

Análisis de financiamiento para locatarios en el mercado República de San Luis Potosí.

Área de investigación: Administración de la micro, pequeña y mediana empresa

Diego Andrés Lasso Pérez

Universidad Autónoma de San Luis Potosí

México

dianlasso@hotmail.com

Jorge Edgardo Borjas García

Instituto Tecnológico de San Luis Potosí

México

jeborjas@gmail.com

Louis Valentín Mballa

Universidad Autónoma de San Luis Potosí

México

luigivaldo@hotmail.com



Octubre 5, 6 y 7 de 2011
Ciudad Universitaria
México, D.F.

XVII CONGRESO INTERNACIONAL DE CONTADURÍA ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

Clayton G. B. Marinho / Pexels (Imagen) / Fotografía: Arto / Lightstream

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



ANFECA
Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

Análisis de financiamiento para locatarios en el mercado República de San Luis Potosí.

Resumen

La finalidad de la investigación es conocer, describir y analizar las modalidades de financiamiento utilizadas por los locatarios del Mercado República de San Luis Potosí. Se busca destacar la importancia y relevancia de este tipo de financiamiento en la sostenibilidad y funcionamiento de los negocios, volviéndolos competitivos. En el caso particular del Mercado República, resulta que por falta de financiamiento de los negocios por “vías legales o convencionales”, los micro empresarios se ven obligados a recurrir a otros tipos de mecanismos para acceder a los microcréditos, dando paso a modelos de financiación alternativos alejados del marco legal establecido por el Banco de México, conocidos como “préstamos informales”. Los resultados de la investigación han mostrado que éste tipo de préstamos es la única forma para los pequeños comerciantes de sortear los apuros económicos y obtener así capital de trabajo, que les permita cumplir con sus obligaciones laborales y familiares. Sin embargo, no se percatan de los riesgos de dicha práctica y de los intereses que pagan. No cabe duda que éste fenómeno no es limitativo a este caso de estudio, sino que es recurrente en los grandes centros de abastos de la Republica Mexicana.

Palabras claves:

Sector Informal - Financiamiento - Préstamos - Microcréditos - Microempresarios.

Octubre 5, 6 y 7 de 2011
Ciudad Universitaria
México, D.F.

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

Delimitación:

La investigación se hizo en la ciudad de San Luis potosí, ya que reúne las siguientes características: Es donde se agrupa la mayor parte de la población del estado, se aglutina el sector comercial y empresarial en especial en las zonas industriales y se concentra el poder ejecutivo del estado. Y el Mercado República por la calidad de los comerciantes establecidos en dicha zona, por cuanto es una de las franjas con mayores niveles de comercio en el centro de la ciudad.

Antecedentes y planteamiento del Problema:

El dinero prestado en pequeñas proporciones, definitivamente es un gran aliciente para las familias menos favorecidas, y es un factor importante que les permite cumplir con sus obligaciones e invertir en la satisfacción de sus necesidades. (DAES y FNUDC, 2006). Donde las microfinanzas son parte de la vida cotidiana de las MIPYMES, pequeños comerciantes y personas del común que buscan mejorar su calidad de vida a partir de la adquisición de un dinero extra para cubrir sus necesidades personales y comerciales. A su vez, el microcrédito se ha convertido en una lucha en contra de la reducción de la pobreza, que facilita la inclusión de los desposeídos económicamente para el mejoramiento del entorno social, económico y humano. Tal objetivo se ha plasmado en México a través de la implementación de los programas del PRONAFIM (Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario) y el fondo para el desarrollo rural (FIRA). Tal hecho se ha transformado en un reto para las microfinanzas, direccionadas a atender a la población pobre, que ascienda a 47.2 millones de personas (Coneval, 2008).

En la actualidad son muchos los aspectos por los cuales se recurren a los diferentes tipos de financiamiento existentes en el mercado tanto privados como públicos, que en el caso de los pequeños comerciantes es una forma de cumplir con sus necesidades familiares y la de sus negocios, donde la destinación de estos recursos van dirigidos al consumo de sus dependientes económicos (hogares) y la continuación de sus actividades comerciales. Sin embargo, hay múltiples inconvenientes que afrontan esta clase de comerciantes para acceder a un crédito dentro del sistema financiero mexicano, entre los cuales sobresalen: a) Legalidad en la formación de sus negocios. b) Falta de garantías y avales como respaldo para el pago de la deuda. c) La no existencia de información contable, financiera y administrativa coherente con sus negocios. d) Poca relación con el sistema financiero, donde el historial crediticio es una gran falencia y e) Desconfianza en el sistema financiero, incluso alejado de la realidad.

Lo anterior, genera obstáculos para la clase micro empresarial y no le permite tener libre acceso al financiamiento formal precisamente por la falta de garantías en sus labores realizadas, adicionalmente, se consideran exagerados los múltiples requisitos que solicita el sector financiero, los plazos y el pago de las acreencias como algo excesivo y molesto, lo cual ocasiona estar alejados del vinculo financiero. Esto crea razones para que esta clase de empresarios busquen su financiamiento en la informalidad recurriendo a proveedores, familiares, amigos, vecinos y conocidos principalmente, e incluso en la economía subterránea con los prestamistas particulares o bien llamados “agiotistas”, que en ciertos casos, la necesidad de estos recursos crea un riesgo en las relaciones comerciales al igual que para sus negocios. El grave inconveniente que afrontan los beneficiarios de esta clase de financiamiento, es el alto costo que debe asumir, que en el largo plazo repercute sobre la capitalización de sus negocios.

<http://informacongreso@fca.unam.mx>

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08



División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

Justificación:

Con la realización del presente estudio, se pretende conocer, describir y analizar las formas de financiamiento de los pequeños comerciantes tomando como referencia el Mercado República de la ciudad de San Luis Potosí. Y vislumbrar la problemática que les aqueja todos los días para poder financiar las rutinas de sus negocios, y así crear riqueza para ellos mismos. Igualmente el beneficio social, económico y cultural que se pretende con esta investigación es para los comerciantes del sector, los cuales buscan un capital de trabajo confiable, creando conciencia entre ellos, para que vean las bondades de otras alternativas de financiamiento como una elección que les permita mejorar las calidades de sus negocios, volviéndolos más rentables y así mejorar sus condiciones de vida. Desde la visión académica los conceptos administrativos y económicos están inmersos y hacen parte del diario vivir; también se intenta hacer un llamado a las instituciones financieras para que vean en los locatarios del sector a unos potenciales clientes. Por último, es de gran significado este problema de investigación por cuanto el modo de financiamiento acondiciona el uso de la economía subterránea el cual en la mayoría de los casos es propulsor de los muchos desordenes sociales que aquejan a una comunidad, en especial la Potosina.

