

UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

UNIDAD DE POST GRADO

El financiamiento como estrategia de desarrollo para la mediana empresa en lima metropolitana

TESIS Para optar el grado académico de MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR

Marco Antonio Vargas Pacheco

LIMA – PERU 2005

DEDICATORIA

A mi esposa y mi hijo; por su amor, apoyo y comprensión.

AGRADECIMIENTO

A mi familia por su apoyo incondicional.

A todas aquellas personas amigas que me apoyaron desinteresadamente.

INDICE

CARATULA

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

INDICE

INTRODUCCIÓN 1

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1 Planteamiento, formulación y Sistematización del Problema

1.1 Planteamiento 3

1.2 Formulación 4

1.3 Sistematización del problema 5

2 Objetivos de la Investigación

2.1 Objetivo General 5

2.2 Objetivos específicos 6

3 Hipótesis y Variables

3.1 Formulación de las hipótesis

3.1.1 Hipótesis General 6

3.1.2 Hipótesis Específicas 7

3.2	Identificación de las variables	
3.2.1	Variable independiente	7
3.2.2	Variable dependiente	7
3.2.3	Variable interviniente	7
3.3	Operacionalización de las variables	8
4	Importancia y Justificación	9
5	Metodología	10
6	Universo y Muestra	11

CAPITULO II

MARCO TEORICO

1	Antecedentes del Estudio	12
2	Bases Teóricas	13
3	Marco Legal	17
3.1	Definición de cada tipo de empresa	18
3.1.1	Sociedad Anónima Cerrada	19
3.1.2	Sociedad Anónima Abierta	20
3.1.3	Sociedad Colectiva	21
3.1.4	Sociedad en Comandita	21
3.1.4.1	Sociedad en Comandita Simple	22
3.1.4.2	Sociedad en Comandita por Acciones	22
3.1.5	Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada	24

3.1.6 Sociedades Civiles	24
3.1.7 Empresa Individual de Responsabilidad Limitada	25

CAPITULO III

LA MEDIANA EMPRESA

1 Definición	27
2 Importancia de la Mediana Empresa	34
3 Factores que Afectan el Desarrollo de la Mediana Empresa	37
3.1 Los Inversionistas	42
3.2 El Nivel Patrimonial de la Empresa	42
3.3 El Capital	43
3.4 La Tecnología	44
3.5 La Mano de obra	45
3.6 Capacitación	45
3.7 Gestión	47
3.8 El Aspecto Tributario	48

CAPITULO IV

EL FINANCIAMIENTO

1 Antecedentes	52
2 La Coyuntura Actual	53
3 Aspectos Crediticios	54

4	Segmentación	56
5	Indicadores de Estructura Actuales	63
6	El Sistema Financiero Peruano	67
	6.1 Empresas Bancarias	68
	6.2 Intermediación Bancaria	69
7	La Oferta Bancaria	71
8	Las Garantías	75
9	Procedimiento de Aprobación de Créditos	78
10	Análisis Primario de Información (Resultados de Encuestas)	81

CAPITULO V

ESTRATEGIAS A SEGUIR

1	Estrategia General	106
2	Crear en las instituciones bancarias una Unidad de Negocios Especializada	107
3	Ambito Geográfico	108
4	El Financiamiento a través de la Unidad de Negocios Especializada	108
5	La Capacitación de los Recursos Humanos	
	5.1 Capacitación dentro de la Unidad de Negocios Especializada	113
	5.2 Identificación de Clientes	114
	5.3 Mejorar el Perfil Crediticio de la Mediana Empresa	115
	5.4 Capacitación	115
	5.5 Segmentación de Clientes	116

6	Las Tasas de Interés	117
	CONCLUSIONES	118
	RECOMENDACIONES	120
	GLOSARIO DE TERMINOS	122
	BIBLIOGRAFÍA	145

ANEXOS :

- 1 La Información Asimétrica y sus Problemas
- 2 Formato de Cuestionario

LISTA DE GRAFICOS

1	Unidades Económicas en la Región	35
2	Las Cinco Fuerzas Competitivas	41
3	Producto Bruto Interno : 1992-2004	61
4	Subdesarrollo Financiero : Crédito como porcentaje del PBI (en el mundo)	61
5	Subdesarrollo Financiero : Crédito como porcentaje del PBI en el país	62
6	Empresas Bancarias : Concentración de Créditos y Depósitos Promedio años 2002 – 2003	65
7	Empresas Bancarias: Número de Deudores y Créditos Directos Comerciales y a Microempresas por Sector Económico Al 31 de diciembre de 2002	67
8	Empresas Bancarias : Intermediación	70
Análisis Primario de Información (Encuestas)		
9	Ubicación	83
10	Sector Económico	84
11	Tipo de empresa	85
12	Número de empleados	86
13	Volumen de ventas anuales	87
14	Tratos comerciales con banco o entidad financiera	88
15	Número de bancos o entidades financieras con las que mantiene tratos comerciales	89
16	Preferencia de entidades financieras	91
17	Necesidades más apremiantes de las empresas	92

18	Formas de financiamiento	93
19	Actividades o inversiones postergadas por falta de fondos	94
20	Nivel de satisfacción con su entidad financiera	95
21	Apreciación sobre requisitos exigidos por las entidades financieras	96
22	Atención esperada en entidades financieras	97
23	Método de selección de personal	98
24	Nivel de capacitación de sus colaboradores	99
25	Plan de capacitación	100
26	Motivación a los trabajadores por capacitación	101
27	Requerimiento de maquinaria	102
28	Antigüedad de los equipos	103
29	Mantenimiento de equipos al año	104
30	Adquisición de equipos	105

LISTA DE CUADROS

1	Propuesta de clasificación de las Empresas en el Perú Conceptos y Cifras – Ministerio de la Producción	32
2	Clasificación de Acuerdo a CONFIEP	33
3	Lima Metropolitana: Distribución de la las Empresas Formales según Tamaño	36
4	Lima Metropolitana: Estructura del Mercado Laboral	37
5	Número de Deudores por Segmento	59
6	Segmentos y Características de los Productos Ofrecidos	59
7	Estructura de la Cartera por Segmentos y Moneda	62
8	Empresas Bancarias : Estructura de Créditos Directos y Contingentes según tipo	66
9	Sistema Financiero : Estructura - Al 31 de diciembre del 2004	68
10	Tasas de Interés promedio Activas de las operaciones realizadas en los últimos 30 días - Al 31 de Marzo del 2005	75
11	Principales fuentes de Financiamiento de las Empresas No Financieras (En número de empresas)	86
12	Principales fuentes de Financiamiento de las Empresas No Financieras (Estructura porcentual)	86
13	Principales fuentes de Financiamiento de las Empresas No Financieras (En porcentaje)	87
14	Principales Motivos de No Financiamiento de las Empresas No Financieras	88

INTRODUCCION

El presente estudio busca demostrar cómo el financiamiento constituye el factor crítico y estratégico para el desarrollo de las medianas empresas de Lima Metropolitana.

En nuestro escenario socioeconómico se considera mediana empresa a aquellas unidades productivas que poseen activos fijos entre los US\$ 20,000 y US\$ 300,000 dólares americanos; ingresos por ventas anuales entre los US\$ 40,000 y US\$ 750,000 dólares americanos, una población laboral de 25 a 250 trabajadores, una administración independiente, el capital social es aportado por los propietarios, y el tamaño es relativamente pequeño en relación al sector en el que actúan.

Es conocida la afirmación de que uno de los aspectos débiles de la mayoría de empresas es el factor financiero: recurso monetario. La forma tradicional de obtenerlo es mediante el crédito o empréstito que se encuentra en el mercado del dinero sea institucional o informalmente. El costo del crédito se sustenta en la tasa de interés, instrumento que traduce el precio del dinero, el mismo que promueve o paraliza a la inversión, al incrementar la estructura operativa de la empresa, afectando a los agentes económicos más frágiles de la sociedad, entre los que se encuentran la mediana y la pequeña empresa; paradójicamente los fondos con mayores ventajas, se desplazan hacia las unidades económicas más fuertes, ampliando involuntariamente la distancia e inequidad entre ellas.

Analizaremos las causas que dificultan el acceso al crédito, y sugeriremos algunas alternativas que contribuyan a su flexibilidad y abaratamiento, con la finalidad de obtener empresas capaces de generar desarrollo y crecimiento económico, considerando que este grupo de empresas representa el 40% del PBI, y genera la mayor cantidad de fuentes de trabajo, constituyéndose en un brazo fundamental de la lucha contra la desocupación y el subempleo.

Para analizar esta situación, se ha elaborado el presente trabajo, denominada “El financiamiento como estrategia de desarrollo para la mediana empresa de Lima Metropolitana”, cuyo objetivo es demostrar que sin financiamiento adecuado y oportuno no hay crecimiento ni desarrollo de ninguna empresa; evaluar las experiencias y el aporte de los empresarios; señalaremos también las políticas e instrumentos financieros que se adecuen a la realidad; y el rol de los inversionistas en este contexto. Todo ello aplicado a las medianas empresas de Lima metropolitana, durante el periodo 1,999 - 2,004.

Su trascendencia radica en sentar las bases para un desarrollo sostenido de la mediana empresa en nuestra capital, el mismo que podría servir como modelo para empresas similares del resto del país, y potenciar su desarrollo en el Perú, con sus consecuentes logros a favor de nuestra sociedad.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1 Planteamiento, Formulación y Sistematización del problema

Planteamiento

Se examina como el financiamiento a través de la oferta bancaria, representa una variable fundamental de importancia para potenciar el desarrollo de la mediana empresa en Lima Metropolitana; durante el período 1999 - 2004.

La mediana empresa enfrenta desafíos en su desarrollo , debido entre otros casos a su informalidad (40% aprox.), deficiencia en la gestión administrativa, ausencia de esfuerzos de capacitación y adiestramiento, infraestructura sin mantenimiento adecuado y obsoleta, déficit de liquidez, aspectos que limitan su expansión.

Es necesario definir el rol y la importancia fundamental que tiene el financiamiento para potenciar el crecimiento de la mediana empresa en nuestra capital, considerando lo que estas unidades representan para nuestra economía, no solamente desde un ángulo social, como es la utilización e incremento de puesto de trabajo, sino también desde el ángulo económico de la producción y productividad, ejes vitales para el impulso del consumo, que a

manera de una cadena va a generar mayor demanda de los diversos agentes económicos; ésta situación originará un mayor dinamismo en nuestra economía, y de este modo lograr un crecimiento sostenido, que pueda tener eco a nivel nacional.

Este es el tema básico a tratar, debido a que la mediana empresa no presenta el mismo nivel de riesgo que las PYMEs; sin embargo tampoco tienen la envergadura de las grandes empresas. En el ámbito financiero, se le da un tratamiento tan igual como a las grandes empresas, pudiendo acceder a todo tipo de instrumento crediticio existente, pero a tasas de interés no tan atractivas. En tal sentido, los medianos empresarios sienten que a pesar de encontrarse en una situación aceptable, la posibilidad de que sus negocios, logren el nivel de crecimiento necesario para ser tratados como clientes estratégicos, aún esta distante, por lo que su desarrollo se encuentra relativamente paralizado.

Es por ello que el determinar la función real del financiamiento para la mediana empresa en Lima metropolitana, resulta de vital importancia para que continúe constituyéndose en un bastión del desarrollo en nuestra economía.

Formulación del problema

¿Cuál es la influencia del financiamiento en el desarrollo de la mediana empresa en Lima Metropolitana ?

Sistematización del problema

En este contexto surgen las siguientes interrogantes :

¿ Qué dificultades enfrenta la mediana empresa en Lima Metropolitana para obtener financiamiento de los bancos en el sistema ?

- ¿ Qué líneas de crédito ofertan los entes financieros para la mediana empresa ?
- ¿ Son oportunos los financiamientos de los bancos para las empresas?
- ¿ Qué función cumple el empresario como inversionista en este contexto ?
- ¿Cuál será la estrategia para orientar el desarrollo de la mediana empresa de Lima Metropolitana ?

Al responder estas interrogantes, estaremos determinando la importancia de los diversos factores que afectan a las medianas empresas, encontrándose dentro de ellos el financiamiento, para que continúen su proceso de crecimiento y desarrollo, con el consecuente beneficio para nuestra economía, debido a que cuantitativamente son significativas y su influencia en el sistema es muy importante, en vista que no sólo son factores de crecimiento y desarrollo, sino que también generadoras de empleo.

2 Objetivos de la Investigación

2.1 Objetivo general

Evaluar los factores que afectan el desarrollo de la mediana empresa en Lima Metropolitana, precisando el papel del financiamiento, sus instrumentos y mecanismos, de acuerdo a su realidad y necesidades.

2.2 Objetivos específicos

2.2.1 Como mejorar la intervención de los diversos factores que se oponen al desarrollo de la mediana empresa de Lima Metropolitana.

2.2.2 Precisar la importancia del financiamiento a través de los instrumentos de crédito que más se aproximen a la realidad de la mediana empresa en Lima Metropolitana.

2.2.3 Analizar el rol de los inversionistas y evaluar la experiencia financiera de los medianos empresarios de Lima Metropolitana.

2.2.4 Plantear una estrategia de desarrollo para potenciar el crecimiento de la mediana empresa.

3 HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1 Formulación de las Hipótesis

3.1.1 Hipótesis General

El crédito es el factor crítico que afecta sustancialmente el desarrollo de la mediana empresa en Lima Metropolitana.

3.1.2 Hipótesis específicas

1. Otro de los factores que dificultan el desarrollo de la mediana empresa de Lima Metropolitana es la deficiente formación y capacitación de los recursos humanos.
2. La obsolescencia de los equipos e instalaciones, así como un adecuado mantenimiento, atentan contra una mayor eficiencia de la producción, dificultando el desarrollo de la mediana empresa en Lima Metropolitana.

3. Requisitos exigidos por la oferta crediticia traban su operatividad retrasando innecesariamente las gestiones de la mediana empresa de Lima Metropolitana.

3.2 Identificación de las Variables

3.2.1 Variable Independiente

- El Financiamiento o Crédito (X)

3.2.2 Variable Dependiente

- Nivel de eficiencia (Y)

3.3 Operacionalización de las variables

Indicadores de la variable X

- Tasa de interés (X1)
- Plazos y montos (X2)
- Constitución de Garantías (X3)
- Período de evaluación (X4)

Indicadores de la variable Y

- Patrimonio (Y1)
- Recurso Humano (Y2)
- Capital (Y3)
- Tecnología (Y4)
- Mejoras en la producción (Y5)
- Ventas (Y6)

4 Importancia y justificación

El presente estudio tiene como finalidad demostrar la trascendencia de los factores que afectan el desarrollo de las medianas empresas, considerando como tema principal la participación del financiamiento en este proceso. De igual modo buscamos proponer una estrategia de aplicación de mecanismos, que se adecuen a superar sus necesidades, analizando cada una de sus características para fortalecer sus debilidades.

