Financiamiento para las Pymes en México* (tesina presentada a la facultad de contaduría y administración). Universidad Veracruzana, Región Xalapa - Enríquez, Veracruz.

Marín, M. (2014). Asesoría financiera, clave del éxito empresarial. *El Economista*

Markowitz, H. (1952). Portfolio selection. *The journal of finance*,7 (1), 77-91

Mignolo, W. D. (2003). *Colonialidad, conocimientos subalternos y pensamiento fronterizo*. Historias locales/diseños globales. (Vol. 18). Ediciones Akal

Ortega, A. (2005). *Alternativas de financiamiento. Introducción a las Finanzas*. México. Mc Graw Hill.

Ortega, A. (2008). *Alternativas de financiamiento. Introducción a las Finanzas*. México. Mc Graw Hill.

- Pérez L. & Campillo F (s.f.). *Financiamiento*. Recuperado de: <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/financiamiento/financiamiento.htm>
- Ramírez, D. N. (2008). *Contabilidad Administrativa. Modelo para la toma de decisiones*. México. McGraw Hill. ed , 8.
- Robbins, S.P. (2013). *Comportamiento Organizacional. Toma de decisiones en las organizaciones*. México. Pearson. ed. 15.
- Rodríguez, J. (2010). *Administración de pequeñas y medianas empresas*. México D.F. Cengage Learning Editores, S.A. de C.V.
- Salinas, Carlos M. (2013). Fuentes de financiamiento para Innovar en las PyMEs. *Pymempresario*. Recuperado de: <http://www.pymempresario.com/2013/05/fuentes-de-financiamiento-para-innovar-en-las-pymes/>
- Sánchez J. (2002) *Análisis de la rentabilidad de la Empresa*. Recuperado de: <http://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisR.pdf>
- Sarmiento R. (2005). *La estructura de financiamiento de las empresas: una evidencia teórica y econométrica para Colombia (1997 – 2004)*. Recuperado de: <http://ideas.repec.org/p/col/000108/003005.html>
- Sebastián, M. (2011) *Asimetrías Informativas entre los Bancos Comerciales y las Empresas PyMEs en La Plata y localidades vecinas* (tesis para obtener el título de Magister) Universidad Nacional La plata.
- Serna, José A. & Delgado, Jesús G. (2007) “La capacitación en las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) de México”. *Revista académica de economía en Observatorio de la Economía Latinoamericana*. N° 82. Recuperado de: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2007/shdr.htm>
- Sutton C. (2001). *Capacitación del personal*. Argentina. Recuperado de: <http://www.monografias.com/trabajos16/capacitacionpersonal/>
- Sharpe W . (1963). Modelo de fijación de precios de activo de capital. De: http://www.udc.es/grupos/fysig/carlos/oikonomicon/el_modelo_de_sharpe.html
- Valencia, J.R. (2001). *Cómo administrar pequeñas y medianas empresas*. México D.F. ECAFSA
- Vargas M. (2005). *El financiamiento como estrategia de desarrollo para las medianas*
- Wikipedia. *Rentabilidad*. Recuperado de: <http://es.wikipedia.org/wiki/Rentabilidad>

ANEXOS

Anexo 1

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo Escuela Superior de Tlahuelilpan



Objetivo: Analizar los factores de financiamiento de las Pymes del sector comercial en el municipio de Tezontepec de Aldama Hidalgo como base financiera para la toma de decisiones

Nombre de la empresa: _____

Introducción: por favor conteste las siguientes preguntas de acuerdo a las necesidades o problemática que enfrenta la empresa.

1. ¿De quién ha obtenido información para poder obtener un financiamiento?

Presidencia municipal _____ organismos de comercio _____
Instituciones bancarias _____ familiares o amigos _____
otros _____

2. ¿Qué requisitos considera usted necesarios para adquirir un financiamiento?

____ solicitud de Crédito
____ Acta Constitutiva de la Sociedad y Estatutos Sociales vigentes
____ Poderes de los representantes legales (apoderados)
____ Comprobantes de ingresos (Estados de cuenta o declaración fiscal o estados financieros, etc.)
____ Cédula de Identificación Fiscal (RFC) y Alta ante el SAT.