Objetivo:

Analizar el financiamiento de pequeños comerciantes en el Mercado República.

Preguntas de Investigación:

1. ¿Cuáles son las características de los negocios y perfiles de los negociantes del sector?
2. ¿Qué determina los tipos de financiación de los comerciantes?
3. ¿Cuáles son los motivos que tienen los comerciantes para buscar el financiamiento a través de la economía informal y subterránea?

Supuestos:

- Por falta de apoyo financiero de la banca y de instituciones gubernamentales, los comerciantes del Mercado República recurren a préstamos informales.
- Por falta de educación financiera los comerciantes del Mercado República pagan altos intereses a los “prestamistas informales”.

Marco Teórico:

El Financiamiento

Se conoce por financiamiento el conjunto de recursos monetarios que se obtiene para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas adquiridas en calidad de préstamo que sirven para complementar los recursos propios designados para la puesta en marcha del negocio (Sólorzano, 2008); en la búsqueda de otras definición del término, ineludiblemente remite al significado de fuentes de financiamiento, siendo aquella estructura que provisiona de dinero necesario al momento de financiar la empresa y a quien ha de administrarla; así las cosas de los muchos aportes de los estudiosos de la ciencia administrativa y financieras la palabra financiamiento se enmarca en un contexto dado (Aguirre, 1992.).

Según el glosario del sistema financiero del Banco de México, el financiamiento es aquel conjunto de recursos de capital utilizados para ejecutar una actividad económica, generalmente sumas de dinero que se toman en préstamo las cuales, sirven de complemento a los recursos que

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

Fax 52 (55) 5616.03.08

se tienen para poner en marcha la empresa. Un financiamiento óptimo es aquel que minimiza los costos del capital de la empresa y reduce el riesgo para sus acreedores y propietarios; los recursos en la empresa pueden ser aportado por su propietario o socios (recursos propios) o buscados a través, de otras entidades que les facilita el dinero con intereses y comisiones adicionales, conocidas como fuentes externa; dichos recursos pueden ser adquiridos para suplir diferentes necesidades, desde la compra de bienes hasta la de pagar proveedores, logrando la empresa con el financiamiento mantenerse económicamente estable, proyectarse a futuro y expandirse. (Instituto Politécnico, 2010). Entenderemos entonces, el concepto de financiamiento como aquellos recursos financieros externos, adquiridos por los empresarios para suplir sus necesidades inmediatas, tales como sostenibilidad, crecimiento, fortalecimiento, implementación o expansión, entre otras, adquiridos a corto, mediano o largo plazo, en busca de mejorar la rentabilidad de su negocio.

En el estudio de la ciencia administrativa y financiera se conoce a las fuentes de financiamiento como estructura financiera y hacen parte de ella diferentes actores del sistema financiero, en México el sistema financiero lo conforman el Banco de México, las instituciones de crédito de Banca múltiple y de Banca de Desarrollo, el Patronato del Ahorro Nacional y por las organizaciones auxiliares de crédito, las instituciones de seguros y finanzas y la Bolsa Mexicana de Valores, todos estos coordinados por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a través de tres comisiones y el Banco de México. De tal suerte que el crédito es una de las principales fuentes de financiamiento en sus distintas modalidades ya sea con la banca comercial o la de desarrollo, siendo un sistema de liquidez inmediata perteneciente a las fuentes formales, por tanto el sistema bancario irriga créditos para el sostenimiento de las pequeñas empresas, provisionando dinero a los proyectos que generen desarrollo al país, esto hace la banca de desarrollo dentro del cual encontramos el Programa Nacional de Financiamiento del Desarrollo y la Nacional financiera (NAFIN) (Banco de México).

Financiamiento de las MIPYMES.

La importancia de estas ha radicado en la cantidad de establecimientos comerciales que en los últimos años se ha generado alrededor del mundo, al ser las Pymes una oportunidad de los grupos en desventaja económica se han iniciado y consolidado como una alternativa inteligente de mejoramiento de calidad de vida de las familias. Las micro y pequeñas empresas generalmente son de propiedad familiar, su radio de operación es reducido y su fuente de financiamiento es propio; realiza actividades de ventas, administración y producción; existiendo así las microempresas familiares, competitivas y las ligadas a consorcios; en lo concerniente al número de trabajadores y volúmenes de venta, puede estar conformada en Micro industria, industria pequeña e industria mediana; los anteriores son rasgos, características y tipos de Pymes, las cuales cumplen algunas funciones importantes en la sociedad, tal como es el responder a la demanda de las necesidades concretas del consumidor, ser creadoras de los sus propios productos y servicios; destacándose por ser generadoras de empleo y grandes contribuyentes del crecimiento económico y productivo del país, tan es así que en México se cuentan con 90% de microempresas, 5.8% son pequeñas y medianas empresas y el 2% son grandes (Carrasco, 2005). Las Pymes así como cualquier otro tipo de organización tiene problemas que en ocasiones limitan su crecimiento y sostenibilidad, entre los que encontramos, poca eficiencia debido a la falta de una dirección profesional; el ser generalmente de indole familiar ocasiona que en la toma de decisiones estratégicas y operativas, no se separase los problemas familiares de los empresariales; otro inconveniente, que vendría a ser el más importante es la poca o nula existencia de programas

http://co
informac
Teléfono

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

de financiamiento, o en el peor de los casos, si llega a existir algún tipo de financiamiento la cantidad de tramites para la obtención de los recursos ocasionan que sus administradores declinen de dicha opción (Carrasco, 2005).

Tenemos entonces que el comportamiento en la estructura financiera de las Pymes se circunscribe a diferentes teorías financieras, empezando por la teoría de de la jerarquía o Pecking Order (ley del mas fuerte), citada por *Donaldson (1961)*, donde se sostiene que la principal fuente de financiamiento son los recursos propios entendidos como beneficios retenidos y aportaciones de los propietarios ya que esto implica para la empresa autonomía y control, y en el evento de necesitar dinero adicional aprueban la adquisición de un crédito bancario. Refieren al Pecking Order (ley del mas fuerte) en el entendido de que las pequeñas empresas se ven obligadas en un momento dado a obtener créditos para su financiación con entidades más fuertes que desconocen el negocio y que solo les interesa obtener el reembolso a corto plazo como medida de protección de su inversión, lo que origina a los pequeños empresarios emplear créditos con mayor costo asumiendo un riesgo mayor para la estabilidad de su negocio (Chittenden, Hall y Hutchinson, 1996). (Gómez, García, & Marín, 2009). Esta teoría se basa en los costos de asimetría de la información, la cual se origina cuando un -Agente- tiene mayor información que otros. La parte menos informada decide imponer unos costos a la otra para disminuir de esta forma la vulnerabilidad y el riesgo a la que está expuesta. Por ello, la mayoría de Pymes deben dar prioridad a la *jerarquía* en sus decisiones financieras: en primer lugar, recurrir al financiamiento interno (utilidades retenidas) , segundo, escoger la deuda más segura antes que riesgosa, y en tercer lugar poner en venta acciones, que para la mayoría de los casos representa una posibilidad bastante baja. Cuando no existen utilidades lo mejor es financiarse con deuda que con el patrimonio, precisamente por el disyuntiva del costo de información asimétrica. (Wadnigar & Cruz, 2008).