Es oportuno señalar que las medianas junto a las micro y pequeñas empresas, actualmente representan el principal generador de puestos de trabajo en nuestro país, razón por la cual es indispensable establecer políticas de promoción y apoyo en el corto y mediano plazo, a fin de expandir y consolidar a éstas empresas, por la importancia que tienen en la economía nacional.

El aporte del presente trabajo lo constituye, la posibilidad de aplicación a otras realidades, razón por la cual se le podría considerar como un modelo experimental para casos similares.

El tema a tratar incide en la competitividad de las medianas empresas, para mejorar su capacidad de gestión y desarrollo, fomentando de esta manera la creatividad e iniciativa empresarial en esta era de cambio y retos continuos.

Esta investigación pretende motivar la dedicación de nuevos estudios relacionados con el tema, teniendo en cuenta que este campo es amplio y por lo tanto hay necesidad de una mayor profundización y estudio.

5 Metodología

La presente investigación aplicará el método inductivo, ya que se observaran los problemas que mayor incidencia tienen en el desarrollo de la mediana empresa, apoyándonos en los antecedentes que presenta el sector, básicamente en el periodo comprendido entre los años 1999-2004, como factor de crecimiento y desarrollo del país. Por tal motivo, podemos decir que la presente investigación tiene tambien un importante aporte social.

En relación al diseño de la investigación, se inscribe en el método no experimental, en vista que la variable independiente, afecta a la variable dependiente; también se aplicará el método histórico, el mismo que servirá para conocer el proceso del desarrollo de los modelos utilizados hasta la fecha y su

aplicación en nuestra realidad; y finalmente se aplicará el método comparativo, con la finalidad de conocer la realidad de la mediana empresa en Lima metropolitana.

Inicialmente se hará un análisis exploratorio, para posteriormente convertirse enteramente en explicativo, lo cual permitirá explicar las posibles causas y razones de que un concepto o variable sean así, influyan como tal y no de otro modo.

6 Universo y muestra

La población de la mediana empresa en nuestra capital se encuentra entre las aproximadamente 12,000 unidades económicas; de ellas, y por tratarse de un universo tan amplio de empresas ubicadas en los diversos conos de nuestra ciudad (norte, sur, este y cercado), para el presente estudio se elegirá de manera aleatoria uno de ellos, asumiendo que todos mantienen un nivel de desarrollo homogéneo o con virtudes y deficiencias similares. Con la finalidad de precisar la muestra, se tendrá en cuenta de todas las empresas existentes en el cono escogido, llegando a una población aproximada al 3% de unidades económicas representativas, del universo de empresas de Lima metropolitana, teniendo en cuenta las siguientes premisas :

- Que la empresa utilice más de 20 trabajadores
- Que sus maquinarias y equipos no superen los S/. 1'500,000
- Que sus ingresos por ventas fluctúen entre los S/. 5'000,000 a más por año.

Efectuar un análisis de esta muestra, significará un gran esfuerzo económico y de tiempo. Esta población muestra se tomara una base de datos provenientes de carteras de clientes que conforman dicho sector en una entidad bancaria, la cual maneja y conoce las necesidades que presentan empresas de tal envergadura.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

1 Antecedentes del estudio

Existen estudios a nivel académico relacionados con la realidad de la mediana empresa en nuestro medio, uno de ellos es la tesis denominada “Análisis de las Medianas y Pequeñas Empresas, un enfoque de cómo acceder al crédito en el sistema financiero” del Sr. Cesar Barrón en la Universidad de Lima; la tesis “Participación de la Banca Comercial Peruana en el Desarrollo de las Pequeñas y Microempresas PYMES” del Sr. Carmelo Perich en la UNMSM; las publicaciones periódicas (cada 6 meses) que realiza el BCR sobre los niveles de las tasas de interés y condiciones crediticias en el Perú; y otras investigaciones que enriquecen el conocimiento sobre el tema. Otros estudios a nivel internacional nos permiten compararnos con realidades de países del resto del mundo, como Méjico, Venezuela, Argentina, España, etc., cada uno de ellos enfocado a su realidad pero que en esencia reflejan los mismos problemas y necesidades que enfrenta la mediana empresa en Lima Metropolitana.

La mediana empresa ha existido siempre dentro de nuestra realidad, esto hizo necesario diferenciar a las grandes empresas de aquellas que no lo son; sin embargo a partir de la década de 1,960 se empieza a utilizar el término

“pequeña empresa”, que no es otra cosa que una subdivisión dentro de la mediana empresa.

A pesar de ello, el financiamiento y el acceso al mismo, ha sido igual para todas las empresas, hasta la mitad de la década de 1,990. En ese mismo período, las entidades financieras van observando el potencial de este tipo de negocios y se empieza a financiar de manera diferenciada a las empresas, de acuerdo a criterios diversos, tales como numero de empleados, volúmenes de venta, etc., los cuales buscaban otorgar productos financieros especializados, principalmente al sector de la pequeña empresa. En este contexto, la mediana empresa recibe un tratamiento crediticio sin diferenciación alguna.

De acuerdo a las necesidades puntuales de este tipo de negocios, se hace necesario un tratamiento diferenciado, con productos e instrumentos adecuados a tasas de interés competitivas, los que van a permitir su crecimiento y por ende la mejora de nuestra economía.

2 Bases Teóricas

Los clásicos de la economía, consideran que el capitalismo en su forma pura, descansa en dos instituciones jurídicas: el derecho de propiedad privada y el derecho contractual.

Como los medios de producción son de propiedad de aquellos que tienen la capacidad de adquirirlos, empresarios o capitalistas, son ellos quienes los hacen funcionar por medio de trabajadores asalariados, cuya fuerza de trabajo alquilan mediante una remuneración fija, el salario. Este alquiler se hace mediante contratos libremente concluidos, que han de ejecutarse obligatoriamente.

Existe, pues, una diferenciación técnica entre estas dos categorías: empresarios y asalariados, que da pie a una separación jurídica y social. Esta diferenciación social entre asalariados por una parte y empresarios y capitalistas por la otra, se manifiesta no solo por el carácter y la extensión de sus ingresos- salarios fijos para unos, beneficios variables y aleatorios para los otros- sino también por sus forma de vida, por su cultura, por su psicología.

El Estado no interviene en la economía, se limita a su papel de Estado policía, que hace respetar el derecho de propiedad y el derecho contractual, proporcionando el apoyo de su represión a aquel que lo reclama.

El empresario trabaja para el mercado, es decir para una clientela anónima. Va a comprar en el mercado los factores de producción, trabajo y capital, y va a vender en el mercado el producto final, resultado de la combinación de estos factores. Adquiere los factores al precio de mercado y vende el producto al precio del mercado. El precio es el que regula y orienta su actividad. Es, pues, el personaje central de la producción y el gran distribuidor de las rentas del trabajo (salarios) y del capital (intereses).

Pero la economía capitalista es esencialmente una economía monetaria: en el mercado únicamente pueden manifestarse las necesidades acompañadas de un poder de compra. No es por lo tanto, la urgencia ni la intensidad de la necesidad lo que orienta la producción, es su solvencia, una condición ineludible.

El objetivo de la actividad económica es la búsqueda del mayor beneficio, de la mayor ganancia monetaria posible” Sombart ha analizado de esta forma la mentalidad capitalista: espíritu de adquisición, espíritu de competencia, espíritu de racionalidad. Porque busca siempre el máximo beneficio, es decir , la máxima diferencia entre precio de venta y el precio de compra, el empresario se siente

constantemente incitado a vender lo más caro posible y a reducir sus costos mediante incesantes perfeccionamientos técnicos.

Como la producción es la obra de aquellos que son propietarios de las herramientas y dichos propietarios se guían únicamente por el interés personal, lo que constituye el gran motor de la producción es el atractivo de la ganancia, el anhelo de realizar beneficios. Las necesidades de los hombres no se satisfacen, pues de una manera directa. Se satisfacen a través del beneficio que proporciona su satisfacción.

Dicho beneficio ha dado un auge notable a la producción, hasta tal punto que en ninguna época de la historia se ha logrado satisfacer tan plenamente las necesidades del consumo personal e industrial como desde el principio del siglo XIX. Una vez suprimidos todos los obstáculos jurídicos para la libertad del trabajo y para la libertad de las iniciativas, la ingeniosidad de los productores ha podido mostrarse libremente. Estimulada por la atracción de grandes beneficios y por la simple necesidad de vivir, se ha esforzado por satisfacer las necesidades y por multiplicarlas, ya que las necesidades de lujo así provocadas se convertían progresivamente, por la fuerza de la costumbre, en necesidades de primer orden”

El resultado de esto ha sido una multiplicidad sorprendente de industrias y actividades humanas, debido no solo a la división del trabajo y a la fragmentación de los antiguos oficios, sino también a la creación de industrias y actividades nuevas. Estas se han creado, primero, para satisfacer necesidades antiguas mediante medios nuevos; y esto es más importante, para despertar y suscitar en los consumidores unas necesidades que sus antepasados habían ignorado durante siglos.

Para medir la aptitud de la actividad privada, impulsada por el atractivo de la ganancia, a satisfacer y a crear necesidades, basta comparar el nivel de vida del hombre medio moderno en un país de civilización occidental con el nivel de vida del primitivo o del semi-civilizado. Indudablemente, estas diferencias se explican no solo por la influencia de la libre competencia, sino también por los progresos de la ciencia y la técnica. A la luz de estos hechos, vemos que la aptitud de la iniciativa privada, para satisfacer e incluso despertar las necesidades, constituye el mérito más indiscutible del capitalismo individualista y liberal.

En todos los lugares donde existe cierta necesidad, la misma que se traduce en una demanda susceptible de ser satisfecha en forma lucrativa, se puede disponer del concurso de la iniciativa privada y/o estatal para responder a esta demanda.

Esto conduce al denominado proceso económico, que es el camino que recorre el ser humano para satisfacer sus necesidades, empezando con la producción y finalizando con el consumo.

3 Marco Legal

Todos los países disponen de una legislación específica para el desenvolvimiento de las empresas en general. El Perú no es ajeno a esta realidad; nos regula la Ley Nro. 26887 – Ley General de Sociedades, promulgada en Noviembre de 1,997.

“La ley señala las clases de sociedades, así en la Sociedad Anónima, se tiene la Anónima Abierta y la Anónima Cerrada; luego esta la Sociedad de Responsabilidad Limitada Simple; la Sociedad en Comandita por Acciones; la Sociedad Colectiva Civil y la Sociedad Civil de Responsabilidad Limitada. La definición actual de Mediana Empresa (R.M. 073-99-EF/15 del 27/04/99), indica que deben tener activo fijo por un valor de US\$ 20,000 y US\$ 300,000 dólares americanos ; y de ingresos por ventas anuales de entre US\$ 40,000 y US\$ 750,000 dólares americanos.”¹

En ella se enmarcan las denominadas reglas de juego, dirigidas a las unidades productivas y de servicios, para un correcto desarrollo y control de la actividad empresarial en el país, resaltando su importancia en nuestra actividad económica.

“ Asimismo, debemos destacar por su importancia, relacionada a su función primordial, como es darle al comercio, a la industria o cualquier actividad económica, - Pequeña y Mediana Empresa – generadora de riqueza, las herramientas necesarias para que operen y se desarrollen en la realidad de eficiencia, es así que se promulga la Ley Nro. 26887 , nueva Ley General de Sociedades, la que regula los diferentes tipos de empresas en el Perú; entendiéndose por Sociedad, comercialmente, como el contrato en que dos a

¹ LA GACETA JURÍDICA, Tomo I, Tipos de Sociedades, Lima 2001.

más personas aportan en común bienes o industria, para obtener una ganancia y repartirse los beneficios, para lo cual la ley establece que las sociedades pueden ser constituidas por cualquier persona, sea esta Natural o Jurídica.”²

Existe también otra modalidad de empresa, denominada Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, la misma que se ubica en el Decreto Ley Nro. 21621 – Ley de la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, el cual también define sus alcances y marco de desarrollo; habiendo sido promulgado en Setiembre de 1,976.

3.1 Definición de cada tipo de empresa

Para comprender cada definición, es necesario conocer las normas aplicables a todas las Sociedades, determinadas por la Ley Nro. 26887 – Ley General de Sociedades, a través de su Libro Primero :

Artículo 1º.- La Sociedad

Quienes constituyen la Sociedad convienen en aportar bienes o servicios para el ejercicio en común de actividades económicas.

Artículo 2º.- Ambito de aplicación de la Ley

Toda sociedad debe adoptar alguna de las formas previstas en esta ley. Las sociedades sujetas a un régimen legal especial son reguladas supletoriamente por las disposiciones de la presente ley.

² ELÍAS LAROSA, Enrique, “Ley General de Sociedades – Comentada”, Tomo I, Lima 1998.

La comunidad de bienes, en cualquiera de sus formas, se regula por las disposiciones pertinentes del Código Civil.

Artículo 3º.- Modalidades de Constitución

La sociedad anónima se constituye simultáneamente en un solo acto por los socios fundadores o en forma sucesiva mediante oferta de acciones a terceros contenida en el programa de fundación otorgado por los fundadores.

La sociedad colectiva, las sociedades en comandita, la sociedad comercial de responsabilidad limitada y las sociedades civiles sólo pueden constituirse simultáneamente en un solo acto.

Conocido esto, pasamos a la definición de cada tipo de empresa de acuerdo a la misma ley :

3.1.1 Sociedad Anónima Cerrada

Artículo 234º.- Requisitos

La sociedad anónima puede sujetarse al régimen de la sociedad anónima cerrada cuando tiene no más de veinte accionistas y no tiene acciones inscritas en el Registro Público del Mercado de Valores. No se puede solicitar la inscripción en dicho registro de las acciones de una sociedad anónima cerrada.

Artículo 235º.- Denominación

La denominación debe incluir la indicación "Sociedad Anónima Cerrada", o las siglas S.A.C.