3. ¿Qué tipo de financiamiento conoce o utiliza cuando tiene necesidades de recursos monetarios?

Financiamiento bancario _____
proveedores _____

Bancos comerciales____
Bancos de desarrollo____
Cajas de ahorro____ particulares con intereses____ arrendamiento____
Bancomex____ Banrural____ Banjercito____ Cajas populares____ Programas de
gobierno____ Otro: _____

4. ¿A qué tipo de problemas se ha enfrentado frecuente mente para poder adquirir un financiamiento?

Requisitos ____ Falta de aval ____ Por encontrarse Buró de crédito ____
Monto de ingresos ____ Incapacidad de pago ____
Falta de conocimiento ____
Otro: _____

5. ¿En qué áreas de tu organización consideras necesaria obtener capacitación para un mejor rendimiento?

Sistemas contables ____ Análisis de estados financieros ____
Alternativas de inversión ____ sistema financiero mexicano ____
Fuentes de financiamiento ____ diseño y rediseño de proyectos de inversión.

6. ¿En dónde te gustaría que te capacitaran para poder obtener un financiamiento?

Presidencia ____ Universidades ____ secretaria de gobierno ____
organizaciones comerciales ____ instituciones bancarias ____
otro: _____

7. ¿Cómo considera que la tasa de interés es buena?

Tiempo ____ comparando tasas de interés ____ inflación ____
Obteniendo información en casas de empeño ____ con un prestamista ____
Obteniendo información de familiares ____
Otro: _____

8. ¿Cuál sería la tasa de interés anual considerable que las instituciones financieras deberían cobrar en un préstamo?

8 a 10% ____ 10 a 12% ____ 12 a 14% ____ 14 a 16% ____
16 a 18% ____

9. ¿Cuáles son los motivos por los que usted no utilizaría un financiamiento?

Altas tasas de interés____ Incertidumbres sobre la situación económica____

Demasiados requisitos____ otro: _____

10. ¿De acuerdo a las necesidades de su empresa cual sería el destino del préstamo adquirido?

Pago a proveedores ____ Inversión en maquinaria____

Compra de materia prima____ Ampliación de la empresa____

Inversión en nueva tecnología____

Otro: _____

11. ¿Cuál de las siguientes características considera usted para tomar una decisión en el aspecto financiero de su negocio?

Corto plazo____ Largo plazo____ intuición____

otros_____

12. ¿Cuándo usted tiene que tomar una decisión de tipo financiero a quien recurriría?

Contador____ Administrador____ gerente de banco____ consultor____

Empresas de consultoría____ otro: _____

13. ¿Qué plazo es el que necesita para poder pagar el crédito?

3 a 6 meses____ 7 a 12 meses ____ 13 a 18 meses _____

14. ¿Con respecto al financiamiento obtenido, que tipo de mejora espera obtener?

Mejora en su producción____ mejora en sus ventas ____

Mejores ganancias ____ otro: _____

comentario:

¡Muchas gracias por su cooperación al contestar este cuestionario!

Anexo 2

Glosario de términos

Acrecentar: Aumentar el tamaño, la cantidad o la importancia de algo.

Adiestramiento: busca desarrollar habilidades y destrezas de carácter más que nada físico, es decir, de la esfera psicomotriz. El adiestramiento se imparte principalmente a obreros y empleados que manejan máquinas y equipos aplicando un esfuerzo físico.

Afianzar: Poner firme una cosa, reforzarla o sujetarla bien.

Alternativa: Es una acción que pueden ser elegidas o tomadas en alguna circunstancia.

Capacitación: Es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal.

Conocimiento: Hechos o información adquiridos por una persona a través de la experiencia o la educación, la comprensión teórica o práctica de un asunto referente a la realidad.

Decisión: Es el producto final del proceso mental-cognitivo específico de un individuo o un grupo de personas u organizaciones, el cual se denomina toma de decisiones, por lo tanto es un concepto subjetivo

Estrategia: Plan ideado para dirigir un asunto y para designar al conjunto de reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.