Teoría del Ciclo de Vida expuesta por Weston y Brigham (1981), basada en que el ciclo de vida de las empresas coincide con sus necesidades financieras, así Berger y Udell (1998) relacionan el modelo de la empresa según el tamaño, edad, información y tipos de financiamiento empleado por la Pyme, resaltando que la empresa pequeña, joven y con información más escasa utilizan los recursos propios, crédito comercial (Gómez *et al* .,2009), y business angels (inversiones Ángeles), que es la inversión hecha por una persona con amplio conocimiento de determinado sector y con capacidad de inversión, que impulsan el desarrollo de proyectos empresariales con alto potencial de crecimiento en la primera etapa del negocio, a diferencia de los inversores tradicionales y del capital riesgo, no se involucra en el día a día, su decisión de inversión esta movida por satisfacción profesional, vinculación familiar y otros motivos distintos a los estrictamente financieros.(Red Española de Business Angels). Basándose en este mismo enfoque teórico (Gregory, Rutherford, Oswald, & Gardiner, 2005) se ha podido demostrar que empresas más grandes estén dispuestas a utilizar la deuda pública por emisión de acciones o financiación a largo plazo. (Gómez *et al* .,2009).

La tercera teoría del financiamiento de las Pymes es la llamada de la Agencia, (Jensen y Meckling, 1976), la cual, analiza las opciones de financiamiento bajo la luz de los costos de transacción, al pretender la firma de un contrato, indicando la existencias de diferentes tasas de interés y parámetros distintos del contrato, que en un momento dado generan diferentes percepciones de riesgo, afectando al contrayente, puesto que se puede presentar altas tasas de interés, aumento en costos del crédito y daño moral. Asumiendo la idea de que el financiamiento

http://co

informac

Teléfono

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08

externo es mucho más costoso que el financiamiento interno, ocasionado por la asimetría de la información (Beck, Demygur & Martínez 2003). (Gómez *et al.*.,2009). Cuando hacemos referencia a la situación de *Agencia* hablamos de una persona -Principal- que otorga determinada autonomía -explícita o implícita- a otra -Agente- conforme a los intereses del Principal, sin embargo, entre los dos existe una falta de coherencia de intereses. Porque el Principal está interesado en buscar un beneficio o utilidad hacia la empresa -maximización de ingresos-, caso contrario el interés del Agente que pretende maximizar su renta personal. (Manasliski & Varela, 2009)

Teoría del Racionamiento del Crédito de Stiglitz y Weiss (1981), parte de la idea que la mecánica de los bancos para otorgar préstamos es en función de las tasas de interés que esperan recibir y el riesgo que implica el préstamo, dicha tasa se puede afectar de dos maneras: 1). El efecto de selección adversa: referente a las diferentes posibilidades que tienen los prestatarios de rembolsar el préstamo, ya que no es fácil saber con certeza por parte del banco quien es buen cliente y 2). Las acciones de los prestatarios (efecto de incentivo): refiere a que el banco no puede controlar las acciones de los prestatarios, por eso surge el contrato como el acuerdo de voluntades entre las partes, para ser respetados. (Gómez *et al.*.,2009). De ese modo, lo mejor para los banco es restringir el crédito, ya que no pueden diferenciar entre deudores buenos, de bajo riesgo, y dueños malos, de alto riesgo (Gómez & Reyes, 2002) y buscar prestatarios que representen menor riesgo, lo cual va en contraste con el contexto de la Pymes.

En esta teoría se vislumbra la restricción de los pequeños empresarios a la obtención del crédito y según López-Gracia y Aybar-Arias (2000) entre más pequeña la compañía mayor es la restricción; hipótesis que ha sido sostenida partiendo de la relación entre el crecimiento de las pequeñas empresas y la disponibilidad de financiamiento externo; Chittenden (*et al.*, 1996), encuentra bajo este criterio que la sobrevaloración de los fondos internos y la importancia de las garantías colaterales, tienen mayor restricción en el crecimiento económico de las pequeñas empresas. Así, el historial crediticio juega papel preponderante y limita el acceso a la banca, estando limitadas en su crecimiento por los diferentes parámetros establecidos por el sistema financiero, siendo una limitante y un problema para la pequeña empresa; Así cuando la Pymes enfrentan rechazos en sus solicitud de financiamiento externo, no sólo en los bancos, sino en otras instituciones financieras es como si quedaran marcadas y racionalizada su historial crediticio (Gómez, *et al.*, 2009). Cowling y Mitchell (2003) aplicando esta misma teoría del racionamiento sostienen que el éxito o fracaso de las solicitudes de préstamos de pequeñas empresas, está limitado también por el propósito del préstamo y la estructura legal de la empresa. Así mismo el límite dado por la falta de información que tienen los bancos de las Pymes que pueden ser confiables, ocasionado por la no utilización por parte de la pequeña empresa de una contabilidad de gestión avanzada, todo esto da como resultado que los intermediarios financieros no dispongan de otra fuente que las relaciones interbancarias, coloca a las Pymes en una situación de desventaja (Bass y Schooten, 2006). (Gómez, *et al.*., 2009). Por lo tanto, en las Pymes se denotan la existencia de dos grandes fuentes de financiamiento las internas que son asumidas con recursos propios de los dueños o socios de la empresa, y las externas que son los recursos adquiridos por otras entidades diferentes que prestan el dinero a cambio del pago de intereses y comisiones, pero sin intervenir en la toma de decisiones de la empresa que adquiere dichos recursos (Sánchez, Cano, & Salas, 2007).