3.1.2 Sociedad Anónima Abierta

Artículo 249º.- Definición

La sociedad anónima es abierta cuando se cumpla uno a más de las siguientes condiciones:

1. Ha hecho oferta pública primaria de acciones u obligaciones convertibles en acciones;
2. Tener más de setecientos cincuenta accionistas;
3. Más del treinta y cinco por ciento de su capital pertenece a ciento setentecincos o más accionistas, sin considerar dentro de este número aquellos accionistas cuya tenencia accionaria individual no alcance al dos por mil del capital o exceda del cinco por ciento del capital;
4. Se constituya como tal; o,
5. Todos los accionistas con derecho a voto aprueban por unanimidad la adaptación a dicho régimen.

Artículo 250º.- Denominación

La denominación debe incluir la indicación "Sociedad Anónima Abierta" o las siglas "S.A.A."

3.1.3 Sociedad Colectiva

Artículo 265º.- Responsabilidad

En la sociedad colectiva los socios responden en forma solidaria e ilimitada por las obligaciones sociales. Todo pacto en contrario no produce efecto contra terceros.

Artículo 266°.- Razón social

La sociedad colectiva realiza sus actividades bajo una razón social que se integra con el nombre de todos los socios o de algunos o alguno de ellos, agregándose la expresión "Sociedad Colectiva" o las siglas "S.C.".

La persona que, sin ser socio, permite que su nombre aparezca en la razón social, responde como si lo fuera.

3.1.4 Sociedad en Comandita

Artículo 278°.- Responsabilidad

En las sociedades en comandita, los socios colectivos responden solidaria e ilimitadamente por las obligaciones sociales, en tanto que los socios comanditarios responden sólo hasta la parte del capital que se hayan comprometido a aportar. El acto constitutivo debe indicar quiénes son los socios colectivos y quiénes los comanditarios.

La sociedad en comandita puede ser simple o por acciones.

Artículo 279°.- Razón social

La sociedad en comandita realiza sus actividades bajo una razón social que se integra con el nombre de todos los socios colectivos, o de algunos o alguno de ellos, agregándose, según corresponda, las expresiones "Sociedad en Comandita" o "Sociedad en Comandita por Acciones", o sus respectivas siglas "S. en C." o "S. en C. por A.". El socio comanditario que consienta que su nombre figure en la razón social responde frente a terceros por las obligaciones sociales como si fuera colectivo.

3.1.4.1 Sociedad en Comandita Simple

Artículo 281º.- Sociedad en comandita simple

Esta forma societaria debe observar, particularmente, las siguientes reglas:

1. El pacto social debe señalar el monto del capital y la forma en que se encuentra dividido. Las participaciones en el capital no pueden estar representadas por acciones ni por cualquier otro título negociable;
2. Los aportes de los socios comanditarios sólo pueden consistir en bienes en especie o en dinero;
3. Salvo pacto en contrario, los socios comanditarios no participan en la administración; y,
4. Para la cesión de la participación del socio colectivo se requiere acuerdo unánime de los socios colectivos y mayoría absoluta de los comanditarios computada por capitales. Para la del comanditario es necesario el acuerdo de la mayoría absoluta computada por persona de los socios colectivos y de la mayoría absoluta de los comanditarios computada por capitales.

3.1.4.2 Sociedad en Comandita por Acciones

Artículo 282º.- Sociedad en comandita por acciones

A la sociedad en comandita por acciones se aplican las disposiciones relativas a la sociedad anónima, siempre que sean compatibles con lo indicado en la presente Sección.

Esta forma societaria debe observar, particularmente, las siguientes reglas:

1. El íntegro de su capital está dividido en acciones, pertenezcan éstas a los socios colectivos o a los comanditarios;
2. Los socios colectivos ejercen la administración social y están sujetos a las obligaciones y responsabilidades de los directores de las sociedades anónimas.

Los administradores pueden ser removidos siempre que la decisión se adopte con el quórum y la mayoría establecidos para los asuntos a que se refiere

los artículos 126° y 127° de la presente ley. Igual mayoría se requiere para nombrar nuevos administradores;

3. Los socios comanditarios que asumen la administración adquieren la calidad de socios colectivos desde la aceptación del nombramiento.

El socio colectivo que cese en el cargo de administrador, no responde por las obligaciones contraídas por la sociedad con posterioridad a la inscripción en el Registro de la cesación en el cargo;

4. La responsabilidad de los socios colectivos frente a terceros se regula por las reglas de los artículos 265° y 273°; y,

5. Las acciones pertenecientes a los socios colectivos no podrán cederse sin el consentimiento de la totalidad de los colectivos y el de la mayoría absoluta, computada por capitales, de los comanditarios; las acciones de éstos son de libre transmisibilidad, salvo las limitaciones que en cuanto a su transferencia establezca el pacto social.

3.1.5 Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada

Artículo 283°.- Definición y responsabilidad

En la Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada el capital está dividido en participaciones iguales, acumulables e indivisibles, que no pueden ser incorporadas en títulos valores, ni denominarse acciones.

Los socios no pueden exceder de veinte y no responden personalmente por las obligaciones sociales.

Artículo 284°.- Denominación

La Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada tiene una denominación, pudiendo utilizar además un nombre abreviado, al que en todo caso debe añadir la indicación "Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada" o su abreviatura "S.R.L.".

3.1.6 Sociedades Civiles

Artículo 295°.- Definición, clases y responsabilidad

La Sociedad Civil se constituye para un fin común de carácter económico que se realiza mediante el ejercicio personal de una profesión, oficio, pericia, práctica u otro tipo de actividades personales por alguno, algunos o todos los socios.

La sociedad civil puede ser ordinaria o de responsabilidad limitada. En la primera los socios responden personalmente y en forma subsidiaria, con beneficio de excusión, por las obligaciones sociales y lo hacen, salvo pacto distinto, en proporción a sus aportes. En la segunda, cuyos socios no pueden exceder de treinta, no responden personalmente por las deudas sociales.

Artículo 296°.- Razón social

La sociedad civil ordinaria y la sociedad civil de responsabilidad limitada desenvuelven sus actividades bajo una razón social que se integra con el nombre de uno o más socios y con la indicación "Sociedad Civil" o su expresión abreviada "S. Civil"; o, "Sociedad Civil de Responsabilidad Limitada" o su expresión abreviada "S. Civil de R. L."

3.1.7 Empresa Individual de Responsabilidad Limitada

La definición de este tipo de empresas se encuentra definida a través del Decreto Ley Nro. 21621 en su primer capítulo :

Artículo 1°.- La Empresa Individual de Responsabilidad Limitada es una persona jurídica de derecho privado, constituida por voluntad unipersonal, con patrimonio propio distinto al de su Titular, que se constituye para el desarrollo exclusivo de actividades económicas de Pequeña Empresa, al amparo del Decreto Ley N° 21435

Artículo 2º.- El patrimonio de la empresa está constituido inicialmente por los bienes que aporta quien la constituye. El valor asignado a este patrimonio inicial constituye el capital de la Empresa.

Artículo 3º.- La responsabilidad de la Empresa está limitada a su patrimonio. El Titular de la Empresa no responde personalmente por las obligaciones de ésta, salvo lo dispuesto en el artículo 41º.

Artículo 4º.- Sólo las personas naturales pueden constituir o ser Titulares de Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada. Para los efectos de la presente Ley, los bienes comunes de la sociedad conyugal pueden ser aportados a la Empresa considerándose el aporte como hecho por una persona natural cuya representación la ejerce el cónyuge a quien corresponde la administración de los bienes comunes. Al fenecer la sociedad conyugal la Empresa deberá ser adjudicada a cualquiera de los cónyuges con capacidad civil o, de no ser posible, deberá procederse de acuerdo a los incisos b) y c) del artículo 31º.

Artículo 5º.- Cada persona natural podrá ser titular de una o más Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada.

Artículo 6º.- Cuando por derecho sucesorio varias personas adquiriesen en conjunto los derechos del Titular de una Empresa, se procederá en la forma dispuesta en el Capítulo IV de la presente Ley.

Artículo 7º.- La empresa tendrá una denominación que permita individualizarla, seguida de las palabras "Empresa Individual de Responsabilidad Limitada", o de las siglas "E.I.R.L.". No se podrá adoptar una denominación igual a la de otra Empresa preexistente. La acción para obtener la modificación de la

denominación igual debe seguirse ante el juez del domicilio de la Empresa demandada, tramitándose conforme al procedimiento señalado para los incidentes. Contra lo resuelto por la Corte Superior no hay recurso de nulidad.

CAPITULO III

LA MEDIANA EMPRESA

1 Definición

¿ Qué significa la mediana empresa ?, ¿ Cómo la podemos definir ?, dar respuesta a estas interrogantes sugiere considerar dos conceptos aliados : uno que tienen que ver con la idea y el desarrollo del término en si mismo ó su naturaleza, y el otro con la variable magnitud ó tamaño del establecimiento, que puede ser micro ó pequeña, mediana o grande. La importancia del concepto empresa, radica en que este agente, gobierna el campo de la actividad económica sea en el ámbito privado, público ó mixto; y sus decisiones la asumen los propietarios ó accionistas los mismos que derivan su trascendencia a la vida económica de una sociedad. Algunas decisiones son más importantes que otras, por ejemplo la decisión de construir una nueva planta energética, o una nueva carretera, o construir un aeropuerto, o la de contratar dos obreros más para una obra, o usar un material nuevo en lugar de otro tradicional.

Una empresa es una organización comercial que administra factores productivos, los combina en un proceso de producción que culmina con el producto final cuando es trasladado al mercado para su comercialización. La empresa organiza sus actividades de producción y ventas, tratando de alcanzar ciertos objetivos, como maximizar beneficios, maximizar el nivel de producción o maximizar el nivel del empresario. La mayoría de modelos económicos respecto

al comportamiento de los negocios se basan en el supuesto de que las relaciones de la empresa, son siempre motivadas por la búsqueda de máximos beneficios. Estos supuestos innegables siempre dejan de lado otras metas que la empresa puede mantener en consideración. Sin embargo, la maximización de beneficios es la motivación más razonable de la empresa, porque si no existieran utilidades los accionistas no tendrían interés en mantener sus inversiones en la misma. Por otro lado los modelos que se basan en el supuesto de maximización de beneficios han generado predicciones verificables sobre el comportamiento de los negocios. Y por último nadie ha propuesto alternativas a la empresa que ofrezca el mismo poder explicativo y predictivo que el de la maximización de los beneficios, constituyendo en resumen, la mejor herramienta con que cuentan los estudiosos.

Uno de los aspectos por lo que más se ha criticado a las empresas, es por la búsqueda exagerada de beneficios. Incluso la gente de negocios no acepta relacionar su comportamiento a tales motivaciones voraces. Esta actitud es desafortunada, ya que revela desconocimiento sobre el verdadero papel económico de los beneficios en una economía de mercado. La teoría de la empresa puntualiza la importancia que tienen los beneficios como motivación, en términos tanto de la forma de decisiones en los negocios como en el control social.

Al igual que los consumidores maximizan su utilidad, sujeta a las restricciones de ingreso y precio, así también la empresa se enfrenta a restricciones en las decisiones de maximización. Entre las restricciones de la empresa se pueden considerar:

- Restricciones burocráticas, control de precios, reglamento anti-monopolio, impuestos, etc.
- Restricciones de mercado, salario, costo de capital, materia prima, grado de competencia, entre otros.

- Restricciones tecnológicas, la función de producción, o sea las diferentes formas en que pueden ser combinados los factores e insumos de producción.

Trataremos de acercarnos a una definición conceptual, que apunte hacia las características ó diferentes criterios tales como cuantitativos, cualitativos y mixtos, los mismos que están en función del grado de desarrollo de las economías.

En nuestra realidad, en muchos casos, la definición de mediana empresa se encuentra ligada a la de PYME, debido a que su ámbito puede abarcar ambos conceptos.

Los criterios mencionados pueden ser clasificados en cuantitativos, cualitativos y combinados:

1. Criterios cuantitativos :

- Número de trabajadores
- Ventas anuales
- Inversión en activos fijos
- Capital social

2. Criterios cualitativos:

- Trabajo propio y/o familiares
- No siempre poseen administración especializada
- No producen a gran escala
- Presentan pocos activos productivos, y tienen de este modo una baja relación inversión/mano de obra
- Gran parte de su mano de obra necesita especialización
- Complejidad en sus necesidades crediticias

3. Criterios combinados

- Donde se consideran variables tanto cuantitativas como cualitativas.

En el Perú, existen tres conjuntos de empresarios que presentan rasgos diferenciados de acuerdo con su ubicación geográfica, y éstos se encuentran en Lima, en el resto de la costa (con excepción de Lima), o en la sierra y selva.³

De acuerdo a lo expresado anteriormente, Lima es la zona más favorecida en cuanto a cobertura de mercado, volúmenes de ventas, nivel de inversión, promedio de créditos recibidos y nivel de remuneraciones, seguida de las demás zonas de la costa.

Según el texto "Visión Estratégica para el desarrollo y la promoción de la Pequeña Empresa" se realiza una división de la pequeña empresa en seis conjuntos con características individuales:

1. Artesanía (tecnología tradicional, contenido cultural, mano de obra intensiva, pequeña escala de producción).
2. Trabajadores independientes en servicios y comercio (auto-empleo, baja productividad, alta movilidad, uso de herramientas simples).
3. Micro empresa de subsistencia (unidades de sobrevivencia, en medio de la precariedad e inestabilidad extrema, muy baja productividad).
4. Micro empresa viable (actividades con capacidad de acumulación y potencial de crecimiento, mayor estabilidad).
5. Pequeña empresa (introducción y uso de tecnología moderna, mayor división del trabajo, flexibilidad, mediana productividad).

³ LANZ ROMERO, José. "Conferencias sobre la Pequeña Empresa - Una Sinfonía Inconclusa", Editado por Norma Sánchez Bazalar de Lanz, Perú 1997, 105 p.

6. Mediana empresa (mayor capacidad de innovación, articulación hacia arriba y hacia abajo, alta productividad).

Los cuatro primeros conjuntos forman parte del concepto general de microempresa, debido a que todas tienen menos de 10 trabajadores (definición aceptada universalmente para la microempresa en América Latina)⁴.

De acuerdo a este documento, la mediana empresa está considerada dentro de pequeña empresa, por lo que una vez más necesario indicar que para cada institución y/o país, existen distintos criterios y parámetros para la definición de la mediana empresa.

Así pues, no existe un criterio uniforme que sea aplicado en nuestro país para la categorización de la Micro, Pequeña, Mediana y Gran Empresa por lo que existen diversos conceptos para definir a la Mediana Empresa adoptados por diversas entidades (ministerios, Supervisoras, Organizaciones privadas etc.) involucradas en el sector.