Factor: Un factor es un elemento o una concausa (cosa que, junto con otra, es la causa de un efecto).

Financiamiento: Se designa con el término de Financiamiento al conjunto de recursos monetarios y de crédito que se destinarán a una empresa, actividad, organización o individuo para que los mismos lleven a cabo una determinada actividad o concreten algún proyecto, siendo uno de los más habituales la apertura de un nuevo negocio.

Gestión: Es la asunción y ejercicio de responsabilidades sobre un proceso (es decir, sobre un conjunto de actividades) lo que incluye:

Interés: Es un índice utilizado para medir la rentabilidad de los ahorros e inversiones así también el costo de un crédito bancario. Se expresa como un porcentaje referido al total de la inversión o crédito.

Indicador: Cuantificador, entendido como procedimiento que permite cuantificar alguna dimensión conceptual y que, cuando se aplica, produce un número. Suele ser empleado para comparar desempeños entre períodos o entre entornos geográficos o sociales.

Optimización: Es la acción y efecto de optimizar. Este verbo hace referencia a buscar la mejor manera de realizar una actividad.

Rendimiento: Refiere a la proporción que surge entre los medios empleados para obtener algo y el resultado que se consigue. El beneficio o el provecho que brinda algo o alguien también se conocen como rendimiento.

Rentabilidad: Es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o ganancia; por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera mayores ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gastos, un área o departamento de empresa es rentable cuando genera mayores ingresos que costos.

Técnica: Es un procedimiento o conjunto de reglas, normas o protocolos que tiene como objetivo obtener un resultado determinado y efectivo, ya sea en el campo de las ciencias, de la tecnología, del arte, del deporte, de la educación o en cualquier otra actividad o destrezas.

Utilidad: Asumiendo la validez de esta medida, se puede hablar con sentido de aumentar o disminuir la utilidad, y por lo tanto explicar el comportamiento económico en términos de los intentos de aumentar la utilidad. A menudo se modela utilidad como siendo afectada por el o dependiendo del consumo de varios bienes y servicios, la posesión de la riqueza y el gasto de tiempo libre.

Anexo 3

Obtención de la Muestra

Como menciona Fischer, L. y Navarro, A. (1996). Para que la muestra alcance su meta preestablecida debe reunir lo siguiente:

Figura 7

Objetivos y Ventajas de la muestra

Objetivos	<ul style="list-style-type: none">❖ Representativa <p>Sus elementos deben presentar las mismas cualidades y características del universo.</p> <ul style="list-style-type: none">❖ Suficiente <p>Sus elementos seleccionados, si bien tiene que ser representativa del universo debe estar libre de errores</p>
Ventajas	<ul style="list-style-type: none">❖ Menor costo❖ Menor tiempo❖ Confiabilidad❖ Control

Fuente: Fischer L & Navarro L. (1996). Introducción a la investigación de mercados

Tamaño de Muestra

El tamaño de muestra debe garantizar las estimaciones que se realicen para cada una de las variables, determinar el tamaño de muestra es un problema muy complejo pues aun que se utilicen las formulas expuesta, hay otros factores que se deben considerar como si el universo es heterogéneo o si el tamaño de la muestra es tan grande.

El tamaño de la muestra se obtendrá mediante la siguiente formula (Navarro, 1996).

Formula

$$n = \frac{\sigma^2 N p q}{\sigma^2 N p q}$$

$$e^2(N-1)+\sigma^2 p q$$

Donde

σ = nivel de confianza

N = universo o población

p = probabilidad a favor

q = probabilidad en contra

e = error de estimación (precisión en el resultado)

n = número de elementos (tamaño de la muestra)

El tamaño de la muestra se calculó utilizando los siguientes valores, los cuales se sustituyeron en la expresión.

Donde:

$\sigma = ?$

N = 5%

p = 1.96

q = 50%

e = 50%

n = 61

Formula:

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

Sustitución:

$$n = \frac{1.96 \times 61 \times 0.50 \times 0.50}{(0.05)^2(61-1) + 1.96 \times 0.50 \times 0.50}$$

$$n = \frac{29.89}{0.64} = 46$$