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08



ANFECA
Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

Otras fuentes de financiamiento adicionales a las del Sector Financiero

Al poner en marcha una idea de negocio se estudia, planea y calcula un sin número de alternativas referentes al dinero con el cual se va dar inicio a la empresa, es decir, buscar el “Capital Semilla”. Al momento de definir entre las muchas opciones que se presentan en el mercado financiero, surgen dentro de su estructura según Mansell (1994): la división de las fuentes de financiamiento formal e informal; encontrándose en las primeras aquellas alternativas ofrecidas por el sistema financiero regulado por el Estado; y las segundas, las no reguladas, tales como los préstamos de amigos y parientes, que traen consigo amarrado para su pago algunas garantías de carácter personal como pueden ser renta de tierra, compra de insumos, entre otras; también se encuentra los agiotistas profesionales, monte de piedad, y prestamistas prendarios. (Navarro, Sánchez, Bravo, & Zazueta, 2007).

En México desde la crisis económica de 1994, los bancos han venido reduciendo la oportunidad a las empresas para la adquisición de recursos, lo que conllevó a las Pymes y al comercio en general buscar ingeniosamente fuentes de financiamiento no bancarias, es decir, otras alternativas de financiamiento, en donde surge sin lugar a duda como principales las siguientes (Sánchez *et al.*, 2007):

- Crédito de proveedores: Esquema al cual se ven avocados los pequeños empresarios, ya que este tipo de crédito les da facilidad al depender del monto de la operación, periodo de amortización, la naturaleza de la competencia entre los proveedores, etc., siendo este el valor de diferencia entre la compra, el crédito y el valor de contado, llamado descuento por pronto pago.
- Las Tarjetas de Crédito de las tiendas departamentales: Son otorgadas por grandes cadenas de crédito tales como Wal-Mart, Sam's, Liverpool, Elektra, Soriana, etc., dando facilidades como la compra de productos sin pagos de interés llamados créditos al consumo, siendo una importante opción de financiamiento de insumos, porque dichas tiendas cuentan con variedad de productos.
- La venta o renta de activos obsoletos o no estratégicos: Esta modalidad representa la capacidad de la empresa de dar valor a lo que para ella ya no lo tiene, en otras palabras aumentar sus ingresos a partir de la venta de bienes muebles o inmuebles que no utiliza y que por el contrario son un gasto innecesario. Un ejemplo de esto es comprar inventarios y aprovechar descuentos por pronto pago con sus proveedores.
- Arrendamiento de activos del fabricante: Es la modalidad de minimizar costos en la compra de equipo para la empresa, por el contrario se opta por la modalidad de renta de los mismos.
- Patrocinio, subsidios y apoyos de los proveedores: Estos hacen parte de las estrategias de mercadotecnia, en donde los empresarios buscan a través de sus proveedores la posibilidad de reducir costos mediante patrocinio, subsidio o apoyo al momento de promocionar y vender su producto, lo cual puede traducirse en dinero efectivo o bienes para la marcha adecuada de la empresa. (Sánchez *et al.*, 2007).

Ventajas y desventajas de las fuentes de financiamiento.

Tanto las fuentes formales como las informales en mayor o menor grado representan un beneficio para los pequeños comerciantes, tenemos que el financiamiento comercial y la banca de desarrollo a través de las Sociedades Financieras de Objeto Limitado (Sofoles), los Fideicomisos públicos que otorgan financiamiento al público en general, el Banco del Ahorro Popular y Servicios Financieros (Bansefi) y el NAFIN (Nacional Financiera), presentan un sistema de

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08

financiación a corto plazo, representando un costo de oportunidad porque no representa variación alguna con respecto a la compra inmediata del producto, ni se limita el financiamiento a la compra de tal o cual producto o insumo, ya que el adquiriente del crédito lo puede destinar libremente; dentro de las desventajas señaladas están el alto costo de las tasas de interés que incrementan el costo financiero y las cuotas a pagar, siendo probable que el empresario no cumpla con el pago oportuno (Banco de México).

Dentro de las fuentes informales empezando por los créditos de proveedores, es una de las modalidades más utilizadas hoy en día porque representan un financiamiento más económico, es directo al capital de trabajo de la empresa, se utiliza por el pequeño comerciante con la única condición de comprar los productos o servicios a determinado proveedor, aunque también presenta algunas desventajas como es que el proveedor puede aprovecharse e inflar los precios para recuperar los costos del crédito, y se ve limitado el financiamiento puesto que el recurso solo se puede utilizar para la adquisición de tales bienes y servicios.

Las tarjetas de crédito de las tiendas departamentales, resultan ser prácticas cuando no se cuenta con liquidez, a demás al pactarse venta de productos en las tiendas departamentales que ofrecen dicho servicio de tarjetas sin interés a 6 o 36 meses, asumen estas el costo de financiamiento, asumiendo la pérdida de la utilidad en beneficio de la venta por volúmenes y logran mantener el precio de contado. En este ramo se tiene el caso de Elektra que para el 2002 termina convirtiéndose en Banco Azteca, donde incluso dan facilidad para el pago de las cuotas de los créditos ya no de manera mensual sino que se crea el pago semanal.

En la venta o renta de activos obsoletos o no estratégicos existe la posibilidad para el empresario de hacer más productivo su negocio, porque se disminuye costos de almacenamiento y mantenimiento de activos no indispensables, además la renta puede ser más económica y no presenta costo financieros, actualizando así la empresa sus inventarios. Pero tienen como desventaja que el precio de venta de los bienes inmuebles obsoletos es muy bajo, terminando ésta por poseer muchos activos para la renta o venta (Sánchez *et al.*, 2007).

El Arrendamiento de activos del fabricante, esta modalidad de fuente de financiamiento representa para él comerciante un beneficio al preservar el capital para ser destinado en otras inversiones, son una ventaja fiscal al estar exentos del pago de impuestos, elimina el pago de enganches y pagos de contado, el trato es directo comprador – proveedor, quienes realizan un acuerdo base del pacto de negociación y en términos castizos, se da nuevamente valor a la palabra, sin querer decir que no se formaliza el negocio. Algunas de las desventajas que presenta son los costos altos que pueden llegar a representar, se utiliza primordialmente para la adquisición de bienes muebles o inmuebles, teniendo así el proveedor control sobre el financiamiento.

Patrocinio, subsidios y apoyos de proveedores en esta fuente de financiamiento se denota que es directamente proporcional al beneficio que recibe la marca patrocinada, puesto que el pequeño comerciante puede pactar beneficios directos tales como toldos, pintura de fachada para mejorar la imagen de su negocio y el patrocinado se favorece con la campaña publicitaria viendo incrementadas sus ventas, por tanto son más las ventajas y en este caso recíprocas que tiene tanto patrocinado como patrocinador (Sánchez *et al.*, 2007).