El Ministerio de Economía, COFIDE y la SUNAT utilizan para caracterizar a la pequeña empresa como elemento de definición las ventas anuales. Se considera mediana empresa a las que venden anualmente más de US\$ 750,000 dólares americanos y menos de US\$ 5'000,000 dólares americanos.

El Ministerio de la Producción propone la siguiente clasificación :

⁴ COMITÉ DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA DE LA SOCIEDAD NACIONAL DE INDUSTRIAS (COPEI-SIN). "Visión estratégica para el desarrollo y la promoción de la Pequeña Empresa". 1997.

CUADRO N° 1

Propuesta de clasificación de las Empresas en el Perú Conceptos y Cifras –
Ministerio de la Producción

ESTRATO	PERSONAL OCUPADO	VENTAS ANUALES (US \$)	ACTIVOS FIJOS (sin incluir edificaciones)
MICRO	Hasta 10	Hasta 125,000	Hasta 25,000
PEQUEÑA	11-50	125,001 –1,500,000	25,001 –300,000
MEDIANA	51-200	1,500,000-20,000,000	300,001 –4,000,000

Fuente: CONCEPTUALIZACION DE PYMES. INEI.

Elaboración Propia Año 2005

La CONFIEP señala los siguientes parámetros para clasificar a las Empresas en nuestro país.

CUADRO N° 2

Clasificación de acuerdo a CONFIEP

TAMAÑO	PERSONAL OCUPADO	ACTIVOS FIJOS (US \$)	VENTA ANUAL (US \$)
Micro	1-9	- 20,000	- 50,000
Pequeña	10-49	- 300,000	40,000 – 1 Millón
Mediana	50-199	- 10,000,000	1 Millón – 25,000,000
Grande	200 a más	+ 10,000,000	+ 25,000,000

Fuente: CONCEPTUALIZACION DE PYMES. INEI.

Elaboración Propia Año 2005

Dentro del sistema financiero, los bancos vienen empleando categoría que en promedio fluctúa entre los siguientes valores:

- Micro Empresa: Ventas anuales menores a US\$ 50,000 dólares americanos.
- Pequeña Empresa: Ventas anuales mayores a US\$ 50,000 y menores de US\$ 1 millón de dólares americanos.
- Mediana Empresa: Ventas anuales mayores a US\$ 1 millón y menores a US\$ 30 millones de dólares americanos." ⁵

Para el presente trabajo se ha considerado la clasificación del Banco de Crédito (BCP), que se asemeja al de la CONFIEP y el promedio del Sistema Financiero:

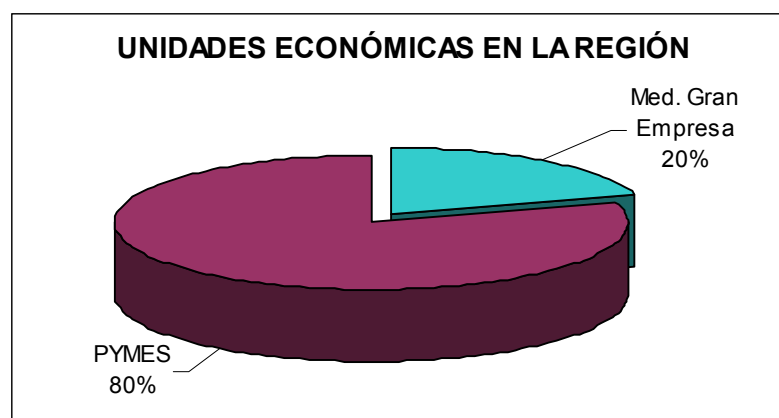
<u>Tipo de Empresa</u>	<u>Ventas Anuales US\$</u>
Micro	< 30,000
Pequeña	30,000 - 1'000,000
Mediana	1'000,001 - 15'000,000
Corporativa	> 15'000,001

⁵ MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS. Acceso al Financiamiento a través del Mercado de Valores Pág. 13 Disponible en http://www.mef.gob.pe/prensa/consulta_ciudadana.htm.

2 Importancia de la Mediana Empresa

Para hablar de la importancia de la Mediana Empresa en nuestro medio, es necesario observar el siguiente dato del contexto mundial; en América Latina y El Caribe, más del 80% de los negocios están constituidos por medianas y pequeñas empresas. Existen más de 50 millones de estas unidades que generan alrededor de 120 millones de puestos de trabajo⁶. Gráfico N° 1.

GRÁFICO N° 1



FUENTE: Comisión Pyme- Congreso de la República. CPYME-CRP. 2004

ELABORACIÓN: Propia .

En un país como el nuestro, que enfrenta problemas de inversión y desempleo, las medianas empresas evolucionan como una alternativa importante para apoyar el desarrollo socioeconómico del Perú.

⁶ LAM ALVAREZ, Juan Carlos. " La pequeña y Micro empresa en el Perú. Visión actual y perspectivas económicas. Comisión de PYME-Congreso de la República. Diciembre 1999. p. 1.

Si bien es cierto que tanto la inversión extranjera como las grandes empresas son muy importantes para el desarrollo del país, no es menos cierto que son las medianas empresas y a las pequeñas empresas emergentes, las que contribuyen y seguirán contribuyendo a resolver los problemas más graves de la economía peruana: la pobreza y el desempleo.

El territorio donde se encuentran ubicados estas unidades económicas están en Lima Metropolitana, y los llamados Cono Norte y Cono Sur; donde operan negocios de los que dependen muchas familias, necesitando capital para ampliar su producción y potenciar su crecimiento.

Existe entonces un entorno que nos demuestra la existencia de una mediana industria, muy importante, con sus propias dificultades y problemas. Existe a su vez, gran expectativa sobre el papel que cumplen, por lo tanto es necesario establecer condiciones bajo las cuales su contribución sea mayor aún para propiciar el desarrollo del país.

Es así que las pequeñas y las medianas empresas tienen una participación del 98.7% en las unidades productivas (Cuadro N° 3), con una contribución a la producción del orden del 42% del Producto Bruto Interno (PBI) y un 70% de ocupación⁷ (Cuadro N° 4). De este total la contribución de la mediana empresa se estima en aproximadamente un 29% para ambos casos.

⁷ Ibid, p. 1 y MTPE en Encuesta de Hogares 2003.

CUADRO N° 3

Lima Metropolitana: Distribución de la las Empresas Formales según Tamaño

TIPO DE EMPRESA	NRO. DE EMPRESAS	PARTICIPACION %
MICROEMPRESA (1)	185,991	87.5
PEQUEÑA EMPRESA(2)	21,452	10.1
MEDIANA Y GRAN EMPRESA (3)	5,148	2.4
Total Empresas	212,591	100

(1) Ventas anuales menores a US\$ 80 mil

(2) Ventas anuales entre US\$ 80 mil y US\$ 750 mil

(3) Ventas anuales mayores a US\$ 750 mil

Fuente: SUNAT. Declaración renta 2003.

Sin embargo, este incremento en el número de las empresas en Lima y en todo el país, junto con la importancia relativa del sector en el empleo, no se han reflejado en un mayor aporte en el PBI, la cual llegaría, a sólo 42,1%, dado que el empleo generado por las PYMEs son negocios de baja productividad e ingresos, en donde muchos segmentos pobres de la población se han visto en la necesidad de autoemplearse.

CUADRO N° 4

Lima Metropolitana: Estructura del Mercado Laboral (en miles)

PEA OCUPADA	1990	1994	1998	2002	Part. 02 (%)
MICROEMPRESA (2 a 9 trabajadores)	420	548	726	633	42,2
PEQUEÑA EMPRESA(10 a 49 trabajadores)	280	313	316	433	28,9
MEDIANA Y GRAN EMPRESA (de 50 a más trabajadores)	420	496	568	433	28,9
Asalariados y empleadores	1,120	1,357	1,610	1,499	100

Fuente: MTPE – Programa de Estadísticas y Estudio Laborales
Año 2003

3 Factores que Afectan el Desarrollo de la Mediana Empresa

El desarrollo de la Mediana Empresa se ve influenciado por diversos factores que determinan el rumbo a seguir y que en muchos caso pueden ser manejados y/o manipulados, si es que se cuenta con la capacidad (tanto en conocimiento como económicamente) para hacerlo.

Muchos estudiosos han escrito al respecto; por ejemplo Michael Porter propone un esquema de análisis que abarca los 3 niveles a tener en cuenta en el proceso de planeamiento : el macro entorno, el micro entorno y la empresa.

Macroentorno

El análisis del macroentorno se realiza estudiando todos los factores que afectan a un sector industrial de manera heterogénea. Se trata de un análisis de los factores demográficos, económicos, naturales, tecnológicos, políticos, legales, culturales y tecnológicos, los mismos que se utilizan para identificar las oportunidades y riesgos de la empresa.

Los factores políticos y legales se encuentran íntimamente relacionados, debido a que toman en cuenta factores ideológicos, de estabilidad política, dictaduras y democracias, regulaciones y leyes (mercantil, laboral, productiva), centralismo, privatización, relaciones internacionales, oficinas de gobierno y grupos de presión que ejercen influencia y ponen límites a las diversas organizaciones o personas de una sociedad.

Los factores económicos consideran aspectos de política fiscal (tributación, impuestos, subsidios), de política monetaria (tasas de interés, financiamiento, sistema financiero, niveles inflacionarios), y de política económica orientada al comercio exterior (política cambiaria, política arancelaria, reglamentación importación/ exportación). Así mismo debe comprender los factores que afectan el poder adquisitivo de los consumidores y sus patrones de gasto y cambios en su ingreso.

El ambiente natural, comprende los recursos naturales y sobre todo la preocupación por el medio ambiente el mismo que ha sido motivo de expectante preocupación desde hace aproximadamente 20 años. Se considera que se avecina la década de la tierra, en donde la protección del ambiente natural será un tema de interés mundial. En muchas ciudades alrededor del mundo, la contaminación del aire y del agua ha llegado a niveles alarmantes. Se mira con

preocupación el desgaste de la capa de ozono de la tierra y por el consecuente “efecto invernadero” una advertencia de peligro.

El entorno tecnológico podría ser la fuerza más importante de nuestro destino en la actualidad. La tecnología ha producido maravillas y también horrores para la humanidad. Nuestra actitud frente a la tecnología depende de que nos impresione más por sus maravillas o que por sus errores. Toda tecnología nueva anula a la anterior. Cuando las industrias viejas se opusieron o ignoraron las tecnologías nuevas, sus negocios se opacaron.

El entorno cultural se sustenta en instituciones y otros grupos que afectan los valores, las percepciones, las preferencias y los comportamientos básicos de la sociedad. Las personas crecen en una sociedad dada, la cual conforma sus creencias y valores fundamentales; absorben una visión del mundo que define sus relaciones con los demás y consigo misma.

Estos escenarios son herramientas de planeación en situaciones de lo que podría suceder en el futuro, y con ellos, las empresas están en posibilidades de explorar posibles situaciones y sus consecuencias, con lo que podría desarrollarse mejor las estrategias así como planes contingentes.

Al analizar el entorno, es necesario ver y pensar más allá de lo convencional, imaginando posibles estructuras del sector sobre supuestos relacionadas a diversos factores inciertos. También se hace necesario visualizar donde se ubicará la empresa dentro de la industria en relación a su competencia.

Entorno Empresarial

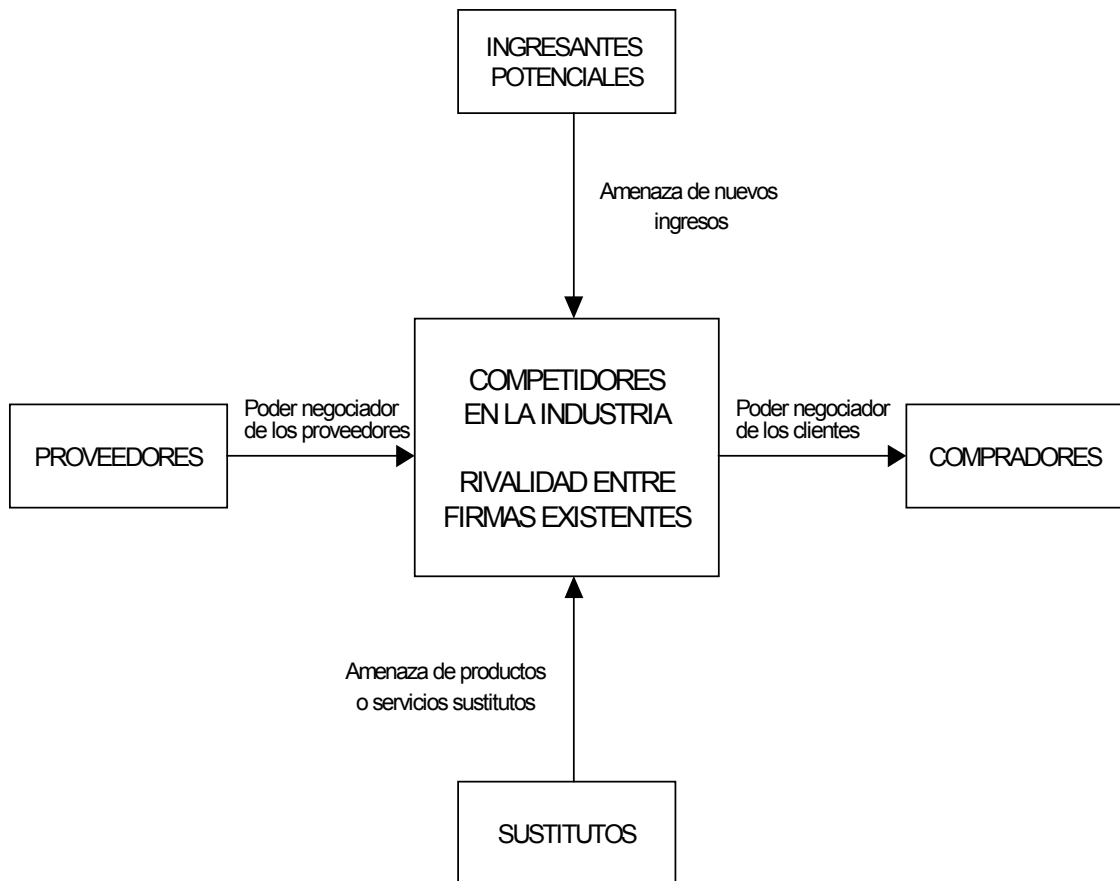
El segundo análisis toma en cuenta la visión de Porter, en la que establece que el estudio de los sectores industriales se efectúa considerando una rivalidad amplificada, la misma que sostiene que la rentabilidad de una empresa en un sector determinado, se ve afectada por los competidores directos, así como también por las fuerzas competitivas :

- El poder de negociación de los clientes
- El poder de negociación de los proveedores
- La amenaza de productos o servicios sustitutos
- La rivalidad entre las firmas existentes
- La amenaza de nuevos ingresos.