<http://co>

informac

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08

Requisitos y procedimientos para el financiamiento.

1. El Crédito de Proveedores.

Este sistema es conocido en el mundo financiero como *el poder del dos*, así lo denomina Cordón y Vollmann citados en el Blog, E.E (2007), quienes lo describen como aquellas relaciones tradicionales entre proveedores y clientes en colaboraciones óptimas. Presentándose una relación simbiótica de necesidad recíproca, donde el cliente y proveedor se benefician; clasificándolo como un método para que la empresa gane ventaja competitiva. El colocar en marcha el *poder del dos* refiere de algunos cambios en la empresa, así como en la de sus proveedores o clientes más importantes, el cual presenta los siguientes aditamentos a la empresa: a) Elimina tareas innecesarias. b) Reduce los costes soportados por ambas partes logrando mejoras en el conjunto y c) Aumenta su cuota de mercado; alcanza un crecimiento significativo, y crea capacidades que no puede copiar la competencia.

El proceso básico con el que se puede describir esta modalidad de crédito, se encuentra enmarcado por la facultad o poder que tiene el proveedor de hacer uso de la mercancía en el momento que lo determine, hasta tanto no se haya sufragado el costo por parte del cliente. Así el proveedor permite el disfrute de la mercancía o de su dinero, por parte del cliente; es esta la característica que origina que se denomine forma de financiamiento, ya que se da inicio a la misma desde el momento mismo en que se entrega la mercancía o dinero (Boedo, 2007). Desde una visión contable aumenta en el activo la cuenta de mercancía y en el pasivo lo haría la cuenta de proveedores, es lo que se conoce como crédito comercial o crédito de proveedores, encontrándose dentro de las fuentes financieras a corto plazo, ya sea que se abone al contado o a plazo, el coste así sería nulo. En esta modalidad se utilizan nomenclaturas especiales tales como (Boedo, 2007): Pc: Plazo de contado; Pp: Plazo de pago; D: Descuento por pronto pago.

2. Las Tarjetas de Crédito de las tiendas departamentales.

Hoy en día las tarjetas de crédito o el llamado dinero plástico, juegan un papel importante en la vida diaria de los consumidores, empresarios y ejecutivos, por eso al momento de seleccionar la tarjeta apropiada y el emisor correcto (Banco, cooperativa de crédito, tienda departamental, u otra institución de servicios financieros) debe examinarse los pro y contra esto en referencia a las tasas de interés y plazo, donde cada emisor determina (HSBC, 2009):

a) Tasa porcentual anual; b) Período de gracia; c) Método de cálculo de saldo pendiente; d) Cargos y cuotas que pueden aplicarse y e) Importe del pago mínimo. Normalmente cuando se ha tomado la decisión de tener una tarjeta, se plasma dicha voluntad en un contrato de crédito que se firma con el emisor de la misma.

3. La venta o renta de activos obsoletos o no estratégicos.

Esta fuente de financiamiento es importante en la Administración financiera actual, donde las empresas valoran diversificar las fuentes de recursos que le dan sustento a su empresa o negocio, entre bancos, proveedores y otros; tal es el caso del *leasing*; aquí se le da valor a las máquinas y equipos que pueden terminar desechando, convirtiéndolos en valor agregado para su empresa, porque no se concibe la idea de que la empresa deje un equipo como parte de pago de un crédito bancario, siendo esto lo que facilita las operaciones mediante venta o renta de activos obsoletos o no estratégicos (Ortúzar, 1995). Consiste entonces que a petición de un cliente que desea usar un bien determinado, un ente especializado, denominado empresa de leasing, lo adquiere para sí por encargo de su cliente y se lo da en arrendamiento, durante cierto tiempo, mediando un pago por tal uso y pudiendo el cliente, al término del período de uso, adquirirlo para sí o devolverlo a la

empresa de leasing. De tal suerte que se formaliza mediante un *contrato de leasing* que trae consigo diferentes beneficios, entre los que encontramos: Es una fuente excelente de financiación donde se logra el total de la operación, conservando capital de trabajo, oportunidad de renovación tecnológica, aumento de la capacidad de endeudamiento, facilidad de pago, flexible, a largo plazo con opción de compra y da solución oportuna a las necesidades de la empresa; incluye otros servicios como mantenimiento entre otros (Ortúzar, 1995).

4. Arrendamiento de activos del fabricante.

Esta modalidad de financiamiento, se define bajo la existencia de dos requisitos fundamentales la figura del arrendador y la del arrendatario, en donde el primero como dueño activo cede al segundo por un espacio de tiempo, a cambio del pago de una renta el derecho a usar la cosa, a diferencia del leasing no aparece la figura de opción de compra. (Van, 2002).

5. Patrocinio, subsidios y apoyos de proveedores.

Esta fuente está determinada por las reglas impuestas por los proveedores, donde tanto patrocinios como apoyos, son respuesta a una necesidad del proveedor, ya sea mantenerse en el mercado, abarcar un mercado geográfico débil o introducir un producto nuevo, por tanto los requisitos aquí son mínimos por no decir, único como lo es la exclusividad en la promoción del producto por parte del empresario. (Sánchez *et al.*, 2007).

Metodología:

Esta investigación se base en el *enfoque cualitativo* tal como lo dice (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006), donde la recolección de la información se hizo sin medición numérica, con el fin de hacer un proceso interpretativo de la misma. Con las siguientes características: a) Existe un problema, sin seguir un proceso definido; b) Se examina un fenómeno social; c) No se probarán hipótesis; d) La recolección de datos se centrará en obtener perspectivas y puntos de vista de los participantes; e) Existirá una interacción con los individuos y grupos a analizar; f) La técnica a utilizar para recolectar datos será la observación y entrevistas abiertas; y g) Se pretende descubrir hechos a partir de los actores estudiados.

La presente investigación es de *diseño no experimental*, es decir, se analizará el fenómeno observado dentro de su ambiente natural (Hernández *et al.*, 2006), puesto que los hechos ya han sucedido al igual que sus efectos, lo cual no genera bases para su manipulación. Dentro del diseño su aplicación será de *forma transaccional*, es decir, para el caso de las entrevistas la recopilación de la información se hizo en un momento determinado (tiempo único), con el propósito de describir y analizar las incidencias e interpretación en el momento. El alcance de estudio a seguir será el *descriptivo - explicativo*, puesto que teniendo en cuenta lo afirmado por (Hernández *et al.*, 2006); el primero de ellos, busca describir tendencias de un grupo o población o cualquier otro fenómeno que se analice (Danhke, 1989, citado por Hernández *et al.*, 2006). Para complementar el tipo de investigación se acudirá al segundo proceso de estudio, con el fin de establecer una explicación a las causas que rodean el fenómeno a investigar.