El estudio de estas cinco fuerzas (Gráfico N° 2) nos permite ver que tan atractivo puede presentarse el sector en que opera la empresa, su posición dentro del mismo, así como las ventajas competitivas (costos bajos o diferenciación) y el impacto que podrían tener sobre ellas las fortalezas y debilidades que presente la misma empresa.

GRÁFICO N° 2

LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS



FUENTE: Porter, M. Estrategia Competitiva.

La Empresa

Sin embargo existen factores que por su importancia, ameritan un análisis mas profundo, debido a que son estratégicos en el desarrollo de las medianas empresas. Entre los principales tenemos :

3.1 Los Inversionistas

El mediano empresario, es una persona que se forma en el rigor del trabajo, cometiendo errores y aprendiendo de ellos. Por lo general ha realizado estudios académicos discretos, pero no está capacitado o preparado para gestionar en forma eficiente el proceso administrativo y productivo. Nuestro sistema educativo lo prepara para el trabajo, mas no para ser empresario.

La Mediana Empresa, con frecuencia está dirigida por “hombres-orquesta”, que toman todas las decisiones o la mayor parte de ellas, incluso las de tipo tecnológico. Siendo su principal reto el mantenerse en el mercado y sobrevivir, esperando la oportunidad de tener un importante impulso que les permita lograr un interesante crecimiento. Sus decisiones tecnológicas y económicas son elementales, y no tienen definidas políticas de largo plazo.

Se debe propender a una mejor administración de los recursos humanos a través de la capacitación de los empresarios, principalmente en aspectos como gestión, control de existencias, calidad total, programación de la producción y de las finanzas, compras, ventas y comercialización.

3.2 El Nivel Patrimonial de la Empresa

La mayoría de empresas en nuestro país, administran niveles de patrimonio bastante bajos, básicamente para no verse afectados por la carga impositiva que implican. Sin embargo, esta situación tiene un lado negativo, el cual se presenta al momento de que se hace necesario solicitar un préstamo o el uso de algún instrumento financiero que facilite su gestión a través del sistema financiero nacional, debido a que presentan un débil respaldo patrimonial que acompañe al financiamiento.

En muchos casos, los locales en los que funcionan las empresas y sus bienes de capital, pertenecen a sus accionistas; así mismo, sus niveles de capital social son bajos, existiendo deudas por “préstamos de accionistas”, que si bien no son realizables en el corto plazo, finalmente afectan los resultados de cada período, evitando la capitalización de utilidades para mejorar sus niveles patrimoniales.

3.3 El Capital

Las medianas empresas presentan una limitada capacidad financiera, a pesar de poder acceder (en la mayoría de los casos) a toda la gama de instrumentos financieros existentes en mercado. El capital inicial es escaso pues mayoritariamente se genera en un entorno no muy favorecido.

La dificultad de acceso a créditos constituye un cuello de botella para el desarrollo de la mediana empresa, debido a que no puede basarse en el ahorro familiar y el crédito de préstamos particulares no constituye una solución al

problema. La dificultad de acceso al crédito de la pequeña empresa está asociada con el riesgo que la concesión del préstamo implica, los montos que solicitan, y el amplio número de empresas prestatarias, hace que los costos administrativos del financiador para este tipo de empresas, sea significativamente elevado. Además, existen graves problemas de comunicación con el sistema bancario : desconocimiento mutuo, exigencias de garantías exageradas y sobretodo, una aplastante burocracia. Las medianas empresas, en muchos casos se autofinancian o consiguen préstamos de tipo personal solamente, y a tasas de interés elevadas.

3.4 La Tecnología

Este es un factor que limita la capacidad productiva de la Mediana Empresa, al no existir vinculación con el sector que realiza la investigación y desarrollo tecnológico. Por lo general sus niveles tecnológicos son bajos, con reducido acceso a la información y no pueden darse el lujo de participar activamente en asociaciones industriales y foros donde se difunde la información tecnológica adecuada. En este campo se requiere que el empresario y sus técnicos, reciban capacitación y adiestramiento para mejorar los rendimientos y la calidad de sus productos.

Sin embargo, estar capacitados les permite el manejo de maquinaria y equipo moderno, al cual no siempre tienen acceso, por lo que se hace más complejo poder obtener niveles de competitividad importantes.

Generalmente, la mediana empresa cuenta con una implementación de planta heterogénea, debido a que tienen pocos equipos nuevos, estando la mayor parte

del equipamiento, conformado por bienes adquiridos de segunda mano, los mismos que son repotenciados, para obtener un adecuado desempeño, y a veces no les dan el mantenimiento adecuado ni óptimo, ingresando los equipos en un proceso de deterioro u obsolescencia.

3.5 La Mano de Obra

Para toda empresa, la mano de obra es uno de los factores críticos, ya que representa a la fuerza motriz de la empresa, aquella que lleva adelante el desarrollo de las actividades diarias del negocio.

En nuestro país, la mano de obra tiene un costo relativamente bajo, debido a que la oferta laboral es escasa, y la necesidad de trabajar, obliga a las personas a brindar sus servicios por debajo de los niveles salariales promedio, debido a que en la mayoría de casos no se trata de una mano de obra especializada, logrando dicha especialización en el proceso del trabajo; sin embargo, esto no debería ocurrir, porque si contáramos con una mano de obra mejor calificada y capacitada, las empresas podrían ser más competitivas.

3.6 Capacitación

Si bien es cierto que el financiamiento es uno de los pilares fundamentales para el desarrollo y crecimiento de la empresa, no es menos cierto que el recibirlo sin tener la suficiente capacidad de manejo para utilizarlo, puede llegar a convertirse en la ruina y hasta en el fin de la empresa.

El financiamiento y toda acción que apoye el crecimiento de la empresa, debe darse en un contexto de desarrollo empresarial. Esto se refiere no sólo al

empresario, sino a la empresa como un todo, involucrando al empresario y a sus trabajadores.

Considerando los cambios que se han producido en los últimos tiempos a nivel mundial; esto es, apertura de mercados, acelerado desarrollo tecnológico con persistencia en el cambio y los nuevos modelos organizativos, desarrollados básicamente por los japoneses, que determinan una forma distinta de administrar y manejar la empresa, el empresario y su empresa tienen que aprender a vivir en un ambiente de cambio tecnológico y a moverse en mercados abiertos donde tienen que competir tanto interna como externamente con productos de todo el mundo, en los que se han aplicado tecnologías avanzadas y formas modernas de organización. En este escenario ya no existe la rentabilidad con baja productividad, mala calidad o mal servicio. Para sobrevivir la empresa está obligada a mejorar su productividad y a lograr competitividad.

Para lograr este desarrollo empresarial y ser competitivo debemos considerar el siguiente aspecto importante :

El proceso de aprendizaje y mejoramiento continuo, que debe producirse en todos los niveles de la empresa, ya sea en operarios, empleados, y gerentes. Debe existir un real aporte de cada persona en su nivel, identificando pequeños problemas y aportando soluciones: cada uno debe ser un innovador.

Esta concepción considera el capital humano como el elemento esencial, o el activo principal de la empresa, dándole a la empresa un rostro más humano y mucho más motivador para sus integrantes.

Hay una revalorización del personal con énfasis en la capacitación y estímulo a su creatividad, logrando la asimilación y dominio de las tecnologías. El aprendizaje continuo se transforma en mejoramiento constante del producto,

satisfacción creciente de los clientes y desarrollo de la capacidad de la empresa para vivir en mercados cambiantes.

3.7 Gestión

Este factor se encuentra ligado de manera muy estrecha a los accionistas, ya que ellos generalmente administran la dirección de la empresa, decidiendo unilateralmente aspectos de política, de planificación y control, de estrategias, así como aspectos operativos y de producción, muchas veces guiados solo por la intuición. Estas decisiones espontáneas originan deficiencia y hasta debacle en algunos casos y en otros tienen la “suerte” de acertar; sin embargo el riesgo es mucho mayor, por la ausencia profesional de la gestión. Es imperioso para las empresas modernas, mejorar y transformar sus formas organizativas, jerarquizarlas y convertirlas en sociedades más dinámicas y ágiles.

Esta dirección es parte de la gestión de la empresa y del nivel gerencial responsable. Para una gestión eficiente, se tiene que actuar en tres áreas : preparando a la organización (cultura), manejando los activos intelectuales (flujo de información) y los procesos de trabajo.

El gran reto de la gestión es encontrar nuevas alternativas de desarrollo, que permitan potenciar ventajas competitivas, sobre la base del empleo de los nuevos y emergentes factores de producción, es decir el talento orientado a la tierra, capital y trabajo.

Estas son las capacidades y competencias funcionales para una gestión eficiente en una empresa.

La empresa debe ser la protagonista central y única responsable de su propio destino. Sin embargo es preciso destacar que para que las medianas empresas alcancen el desarrollo empresarial y la competitividad necesaria, requieren de un entorno adecuado donde puedan competir por los mercados sin ser discriminadas, y precisamente ese es el rol del Estado en el fomento productivo. El rol del Estado podría decirse que es mejorar la competitividad del sector productivo, apoyando el desarrollo empresarial a través de la creación de condiciones de entorno que permitan corregir las imperfecciones de los mercados. En resumen, es lograr que los mercados operen más eficientemente.

3.8 El Aspecto Tributario

Las empresas en general, y de acuerdo a su naturaleza, están sujetas a un régimen tributario establecido por el Estado; de igual modo, en lo concerniente al registro contable, debe llevarse de manera competente.

En tal sentido, las obligaciones tributarias a las que se encuentran afectas las empresas en nuestro país son :

- Impuesto a la Renta
- Régimen General
- IEAN (0.5 sobre los activos netos ajustados)
- Régimen Especial
- Régimen Unico Simplificado (RUS)
- Impuesto General a las Ventas (IGV)
- Impuesto Selectivo al Consumo (ISC)

Para un mejor control y manejo de las tributaciones en nuestro país, el Sistema de Recaudación de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria

(SUNAT) ha determinado dos sistemas de recaudación, con la finalidad de brindar un tratamiento diferenciado a las empresas, tomando como base los volúmenes de recaudación. Por ello existen actualmente el Sistema de Principales Contribuyentes (PRICOS), quienes representan aproximadamente el 85% de la recaudación tributaria en el país, y el Sistema de Medianos y Pequeños Contribuyentes (MEPECOS).

El denominado registro/directorio de contribuyentes, para efectos prácticos, se encuentra distribuido de la siguiente manera :

- Principales Contribuyentes Nacionales.
- Principales Contribuyentes Regionales.
- Medianos Contribuyentes.
- Pequeños Contribuyentes

Para determinar a los Principales Contribuyentes Nacionales, hay que tomar en cuenta el factor aplicado a los contribuyentes con domicilio fiscal en Lima, seleccionando a los principales hasta alcanzar el 66% de la recaudación a nivel nacional.

En segunda instancia, se toman a los contribuyentes hasta el 15% adicional de la recaudación, y se les considerará como Principales Contribuyentes de la Intendencia Regional Lima.

Los contribuyentes restantes, serán los Medianos y Pequeños Contribuyentes que conforman el 19% restante.

De acuerdo a la nota tributaria publicada al mes de Enero del 2005 por la SUNAT, la cantidad de contribuyentes con RUC ascendió a 2'765,900 en todo el país, siendo la cantidad de Principales Contribuyentes de 14,900 usuarios;

mientras que los pequeños y medianos contribuyentes (entre los que incluimos a los contribuyentes del Régimen General –Tercera Categoría-, Régimen Especial de Renta, RUS y Trabajadores Independientes) llegaron a 2'751,000.

En el departamento de Lima, se concentran 1'616,300 contribuyentes

De igual modo existen aportaciones y contribuciones que todas las empresas deben cumplir, tales como :

- ESSALUD
- AFP
- ONP
- IES
- SENATI

Actualmente existe el Impuesto a las transacciones Financieras (ITF), que es el impuesto que ha generado mayor controversia y oposición generalizada por sus efectos nocivos en la economía, a pesar de que su intención primaria fue de bancarizar a la economía y por supuesto recaudar más.

Se dijo que el objetivo central que tenía esta impuesto era alcanzar un mayor grado de formalización de la economía, pero luego de un año de aplicado, no existe información alguna respecto a los resultados, desconociéndose el cumplimiento del objetivo trazado o como siempre ocurre, sirvió solo como una burda exacción al contribuyente.

Muchos de los impuestos y contribuciones son razonables, ya que las empresas deben contribuir a equilibrar el presupuesto estatal; sin embargo algunos de ellos son antitécnicos, ya que no se tiene en cuenta que al optar por este tipo de mecanismos, lo único que se logra es reducir la competitividad de nuestras empresas, desanimando más al empresario y empujándolo a la informalidad.

Todo ello va en contra de obtener beneficios internos y principalmente los que traerán los tratados de libre comercio que el actual gobierno viene impulsando.

CAPITULO IV

EL FINANCIAMIENTO

1 Antecedentes

A partir del año 1990, el Perú ingresó en una nueva estrategia de desarrollo basada en la apertura económica y el impulso de libre mercado. La apertura del mercado con el incremento de la importación ha permitido apreciar las ineficiencias que presentaba nuestro sector empresarial e industrial, hecho que obligó a que muchas empresas se alinearan y se hagan competitivas; y en otros casos las llevó a cerrar o cambiar de actividad, generando un gran número de personas desempleadas.

De otro lado, el sector estatal ha permitido inversiones que han motivado la subcontratación de medianas y pequeñas empresas, por parte de las grandes empresas con la finalidad de enfrentar la competencia externa, logrando así una disminución considerable de costos.

En líneas generales estas reformas, han contribuido a la consolidación del sector empresarial a todo nivel en el país.

2 La Coyuntura Actual

Nuestra economía ha atravesado varios procesos en los últimos años. Hasta antes del año 1998 en que se presentó el Fenómeno del Niño, la economía creció de manera exitosa y las medianas empresas así como las pequeñas, no pasaron inadvertidas. Las instituciones financieras apostaron por aquellas empresas de menor envergadura, pero como consecuencia de este fenómeno se produjo una desestabilización económica que generó inseguridad y muchas empresas quebraron.