Metodología, método y técnicas.

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

METODOLOGÍA			
Enfoque	Diseño	Alcance	Muestreo
Cualitativo	No Experimental	Descriptivo - Explicativo	Convencional Caso Tipo
			<i>Uso de Informante Clave</i>
MÉTODOS			
Estudio de caso Procedimiento de la investigación.		Hermenéutica La cual fue utilizada para la respectiva interpretación de la entrevistas	
TÉCNICAS RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN		TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS	
<ul style="list-style-type: none"> - Observación. - Entrevistas no estructuradas - Entrevistas semiestructuradas 		- Análisis del discurso	
Utilización de Técnica RAPPORT .			
Herramientas Utilizadas			
<ul style="list-style-type: none"> *Grabadora digital *Computadora Portátil. 			

Fue

n: *Elaboración Propia.*

Resultados

Los colaboradores del estudio fueron pequeños comerciantes de la zona del centro de la ciudad de San Luis Potosí específicamente del Mercado República, los cuales presentan una grave problemática de financiamiento desde hace varios años, dependiendo de ella para la respectiva realización de sus actividades diarias de comercialización de productos; de igual manera las personas tenidas en cuenta para la muestra representativa se escogieron de manera informal a juicio personal del investigador al considerarse una muestra no probabilística, que pretende dar mayor importancia a la recolección y análisis de los datos. (Hernández *et al.*, 2006). Los locatarios de la zona del Mercado República son personas de origen humilde cuyos negocios en la mayoría de los casos va de generación en generación, donde la motivación principal es sacar adelante a sus familias permitiéndoles tener expectativas de mantener un negocio modesto, el cual les brinde la posibilidad de subsistencia a sus allegados, a la par existe el deseo de ser independientes. La característica en común de estos negocios son las necesidades de financiamiento, primero para cubrir los requerimientos del negocio y segundo para satisfacer las premuras familiares. Donde la cantidad de dependientes económicos generan tal condición y en lo particular es el pequeño negocio el gran garante de todo.

Datos sobre el universo del Mercado República.

Existen 1300 locales aproximadamente y alrededor unos 300. 800 Comerciantes son dueños del total de locales, puesto que algunos tienen dos o hasta tres locales. 600 comerciantes actualmente están ejerciendo su actividad mercantil. Cada dos meses se pagan 205 pesos mexicanos de impuesto, por parte de cada comerciante ante las arcas del gobierno municipal. Un 30 por ciento de pequeños comerciantes no pagan impuesto, puesto que sus ventas no llegan al tope mínimo exigido para ello.

En síntesis lo más sobresaliente fue:

- Los negocios del Mercado República fueron creados inicialmente por tradición familiar y por personas desempleadas que buscaban un sustento para sus familias.
- El financiamiento utilizado para emprender los negocios del República, fue por medio de ahorros propios y familiares, y quienes no tenían esta posibilidad recurrieron a proveedores y prestamistas particulares.
- Los comerciantes del mercado tienen como alternativas de financiamiento actualmente a los prestamistas particulares, seguido de proveedores y por último las "Tandas".

<http://congreso.unam.mx/informacongr>

Informacongr

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08

- Las razones por las cuales se recurren a los prestamistas particulares y a las tandas es por el fácil acceso para ser beneficiarios y la facilidad para el pago de las cuotas.
- El uso de préstamos particulares en los locatarios del mercado tiene sus inicios con la creación del mismo, sin embargo, presenta su mayor auge en momento de crisis y ha tenido un alto crecimiento en los últimos doce años.
- El medio para difundir el financiamiento particular ha sido principalmente por las recomendaciones de quienes han hecho su uso, y actualmente recurren a la publicidad por medio de volantes, letreros en camiones y puentes peatonales.
- Los requisitos para acceder a esta clase de préstamos es tener copia de la credencial de elector, del comprobante de domicilio y tener establecido un lugar en el mercado, esto para préstamos pequeños. Para préstamos grandes adicionalmente contar con una garantía que cubra el valor del préstamo.
- El tiempo de aprobación para un crédito es máximo una semana cuando no se es cliente y un día cuando ya lo son.
- El pago de las cuotas principalmente es en forma diaria, aunque también existe semanal o quincenal, dependiendo de los prestamistas.
- Quienes hacen uso de esta clase de dineros no saben en su gran mayoría el interés pagado, el cual no es perceptible por la modalidad del pago diario.
- El valor pago por intereses pasa a un segundo plano, porque reconocen que el servicio y la urgencia del dinero tiene un costo.
- Los préstamos van desde los cinco mil hasta los veinte mil pesos mexicanos.
- Se recurre a los préstamos particulares por los pocos requisitos, rapidez, facilidad, forma de pago, no tienen en cuenta el buro, es sin avales o garantías y por las mismas experiencias negativas con el sector financiero.
- No ha existido ningún apoyo por parte del gobierno, hacia los pequeños comerciantes del sector para afrontar la problemática del financiamiento que los aqueja a diario.
- Las consecuencias del no pago de la deuda hacia los prestamistas va desde el cobro de multas, hasta la pérdida de sus locales comerciales.

Octubre 2007 de la
Ciudad Universitaria

México, D.F.

Conclusiones:

Dando respuesta al objetivo de la investigación se concluye que la forma de financiamiento actual de los pequeños comerciantes del Mercado República es a través del sector informal, de acuerdo al estudio, más del 70 por ciento de ellos demandan como primera opción el servicio de prestamistas particulares o bien llamados “agiotistas”, donde la característica especial de esta forma de financiamiento es hacer los pagos de las obligaciones en forma diaria o semanal. Esto obedece a la facilidad que tienen los usuarios del mercado para cubrir las cuotas, las cuales son sufragadas producto de las ventas diarias; asimismo lo atractivo de esta modalidad es el fácil acceso a este financiamiento para los comerciante del sector, porque solo con tener copia de la credencial de elector, de su domicilio y un puesto fijo en el mercado, los hace beneficiarios, lo que permite estar al alcance de cualquiera de ellos. Escenario que es mezclado con los proveedores, constituyéndose como otra alternativa de financiamiento trascendente de todos aquellos que ejercen el buen servicio del comercio mediante la adquisición de productos, convirtiéndose en el único capital de trabajo más provechoso para ellos, el cual de no ser utilizado en forma productiva puede traer desventajas como la pérdida de la modalidad del mismo financiamiento, repercutiendo en la adquisición de nuevos productos ya que estos deberán ser pagados de contado, encarecimiento los mismos y en detrimento de sus negocios. Por último, como fuente de financiación están las “tandas”, *forma tradicional de buscar dinero mediante la*

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

http://co
informac
Teléfono

Fax 52 (55) 5616.03.08

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

reunión de amigos o compadrazgo donde acuerdan dar una cuota fija diaria que luego será repartida de acuerdo al turno esperado, esta fuente a su vez es considerada como un ahorro vital para los momentos de escases y ser utilizadas para el cumplimiento de sus obligaciones comerciales y familiares.