Posteriormente se originaron distintas caídas de los mercados en el mundo, Crisis Asiática, Crisis Mexicana (efecto Tequila), Crisis Rusa entre otros, los mismos que incrementaron los efectos negativos y desestabilizaron las precarias economías de los países de América Latina, incluido el Perú.

En nuestro país, los problemas estadísticos que no permiten determinar cuantas empresas medianas existen y cuanto es el aporte al PBI, motivan un descuido por parte de las autoridades que no han tomado el tema con el interés que amerita.

Todo ello, sumado a la generalización de ventas a plazo y la difusión del crédito (favorable para el consumidor), no ha sido totalmente favorable para las medianas empresas, debido a que por falta de capital de trabajo, se les hace difícil mantener sus estructuras operativas, motivando la pérdida de clientes.

De igual manera, las altas tasas de interés por los créditos bancarios, han limitado la capacidad de inversión y crecimiento no solo de las medianas empresas sino todas las empresas, así como el acceso al financiamiento.

En la actualidad, a pesar de la tendencia creciente de las tasas de interés, la cantidad de empresas que está accediendo al crédito se ha venido incrementando, principalmente en la mediana empresa y en las pequeña

empresa, las mismas que vienen demostrando un buen nivel de cumplimiento, además de representar un importante segmento de mercado, que no ha venido siendo atendido anteriormente y que presentan con márgenes de rentabilidad de importancia.

3 Aspectos Crediticios

Los objetos que se transan en el mercado del crédito son contratos explícitos o implícitos que involucran el intercambio de dinero en efectivo en el presente por una promesa de pago en el futuro. En particular, la operación de crédito involucra :

- La entrega del prestamista al prestatario un monto de dinero;
- La entrega del prestatario al prestamista de un compromiso de pago en un plazo determinado, con condiciones prefijadas relativas a tasa de interés, penalidades y otras consideraciones. Simultáneamente pueden quedar establecidas transferencias contingentes de propiedad de parte del prestatario a favor del prestamista en la forma de garantías o avales.

El mercado del crédito difiere de un mercado tradicional de mercancías como el de trigo o café en dos aspectos principales. Primero, el objeto de la transacción, que es la operación de crédito, es creado en el mismo instante de la venta y no preexiste a ésta. En segundo lugar, las transacciones de crédito constituyen un universo heterogéneo en el cual cada objeto transado difiere de los demás en virtud de características y peculiaridades del prestamista, del prestatario y de los términos de la operación pactada.

Una de las características que tipifica y distingue las transacciones crediticias es la presencia de información asimétrica, lo cual significa que el prestatario tiene mayor información que el prestamista respecto al destino y uso de los fondos prestados y a la intención y probabilidad de pago. La consecuencia de esta asimetría de información es la presencia de dos fenómenos que tienden a ejercer presión al alza sobre las tasas de interés. Esta presión al alza, consecuencia de la información asimétrica, ocurre en general en todos los mercados de crédito, pero es especialmente aguda en mercados poco desarrollados y en épocas de alteraciones financieras.

Los dos fenómenos que se derivan de la presencia de información asimétrica en los mercados de crédito son el problema de selección adversa o información oculta y el problema de riesgo moral o acción oculta. La selección adversa es un fenómeno ex-ante y consiste en un sesgo o distorsión que se presenta en el universo de potenciales prestatarios y cuyo efecto es una tendencia a aumentar la proporción de demandantes de mayor riesgo y menor intención de pago y a disminuir la proporción de demandantes de menor riesgo y mayor intención de pago.

El riesgo moral es un fenómeno ex-post y consiste en la propensión de parte del prestatario, una vez otorgado el crédito, a destinar los fondos a actividades de mayor rentabilidad potencial y por tanto mayor riesgo y menor probabilidad de pago, que las pactadas originalmente. La respuesta del prestamista, conocedor de estos problemas de la información asimétrica, es la de incrementar sus gastos de selección y evaluación de prestatario o, de modo alternativo o complementario, aumentar la prima de riesgo que es el costo contingente asociado a la probabilidad de incumplimiento.

En ambos casos, el resultado de estos fenómenos es nuevamente una tendencia al alza de las tasas de interés⁸. (Ver Anexo Nro. 1)

La heterogeneidad de las operaciones de crédito significa que es posible definir distintas particiones del mercado de crédito según las propiedades o características que se busque enfatizar al definir las agrupaciones. Algunas de las principales propiedades empleadas en definir segmentos de mercado de crédito son :

- Tamaño del cliente
- Estrato socioeconómico
- Monto de la operación
- Plazo de la operación
- Tipo de garantía o aval
- Utilización o destino del préstamo

4 Segmentación

Para un efecto práctico y con la finalidad de analizar mejor los diversos indicadores que el mercado brinda, el BCRP maneja una escala de partición de mercado de crédito en seis segmentos (la información por segmentos es brindada de manera periódica por el BCRP) . Estos segmentos constituyen una partición del universo de prestatarios que coincide con el que emplearía un banco

⁸ BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERU. " El Costo del Crédito en el Perú". Setiembre 2002. p. 53.

representativo para tomar sus decisiones estratégicas, tácticas y operativas respecto a :

- La asignación de recursos operativos y administrativos para la captación, evaluación, selección y seguimiento de clientes crediticios;
- La determinación de la tasa de retorno, los márgenes de ganancia, y por ende, las tasas de interés activas que exige a su cartera de crédito.

El criterio dominante para la selección de los segmentos ha sido la práctica de gestión bancaria en lo referente al cálculo y las proyecciones de costos y rentabilidades. Con base en estas consideraciones, es posible establecer para el sistema financiero peruano, una partición del mercado de crédito en los siguientes segmentos :

1. Corporativo.- Constituido por empresas domésticas con ventas anuales en exceso de US\$ 10 millones, así como filiales de empresas multinacionales. Al tener acceso a los mercados de capitales interno y externo, tienen un alto poder de negociación frente a los bancos;
2. Mediana Empresa.- Conformado por compañías con ventas anuales entre US\$ 1 y US\$ 10 millones. El poder de negociación de este segmento es variable y depende del acceso que tengan al mercado de capitales doméstico;
3. Pequeña Empresa.- Prestatarios con ventas anuales menores de US\$ 1 millón, usualmente no tienen acceso al mercado de capitales y su principal fuente de financiamiento es el sistema bancario;
4. Microfinanzas.- Este segmento consta de dos componentes: Microempresas, definidas como personas naturales o jurídicas que tienen activos menores a US\$ 20,000 (sin incluir bienes inmuebles) y un

endeudamiento con el sistema financiero que no excede dicho monto; y crédito de consumo de sectores de bajos ingresos.

5. Crédito de Consumo.- Destinado a personas naturales de los estratos de ingresos alto y medio con la finalidad de atender el pago de bienes, servicios de uso personal o gastos relacionados a una actividad empresarial. Incluye tarjetas de crédito y préstamos personales.
6. Préstamos Hipotecarios.- Crédito amparado en la garantía hipotecaria destinado a personas naturales con la finalidad de financiar la construcción o adquisición de viviendas propias.

Esta clasificación toma como base las categorías de crédito de la SBS, con la excepción del segmento de microfinanzas que ha sido definido como la unión del sector de microempresas y el sub-segmento de créditos de consumo de bajos ingresos. Esta agrupación se ha adoptado por cuanto refleja más adecuadamente la estructura empleada por los bancos para la toma de decisiones.

Las características del crédito en cada segmento son determinadas con el objetivo de satisfacer de manera más precisa las necesidades de los demandantes. Así, una vez identificadas estas, las entidades financieras proceden a dividir su mercado objetivo en función a prestatarios con similares necesidades para proceder finalmente a fijar el precio objetivo, esto es la tasa de interés del producto crédito. Las entidades financieras pueden seguir distintas estrategias de atención del mercado. La banca extranjera usualmente aplica criterios globales provenientes de sus matrices que restringen su atención sólo a segmentos están formalizados y existe un razonable grado de confiabilidad sobre su información financiera, la que debe estar asociada a un adecuado nivel de solvencia.

CUADRO N° 5

Número de deudores por Segmento

SEGMENTO	NUMERO DE DEUDORES	% DE COBERTURA ESTIMADO
CORPORATIVO	200	100
MEDIANA EMPRESA	2,900	80
PEQUEÑA EMPRESA	59,700	50
MICROFINANZAS	1,533,022	30
CONSUMO alto/medio	817,400	40
HIPOTECARIO	32,500	10
TOTAL	2,445,722	32

Fuente: SBS
Año : 2005

CUADRO N° 6

Segmentos y Características de los Productos Ofrecidos

SEGMENTO	MONTO	PLAZO PROMEDIO	GARANTIA	UTILIZACION
CORPORATIVO	Elevado	Variable	No específica	Productivo
MEDIANA EMPRESA	Mediano	Variable	Específica	Productivo
PEQUEÑA EMPRESA	Pequeño	Un año	Específica y Solidaria	Productivo
MICROFINANZAS	Variable (Hasta US\$ 30 mil)	Hasta tres años	Compra y Construcción de Inmueble	Consumo
CONSUMO alto/medio	US\$ 300 (promedio)	Un año	Aval de tercero, solidaria	Productivo y Consumo
HIPOTECARIO	No más de US\$ 100 mil (promedio)	Usualmente 12 años	Hipotecaria	Compra y Construcción de Inmueble

Fuente: BCRP
Año : 2005

A pesar de lo que las cifras aparentan, nos encontramos aún inmersos en un subdesarrollo financiero, básicamente por la existencia de altas tasas de interés para el crédito formal (y más aún para el informal) tomando como referencia el nivel de inflación anual de los últimos años que ha oscilado alrededor de 2,5% (aunque tal vez este año cierre en 3,5%) de acuerdo a lo expuesto por el Subgerente de Regulación y Evaluación Financiera del BCR, Mario Mesía.⁹

Las tasas de interés altas frenan el desarrollo y evitan la consecución de proyectos que económicamente son viables, pero que financieramente no tienen capacidad de generar un flujo de caja tan importante, como para justificar tasas de interés elevadas.

Además se observa un subdesarrollo financiero en el país, pues el crédito total sólo representa el 31% del PBI, mientras que en otros países como Chile representa el 75%, lo que significa que tienen un volumen de operaciones más importante que le permite diluir el costo unitario de la inversión en infraestructura, que siempre es necesario para un buen desarrollo del sistema financiero. Entonces no nos debe sorprender que en nuestro país los costos de intermediación financiera sean altos, comparados con países cercanos, que finalmente terminan siendo competencia nuestra en un mundo globalizado.

⁹ GESTION. " El 80% de Medianas Empresas ya habría obtenido Préstamo Bancario". 15 de Noviembre 2004. p. 16.

Para entender mejor la magnitud de lo expuesto, se hace necesario conocer la información relacionada a los índices del Producto Bruto Interno (PBI) del Perú en los últimos años :

GRÁFICO N° 3

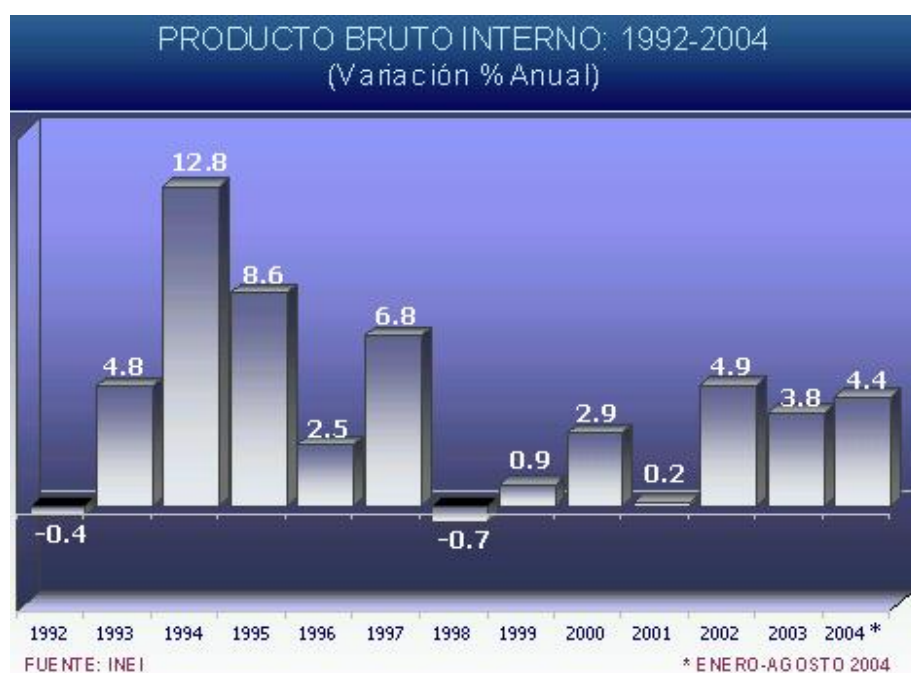
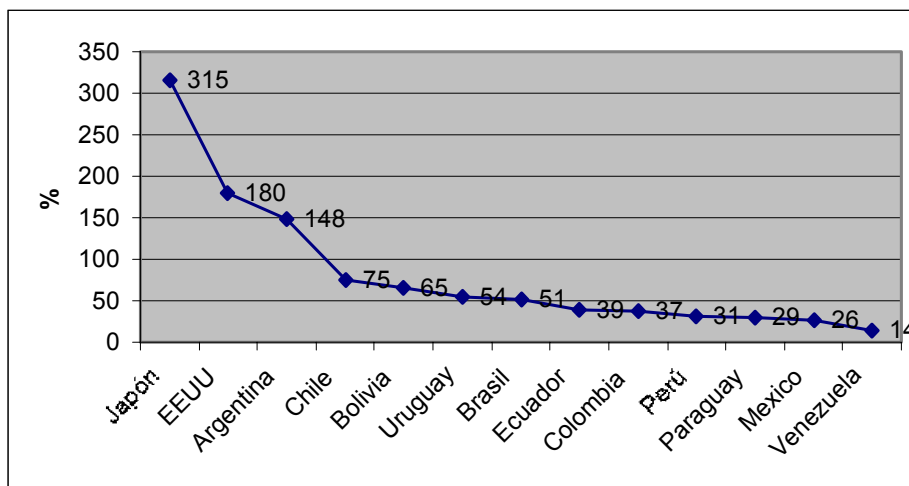


GRÁFICO N° 4

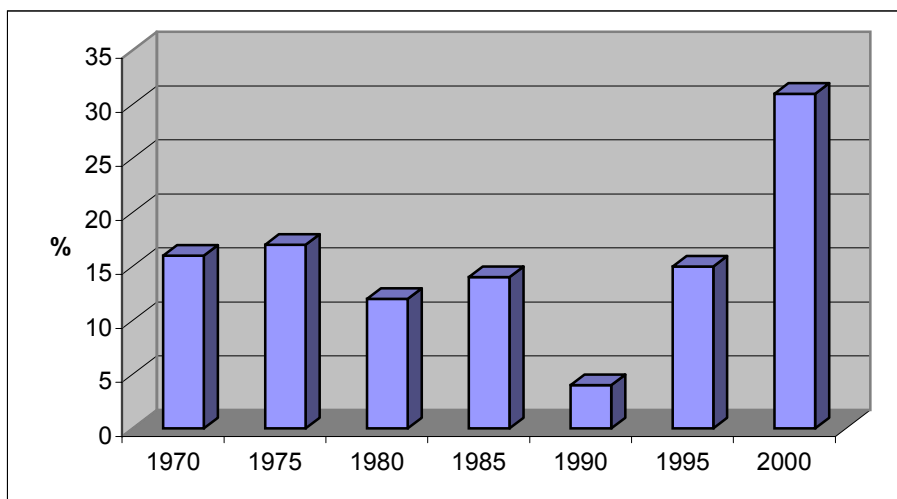
Subdesarrollo Financiero : Crédito como porcentaje del PBI
(en el mundo)



Fuente: BCRP
Año : 2005

GRÁFICO N° 5

Subdesarrollo Financiero : Crédito como porcentaje del PBI en el País



Fuente: BCRP
Año : 2005

En el siguiente cuadro, se aprecia la estructura de la cartera de colocaciones de los bancos componentes de acuerdo a los segmentos antes identificados. El segmento corporativo es el más importante; sin embargo el segmento de la mediana empresa se presenta en un expectante e importante segundo lugar.