En cuanto a las preguntas de investigación, se encontró:

Referente al primer interrogante, en los 36 años de funcionamiento del Mercado República al servicio de la comunidad como centro de acopio de compra y venta de productos perecederos (como lo son las verduras, frutas, carnes, entre otros, es decir, la representación de la canasta familiar la cual es la base para la alimentación diaria) y no perecederos (pasando por los productos de hogar, estética, closet y otros), los negocios con mayor antigüedad solo representan el 10%, es decir los establecidos desde su creación, el 55% de ellos tienen como antigüedad entre 11 y 20 años y el resto solo tienen diez años de estar en funcionamiento. En cuanto a las características encontradas en esta clase de comerciantes es de resaltar la no existencia de una edad definida en especial para este ejercicio, sin embargo se encontró que son personas maduras y bastantes grandes son las que principalmente desarrollan esta actividad, donde no existe un género dominante porque en igualdad de condiciones entre hombres y mujeres desarrollando este noble oficio. Dentro del perfil encontrado en la comunidad del Mercado República existen ciertas particularidades que identifica al comerciante mexicano tales como: Ser emprendedores por el solo hecho de dar inicio a su propio negocio, constantes en el desarrollo de sus labores dado sus objetivos de orden comercial y familiar y la disponibilidad de servicio, la cual es realizada con ímpetu. A su vez carecen de cualidades como: La creatividad por lo repetitivo de sus trabajos, visión porque solo cumplen con tener lo necesario para suplir sus necesidades diarias, prudencia ya que se desenvuelven en un ambiente de mucha camaradería, organización puesto que el manejo del negocio se hace como un todo donde lo comercial está inmerso en lo familiar y la tecnología por el uso de herramientas donde lo artesanal es el factor primordial entre ellos. Igualmente tienen condiciones en común donde sobresalen la motivación, el conocimiento, la disciplina, la honradez, el amor por el trabajo, el trabajo en equipo, la independencia, la perseverancia, la cooperación, la calidad, el sentido social y el poco liderazgo.

Con respecto al segundo interrogante, los tipos de financiamiento encontrados en los comerciantes del Mercado República, están como primera opción el sector informal con los préstamos a particulares, proveedores y las “tandas”; en último lugar el sector financiero con los bancos, cajas y financieras y por último los préstamos familiares.

En cuanto al último planteamiento, se estableció que los motivos que hacen atractivo el financiamiento informal y lo acondicionan como la mejor opción, obedece especialmente en el caso de los préstamos personales a la poca exigencia de requisitos, la rapidez y las facilidades. Para el cumplimiento del primer atractivo solo basta con tener fotocopia de la credencial de elector y de su comprobante de domicilio, lo que permite hacerse acreedor de un préstamo mínimo de cinco mil pesos mexicanos; el segundo factor es con relación al tiempo, porque en tan solo un máximo de una semana es resulta en forma positiva la solicitud y cuando se es cliente incluso en el mismo día ya tienen el dinero. En cuanto a las facilidades, en primera instancia hace referencia al respaldo de la deuda que prestan los comerciantes consistente en la comprobación de la existencia del local comercial que se convierte en garantía real; segundo, el pago de la obligación se efectúa diariamente lo que hace posible que el comerciante lo sufrague con la venta

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

Fax 52 (55) 5616.03.08

de sus productos; tercero, en materia de aval, se resalta la importancia del pagaré como simbología del acuerdo de voluntades que se traduce en el préstamo, y el respaldo dado por la honorabilidad del “dicho” de los demás comerciantes en cuanto al comportamiento en el cumplimiento de obligaciones, que finalmente es crucial para la asignación del préstamo; cuarto, el servicio personalizado que les permite no ausentarse de su negocio, ganando tiempo en su labor, al lograr pagar la cuota en el mismo sitio, toda vez, que el personal encargado de dicha función efectúa rondas por cada uno de los negocios recaudando el valor de la cuota establecida. A su vez las malas experiencias tenidas en el sector financiero y falsas creencias que puedan existir sobre este, son a condicionantes para creer más en los préstamos informales. Para el caso de los proveedores el incentivo es igualmente la facilidad en el acceso al financiamiento, que en este caso va asociado a la adquisición de productos como capital de trabajo, donde son las mismas empresas o particulares quienes ofrecen sus productos donde la exigencia a cambio es tener establecido un negocio. Y en el último lugar se encuentran las “tandas”, donde lo sugestivo está en que para participar del financiamiento solo basta con la aprobación de alguno de los participantes, el cual consiste en la reunión de un grupo de amigos que hacen una aportación en dinero diaria la cual es repartida entre ellos mismos de acuerdo al turno correspondiente hasta que todos sean beneficiados, esta modalidad es tradicional entre los comerciantes del sector.

Asimismo, el actuar de los locatarios del Mercado República con respecto a su financiamiento informal tiene bases teóricas que lo fundamentan, donde es la *teoría del Racionamiento del Crédito* la que principalmente es aplicable a esta situación, trayendo perjuicios a quienes buscan financiarse en el sector formal. Lo cual es producido por las características de hacer negocios de esta clase de microempresarios y que no son lo suficientemente claras y atractivas, generando poca confianza en el sector financiero para el respaldo del pago de la deuda, ocasionando como su nombre lo indica un racionamiento en el otorgamiento de préstamos, que para los pequeños comerciantes crea una barrera afectando sus intereses de ser beneficiarios. Lo anterior, conlleva a aplicar la teoría del financiamiento llamada de *jerarquía o Pecking Order (ley del más fuerte)*, por parte de los pequeños comerciantes que buscan financiar sus apremiantes necesidades comerciales y familiares, donde son los préstamos informales y en especial el de los particulares la primer opción para cumplir tal fin, los cuales están al alcance de todos aquellos que ejercen la noble labor comercial en el sector del Mercado República. Convirtiendo a los prestamistas en los fuertes de la relación financiera, que solo buscan la maximización de su dinero por medio del pago de intereses, que para los prestatarios este costo y el riesgo de pérdida de sus negocios pasa a un segundo plano. Del mismo modo, es la teoría denominada de *Agencia* la que determina el mutuo acuerdo entre las partes mediante la firma del pagaré, el cual concede obligaciones a los favorecidos resaltando el total de la deuda a pagar, pasando por alto los perjuicios que trae consigo la aceptación de este convenio, puesto que solo ven reflejado los grandes beneficios que otorga esta clase de préstamos para sus negocios y familias.