CUADRO N° 7

Estructura de la Cartera por Segmentos y Moneda (en porcentaje del total de créditos)

SEGMENTO/PRODUCTO	CORPORATIVO	MEDIANA EMPRESA	CONSUMO alto/medio	MICROFINANZAS	HIPOTECARIO
SOLES	12,1	3,8	1,6	4,0	0,3
DOLARES	30,0	22,1	4,7	3,7	12,4
TOTAL	42,1	25,9	6,3	7,7	12,7

Fuente: BCRP
Año : 2005

En cada segmento, los prestatarios son diferenciados según su capacidad de negociación con las entidades financieras y su acceso a fuentes alternativas de financiamiento. Así el segmento corporativo dispone de un elevado acceso a dichas fuentes, tales como líneas de crédito de bancos del exterior, crédito de proveedores, diversas formas de financiamiento bancario e incluso emisiones de títulos de renta fija en el mercado de capitales. Por su parte el segmento de mediana empresa, sólo tienen la alternativa de endeudamiento con bancos u otras entidades financieras (arrendadoras financieras, cooperativas, financieras), pero bajo condiciones más onerosas y con garantías.

Esto nos demuestra la capacidad de negociación en función de su acceso a opciones distintas de financiamiento.

5 Indicadores de Estructura Actuales

En el tema de la concentración bancaria, la participación en los créditos directos de los tres mayores bancos del sistema (Banco de Crédito, Banco Wiese Sudameris y Banco Continental) creció de 62,5% en 2002 a 66,7% en 2003; mientras que la participación en los depósitos aumentó del 71,6% a 74,8% en el mismo período. Esto se debió principalmente a la mayor participación adquirida por el Banco de Crédito, luego de culminar el proceso de fusión con el Banco Santander Central Hispano, entidad que a diciembre de 2002 disponía de una participación de 8,0% en créditos y 5,2% en depósitos.

Durante el año 2003, las operaciones realizadas en moneda extranjera continuaron experimentando una tendencia decreciente. Así, la dolarización de créditos disminuyó 1,7 puntos porcentuales hasta ubicarse en 77,9% al mes de diciembre, debido principalmente a la creciente importancia de los créditos de consumo que se desembolsan principalmente en nuevos soles. En cuanto a los depósitos, el indicador de dolarización disminuyó 1,8 puntos porcentuales en el último año, ubicándose en 69,7% a diciembre de 2003; en este caso, la menor dolarización es un reflejo de la confianza de los agentes en la estabilidad económica del país, así como de las mayores tasas ofrecidas para los productos denominados en moneda nacional.

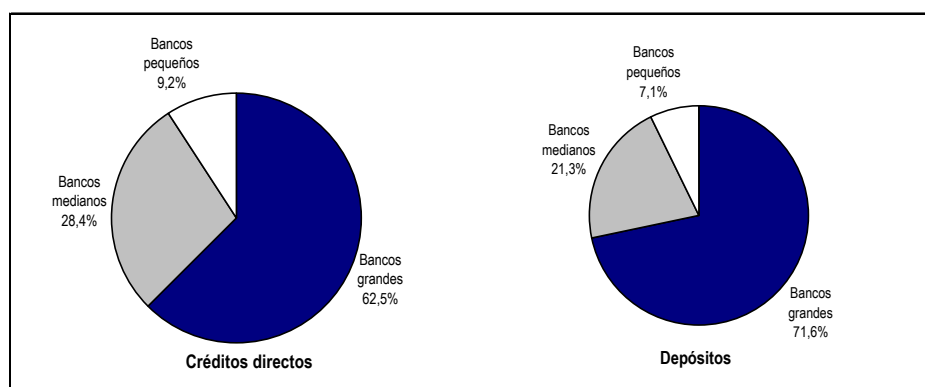
En lo referente a la estructura de los créditos directos por tipo, entre diciembre de 2002 y diciembre de 2003, los créditos de consumo registraron el mayor aumento en participación, al pasar de 9,4% a 11,6%; seguidamente, los créditos hipotecarios aumentaron su participación de 10,7% a 12,8% en el mismo período.

Por el contrario, los créditos comerciales pasaron de representar 77,6% del total de créditos en diciembre de 2002 a 72,6% en diciembre de 2003.

El siguiente gráfico ilustra la concentración de créditos y depósitos en el sistema financiero nacional, promediando los resultados de los años 2003 y 2004, de acuerdo a lo que el Banco Central de Reserva del Perú publica en sus dos últimas memorias :

GRÁFICO N° 6

Empresas Bancarias : Concentración de Créditos y Depósitos
Promedio años 2003 – 2004 (en porcentajes)



Fuente: BCRP

En relación a la dolarización de las operaciones, el 2002, el 2003 y el 2004 ésta registró una disminución para el caso de los créditos, lo cual se debería al incremento de las operaciones de consumo que se realizan mayormente en soles. Así, durante el año 2003 los créditos directos en moneda extranjera representaron en promedio 80,6% de los créditos, mientras que los depósitos en moneda extranjera representaron en promedio 71,0% del total de depósitos.

En lo que respecta a la estructura de los créditos directos y contingentes por tipo de crédito, fueron los créditos de consumo los que registraron el mayor aumento de su participación entre diciembre de 2001 diciembre de 2004, al pasar de 6,3% en el 2001 a 7,3% en el 2002, 11,6 en el 2003 y 12,4 en el 2004. Los créditos hipotecarios también registraron un incremento de su participación debido a la reactivación del sector construcción y a la adquisición de viviendas a través del Fondo Mivivienda, incrementándose de 10,7 en el 2002 a 12,8 en el 2003 y a 14,1 en el 2004. Los créditos comerciales fueron los de mayor reducción en el total de créditos directos y contingentes; representaron 77,6% del total en diciembre de 2002, el 72,6 en diciembre del 2003 y el 69,7 en diciembre del 2004.

CUADRO N° 8

Empresas Bancarias : Estructura de Créditos Directos y Contingentes según tipo (en porcentaje)

TIPO DE EMPRESA	Dic-00	Dic-01	Dic-02	Dic-03	Dic-04
COMERCIALES	84,7	83,3	81,9	72,6	69,7
MICROEMPRESAS (MES)	0,9	2,1	1,9	2,9	3,8
CONSUMO	6,7	6,3	7,3	11,6	12,4
HIPOTECARIOS PARA VIVIENDA	7,8	8,3	8,9	12,8	14,1
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: BCRP
Año : 2004

En cuanto a los créditos por sector económico, entre diciembre de 2002 y diciembre de 2003, los créditos a la industria manufacturera fueron los que registraron el mayor incremento en participación, al pasar de 28,0% al 2002, a

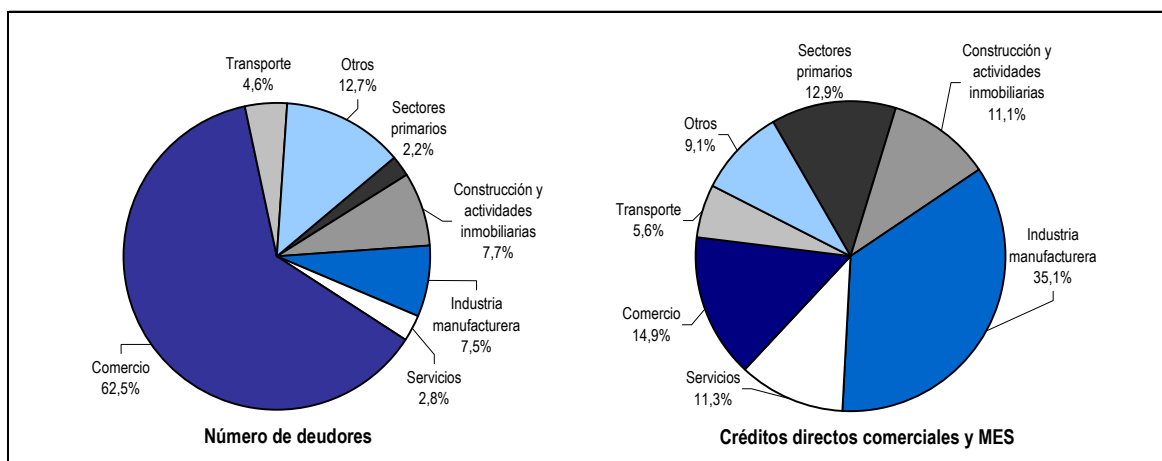
35,1% al 2003 y a 37,7 al 2004; mientras que el número de deudores pertenecientes a dicho sector representó sólo el 7,5% al 2002 y 8,7% al 2004. Lo inverso se observó en el sector comercio, el cual concentró el 62,5% de los deudores en el 2003 y el 66,1% en el 2004; registrando una disminución en participación al 2003, alcanzando el 14,9% de los créditos directos mientras que a diciembre de 2004 se recupera a 16,7%. Cabe mencionar que durante el año 2003 algunas empresas bancarias reclasificaron sus créditos según sector económico.

Adicionalmente, es importante indicar que los créditos a sectores primarios pasaron de representar 12,9% en diciembre de 2003 a 14,7% en diciembre de 2004, aun cuando su participación en el total de deudores se redujo de 2,2% a 2,1% en dicho período.

GRÁFICO N° 7

Empresas Bancarias: Número de Deudores y Créditos Directos Comerciales y a Microempresas por Sector Económico

Al 31 de diciembre de 2004



Fuente: BCP Banco de Credito

6 El Sistema Financiero Peruano

Para finales del año 2004, el sistema financiero peruano estaba compuesto por 14 empresas bancarias de operaciones múltiples, cuatro empresas financieras y 40 instituciones microfinancieras no bancarias.

CUADRO N° 9

Sistema Financiero : Estructura

Al 31 de diciembre del 2004

	NUMERO DE EMPRESAS	ACTIVOS	
		MONTO (S./ MILLONES)	%
EMPRESAS BANCARIAS	13	60,660	57,0
EMPRESAS FINANCIERAS	4	1,286	1,2
INSTITUCIONES MICROFINANCIERAS NO BANCARIAS	40	3,198	3,0
CAJAS MUNICIPALES	14	2,333	2,2
CJAS RURALES DE AHOORO Y CREDITO	12	497	0,5
EDPYME	14	368	0,3
SISTEMA FINANCIERO	98	68,342	64,2

No se están considerando la entidades estatales como el Banco de La Nación, COFIDE y Agrobanco

No se consideran las 6 empresas de arrendamiento financiero

No se consideran las 14 empresas de seguros

Fuente: BCRP

Al cerrar el año, las empresas bancarias tenían una participación del 64,2% en los activos y de 89,4% en el patrimonio del sistema financiero, mientras que las empresas financieras y las instituciones microfinancieras no bancarias,

representaban el 1,2% y 3,0% de los activos del sistema financiero, respectivamente.

6.1 Empresas Bancarias

Durante el año 2004, el sistema bancario continuó mostrando una evolución favorable, fortaleciéndose más aún, de acuerdo a la tendencia de los últimos años. La actividad crediticia experimentó una significativa mejora, reduciéndose de manera importante el volumen de cartera atrasada, generándose por lo tanto un índice de morosidad de 4,2 a diciembre de 2004 (el más bajo de los últimos seis años). De este modo, el sistema bancario muestra una gran solidez, una adecuada cobertura del riesgo crediticio y holgados niveles de liquidez.

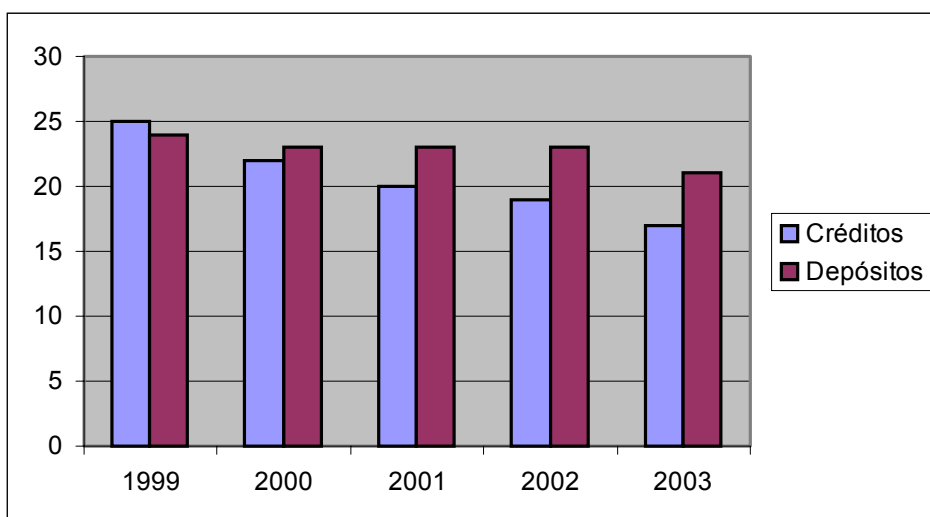
De las 13 entidades bancarias que existen actualmente en nuestro sistema financiero, 11 de ellas mantiene participación de accionistas extranjeros, siendo el aporte mayoritario en 8 entidades.