Por último, dentro de la investigación se encontró que la duración de los préstamos dependen del valor y del abastecedor, es decir, las modalidades establecidas para préstamos pequeños (hasta diez mil pesos mexicanos) es máximo de dos a cuatro meses y para los grandes (superiores a 20 mil pesos mexicanos) es mínimo de seis meses a un año dependiendo de la garantía. La utilización de los préstamos informales se ha incrementado por la baja productividad de los negocios en sus índices de ventas, situación originada por la existencia e incremento de la informalidad comercial ubicados en las intermediaciones del Mercado República, ocasionando la disminución del ingreso de sus clientes, e igualmente en el caso de las ventas de productos

http://co
informac
Teléfono

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

percederos se ven afectados por los mercados locales y extemporáneos asentados en las colonias.

XVI CONGRESO INTERNACIONAL DE CONTADURÍA ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA



Octubre 5, 6 y 7 de 2011
Ciudad Universitaria
México, D.F.

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>
informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90
52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08



División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

Bibliografía:

- Aguirre, A. (1992.). *Fundamentos de Economía y Administración de Empresas*. Málaga., España.: Pirámide, S.A.
- Banco de México. (S.F de S.F de S.F). *Banxico.org.mx*. Recuperado el 7 de Febrero de 2011, de <http://www.banxico.org.mx/sistema-financiero/material-educativo/basico/%7B5A6AE990-00F1-F61C-D284-0A4C530493E5%7D.pdf>. Banxico. *Reporte sobre el Sistema Financiero junio 2010* .
- Blog, E. E. (31 de Octubre de 2009). *Blog Empresa Economía y Contabilidad*. Recuperado el 23 de Febrero de 2011, de *Blog Empresa Economía y Contabilidad*.: <http://blogdecontabilidadfinanciera.blogspot.com/search/label/el%20poder%20del%20dos>.
- Boedo Vilabella, L. (2007). *Las Fuentes de Financiamiento y su Coste, Aspectos Fundamentales y Opertaiva Financiera* . Madrid, España: Netbiblio,S.L.
- Carrasco Dávila, A. (2005). La Micro y Pequeña Empresa Mexicana. *Académica Económica, Observatorio de la Economía Latinoamericana* (45), 1-10.
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval). (2008). www.coneval.gob.mx. Recuperado el 27 de Junio de 2011, de www.coneval.gob.mx: <http://www.coneval.gob.mx/cmsconeval/rw/pages/medicion/index.es.do;jsessionid=4a02dc547d13a93d72667ab30d8f962f1f29b2f7ded566d6c6909f6cddcf86e7.e34QaN4LaxeOa40Mbx0>
- Departamento de Asuntos Económicos y Sociales (DAES) y el Fondo de las Naciones Unidas para el Desarrollo de la Capitalización (FNUDC). (Mayo de 2006). www.uncdf.org. (A. Kofi, Editor) Recuperado el 19 de enero de 2011, de http://www.uncdf.org/english/microfinance/pubs/bluebook/pub_spanish/Spanish_Building_Inclusive_Financial_Sectors.pdf
- ESBAN, Red Española de Business Angels. . (S.F). *Los business angels en España, una nueva vía de financiación para la PYME*. Fundación privada para el fomento de las redes de business angels en España. Madrid: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Gobierno de España.
- Gómez Martínez, A., García Pérez de Lema, D., & Marín Hernández, S. (2009). Restricciones a la financiación de la PYME en México: una aproximación empírica. *Análisis Económico* , Vol. XXIV (Núm. 57), 217-238.
- Gómez, J. E., & Reyes, N. R. (2002). El Racionamiento del Crédito y las Crisis Financieras. *Economía Institucional* , 4 (007), 62-75.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodoogía de la Investigación* (Cuarta ed.). (I. E. S.A., Ed.) México - DF, México: Mc Graw - Hill.
- HSBC. (S.F de Septiembre de 2009). <http://www.es.yourmoneycounts.com>. Recuperado el 24 de Febrero de 2011, de <http://www.es.yourmoneycounts.com>: http://www.es.yourmoneycounts.com/ymc/pdf/ymc_borrowing_basics_booklet.pdf
- Instituto Politécnico Nacional Escuela Superior de Comercio y Administración. (2010). *Análisis de los Estados Financieros de Brokers & Partners para un Financiamiento*. México - DF.: Instituto Politécnico.
- Manasliski, N., & Varela, L. (2009). Teoría de la Agencia: evidencia empírica en firmas uruguayas. *QUANTUM* , IV (2), 48-63.
- Navarro, J. F., Sánchez, E., Bravo, M. L., & Zazueta, S. L. (Septiembre de 2007). Evolución del Comportamiento del Financiamiento No Bancario Aplicado a la Producción de Trigo en Mexicali B,C. *Redalyc* , 1-17.

➤ Ortúzar Solar, A. (1995). *El contrato de Leasing*. Santiago de Chile, Chile: Jurídica de Chile.

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08

- Sánchez, E., Cano, M., & Salas, V. (S.F de S.F de 2007). *Observatorio de la Economía Latinoamericana*. Recuperado el 7 de Febrero de 2011, de Observatorio de la Economía Latinoamericana: <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/mx/2007/aes.htm>
- Sólorzano Ruano, G. A. (S.F de Octubre de 2008). *El Efecto en el Costo Promedio Ponderado de Capital de una Universidad Privada Guatemalteca al Utilizar Fuentes de Financiamiento Externo*. Guatemala: universidad de San Carlos de Guatemala.
- Van Horne, J. C. (2002). *Fundamentos de Admistración Financiera*. México, México: Pearson Educación.
- Wadnipar Herazo, S. M., & Cruz Merchán, J. S. (2008). Determinación de la estructura de capital de las empresas colombianas. *Revista Soluciones de Postgrado EIA* (1), 23-44.

CONGRESO INTERNACIONAL DE CONTADURÍA ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA



Octubre 5, 6 y 7 de 2011
Ciudad Universitaria
México, D.F.

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510