6.2 Intermediación Bancaria

La creciente importancia de nuevas alternativas de financiamiento e inversión vinculadas con el mercado de capitales en competencia con el sistema bancario, contribuyó a la disminución de la intermediación de fondos. Así, el ratio créditos directos promedio entre Producto Bruto Interno (PBI) descendió 1,7 puntos porcentuales en los últimos doce meses, hasta ubicarse en 17,0%, mientras que

el ratio depósitos promedio entre PBI cayó 1,4 puntos porcentuales, hasta llegar a 21,2%. Esto reitera la tendencia a la baja de este indicador en los últimos años.

GRAFICO N° 8
Empresas Bancarias : Intermediación
(Como porcentaje del PBI)



Fuente: BCRP

Los créditos directos mostraron un comportamiento decreciente en el último año, disminuyendo 2,271 millones de nuevos soles alcanzando un valor de 35,623 millones de nuevos soles a diciembre de 2003, en contra de los resultados de períodos anteriores en los que se mantuvieron relativamente estables. Esta reducción se debe al comportamiento de los créditos comerciales, que disminuyeron 3,549 millones de nuevos soles con respecto al período 2002. Esta caída se explica en gran medida porque las empresas corporativas han estado

sustituyendo el financiamiento bancario con la emisión de títulos valores en el mercado de capitales, obteniendo condiciones más favorables de financiamiento. La caída de los créditos comerciales fue en parte contrarrestada por la mayor dinámica de los créditos de consumo y de los créditos hipotecarios, que durante el año 2003 crecieron 577 y 536 millones de nuevos soles, respectivamente. Adicionalmente, los créditos a microempresas experimentaron un incremento de 165 millones de nuevos soles en dicho período.

Por su parte, los depósitos totales disminuyeron 1,679 millones de nuevos soles entre diciembre de 2002 y diciembre de 2003, hasta ubicarse en 45,739 millones de nuevos soles; disminución que estuvo liderada por los depósitos a plazo, los cuales cayeron 1,902 millones de nuevos soles en dicho período. Este comportamiento se explica en gran medida por la baja remuneración sobre los depósitos, lo que habría llevado a los ahorristas a optar por alternativas más rentables como, por ejemplo, las inversiones en el mercado de capitales a través de sociedades administradoras de fondos mutuos. Esto confirma la misma tendencia a la baja que en los créditos a pesar que al año 2002 se presentó una ligera recuperación respecto al 2001; sin embargo, para el año 2004 y según cifras preliminares del BCR, se estima que el nivel de depósitos se mantienen en el nivel alcanzado en el año 2003.

7 La Oferta Bancaria

Para el año 2004, la oferta bancaria en el sistema financiero peruano está compuesta por 13 instituciones :

- CITIBANK

- BBVA Banco Continental
- Banco de Crédito
- Banco de Comercio
- Banco del Trabajo
- Banco Financiero del Perú
- Banco Interamericano de Finanzas
- BNP Paribas Andes
- Interbank
- Mi Banco
- Standard Chartered Bank
- Banco Sudamericano
- Banco Wiese Sudameris

Cada entidad bancaria ofrece diversos tipos de crédito, cuya clasificación obedece a distintos criterios. Para efectos de lograr una fácil comprensión los denominaremos :

- Créditos Comerciales
- Créditos Especiales
- Créditos a Microempresas
- Créditos de Consumo (dirigido a personas naturales)
- Créditos Hipotecarios para vivienda

Para efectos de nuestro estudio, analizaremos solo los créditos comerciales y los créditos especiales.

Los créditos comerciales, financian operaciones productivas en el sector comercio, industria o servicios. Se clasifican a su vez en créditos directos y créditos contingentes.

Los créditos directos o colocaciones implican el desembolso real de recursos, y tienen las siguientes formas :

- **Préstamos** : Pagarés y otros préstamos a plazo determinado, respaldados por promesa de pago documentada (sustentación vía documentos del destino de los fondos). En el ámbito empresarial, su principal finalidad es el financiamiento de capital de trabajo de la empresas (ventas e inventarios) y de sus actividades de comercio exterior, mediante la modalidad de Pagare o Contratos de Mutuo. También se financia el consumo vía Tarjeta de Crédito Empresarial.
- **Descuentos y adelantos sobre letras en cobranza** : Su objetivo es el financiamiento de ventas. El funcionario que maneja la relación crediticia, debe asegurarse que los documentos a financiar provienen de una operación comercial y que el producto de ésta ha sido entregado.
- **Avances en cuenta y sobregiros** : Líneas de crédito a clientes bajo la forma de una facilidad en su cuenta corriente para uso transitorio y no permanente.
- **Leasing o arrendamiento financiero** : Financiamiento de activos, mediante la adquisición de dichos activos por parte del banco y alquiler de éstos a un cliente, bajo la forma de leasing.
- **Factoring** : También llamado compra de documentos de origen comercial, a empresas, de preferencia sobre letras aceptadas y calificadas, y documentos de exportación.

- **Créditos contingentes** : A diferencia de los anteriores, sólo implican la fianza o garantía del banco a operaciones financieras efectuadas por el cliente. Los más utilizados son : advance accounts, avales, cartas fianza y créditos documentarios de importación.

Los créditos especiales financian operaciones productivas en los sectores agrícola, agroindustrias y/o agropecuario y construcción , así como créditos que financian las inversiones de los clientes del banco a través de créditos a mediano plazo y/o arrendamiento financiero.

Es facultad de cada banco establecer las tasas de interés que aplicara de acuerdo a la modalidad de crédito requerida por sus clientes; sin embargo existen rangos dentro de los cuales deben manejarse dichas tasas de interés, y son determinadas por el BCRP en su calidad de ente regulador del sistema financiero peruano.

Sin embargo, en la mayoría de casos, se rigen bajo la ley de oferta y demanda, respetando siempre los rangos establecidos.

El siguiente cuadro, resume las tasas de interés activas promedio, aplicadas a los créditos comerciales en los últimos 30 días, y son publicadas a diario por el BCRP.

CUADRO N° 10

Tasas de Interés promedio Activas de las operaciones realizadas en los últimos 30 días - Al 31 de Marzo del 2005

TIPO DE CREDITO	EN MONEDA NACIONAL (S/.)	EN MONEDA EXTRANJERA (US\$)
AVENCES EN CUENTA CORRIENTE	50,81	15,69
SIBREGIROS	52,64	23,34
DSCITOS. Y PRESTAMOS 0-30 DIAS	7,95	6,50
DSCITOS. Y PRESTAMOS 31-90 DIAS	7,89	6,92
DSCITOS. Y PRESTAMOS 91-180 DIAS	7,29	7,09
DSCITOS. Y PRESTAMOS 181-360 DIAS	7,02	7,65
DSCITOS. Y PRESTAMOS MAS DE 360 DIAS	6,53	9,68

Las operaciones de avance en cuenta corriente, sobregiros, y descuentos y préstamos hasta 30 días, se calculan utilizando información de los últimos 5 días útiles por ser operaciones de muy corto plazo.

Fuente: SBS

8 Las Garantías

No existe reglamentación que estipule la necesidad de garantías para el otorgamiento de facilidades crediticias; sin embargo una tendencia que todas las

entidades financieras manejan, es solicitar garantías para respaldar las líneas de crédito que son aprobadas luego de la evaluación crediticia de las Unidades de Riesgo de cada banco.

Las garantías que respaldan las operaciones de crédito deben tener, de preferencia, las siguientes características :

- Ser de fácil realización
- Constituirse en primer rango, es decir, con preferencia sobre otros acreedores
- Que el valor de realización de la garantía sea suficiente para cubrir el riesgo crediticio, con un porcentaje suficiente de margen a favor de banco sobre la deuda, y que ésta valor se encuentre permanentemente actualizado (según lo estipula la SBS)
- Las garantías deberán contar con seguro y éste deberá estar endosado a favor del banco.

Para poder considerar a las garantías en el cálculo de provisiones, las regulaciones vigentes establecen que éstas deben tener el carácter de “garantías preferidas” o “garantías preferidas de muy rápida realización”.

Se consideran como “garantías preferidas”, entre otras, a las siguientes :

- Primera hipoteca sobre inmuebles
- Primera prenda sobre maquinaria, medios de transporte, warrants de productos de fácil realización y valores inmobiliarios cotizados en la Bolsa de Valores
- Prenda global y flotante sobre insumos y/o mercadería

- Cartas fianza y avales emitidos por instituciones financieras de primer nivel.

De otro lado, se consideran como “garantías preferidas de muy rápida realización”, entre otras a las siguientes :

- Primera prenda sobre depósitos en efectivo, instrumentos emitidos por el gobierno y valores mobiliarios de alta liquidez
- Cartas de crédito irrevocables emitidas por instituciones de primer nivel
- Warrants de materias primas (“commodities”) que sean transados en mecanismos centralizados de negociación en mercados secundarios, sea frecuente.

Los bancos, como parte de su política, recomiendan que el valor estimado de realización de las garantías , salvo depósitos y fianzas bancarias, exceda el monto del préstamos en por lo menos un 25%. El valor de realización se establece con criterio conservador y consiste en el valor neto que el banco espera recuperar como consecuencia de la eventual venta del bien en situación actual. Por lo tanto, dicho valor debe considerar los castigos y cargos por conceptos de gastos, impuestos, comisiones, fletes, mermas, etc.

Las garantías que los bancos reciben en respaldo de sus operaciones crediticias, deben estar debidamente valuadas por peritos independientes calificados por cada entidad. Dicha valuación será revisada periódicamente o cuando existan indicios de un cambio en su valor que podría producirse por razones de mercado u otras. Además, se efectúan inspecciones con el objeto de asegurar la cantidad, estado de conservación y valor de las garantías.

9 Procedimiento de Aprobación de Créditos

El proceso de evaluación de líneas de crédito se inicia con el conocimiento de la empresa y su proceso de producción y/o servicios, a través de una visita a sus instalaciones, luego de la cual es necesario presentar un informe escrito.

Las solicitudes de crédito deben acompañarse de cierta documentación, considerada mínima indispensable por los bancos, para su evaluación, tales como información básica de la empresa (con información sobre la actividad de la empresa, accionistas, líneas de productos y/o servicios, seguros, promedios de compras a proveedores, principales proveedores, promedios de ventas, principales clientes, etc.), información patrimonial de los socios o accionistas, relación de principales clientes (principalmente para las líneas que financian sus ventas para conocer la calidad y magnitud de su cartera), balance general de los dos últimos periodos contables acompañados de sus respectivos anexos, copia de las declaraciones juradas de los dos últimos años, balance de situación con antigüedad no mayor a tres meses, copia de los últimos pagos de IGV, y en el caso de solicitar líneas de mediano plazo (para los bancos mediano plazo se consideran a las facilidades que se otorgan por más de 12 meses) es necesario presentar un flujo de caja proyectado.

Toda esta documentación debe contar con la firma de los representantes de la empresa, así como la firma y sello de un contador colegiado.

La evaluación para el otorgamiento de un crédito debe considerar además el entorno económico del cliente, las garantías preferidas que pueda constituir, su nivel patrimonial, la calidad de la dirección de la empresa y la calificación otorgada

al cliente por otras empresas en el sistema financiero. La información financiera presentada debe ser confiable y auditada (en caso corresponda).

Existen parámetros para determinar qué clientes no son recomendables; siendo los principales los siguientes :

- Deterioro del margen, índice de rentabilidad negativo
- Déficit de capital de trabajo, razón circulante inferior a 1
- Sin generación operativa
- Endeudamiento o apalancamiento muy elevado
- Accionistas o administración poco confiable o capaz
- Mercados deprimidos y/o aquellos en que el banco tenga definido no participar, salvo excepciones debidamente sustentadas y aprobadas por cada entidad bancaria.

Para las empresas de riesgo normal, por lo general se otorgan tres tipos de financiamiento :

- Líneas de crédito revolventes : Para financiar inventarios, ventas, fianzas y comercio exterior.
- Para necesidades transitorias : Créditos internos o avisados en cuenta corriente y adelantos transitorios en cuenta, los que no deberán exceder el 10% del total de créditos otorgados por el banco.
- Para necesidades de mediano y largo plazo : Se recomiendan créditos con recursos de intermediación, así como arrendamiento financiero a plazos entre dos y cinco años, y siempre con garantías reales, hipotecas, primeras prendas con una cobertura mínima del 125%.

- Es deseable por los bancos que las facilidades se otorguen a las empresas medianas de riesgo normal estén garantizadas solidariamente por sus principales accionistas y los respectivos cónyuges. Adicionalmente, es usual solicitar garantías reales ajenas al negocio, es especial inmuebles de propiedad de los accionistas, etc.

Para empresas con problemas potenciales o financieramente débiles, las líneas de crédito revolvente que se otorgan, para financiar inventarios, ventas, ventas fianzas y comercio exterior, deberán tener como garantía letras y warrants sobre materias primas y/o productos terminados. El grado de realización de dichas garantías debe ser debidamente evaluado y a precios adecuados, con una cobertura mínima del 130%. Se considera indispensable la fianza solidaria de los principales accionistas. Las letras financiadas dentro de las líneas de ventas deberán ser rigurosamente calificadas, verificando además que se trate estrictamente de operaciones comerciales. Los bancos optan por limitar en la mayor medida las operaciones transitorias y evitan los financiamientos a mediano y largo plazo. Estas operaciones excepcionales se respaldarán, en todo caso, con garantías reales.

Las empresas que presenten clasificaciones de deficiente, dudoso o pérdida en el sistema financiero, no son sujetas de crédito. Solamente se les apoya en caso la deuda se encuentra refinanciada a través de la entidad donde se originó la facilidad.

El proceso de evaluación crediticio a través de las Unidades de Riesgos de los bancos, se realiza a mediante una evaluación más profunda que el funcionario que lleva la relación crediticia (llamado también sectorista).

Una vez culminado dicho proceso se determina la capacidad de endeudamiento máxima que amerita el cliente, y se establecen las condiciones de uso de las líneas de crédito aprobadas (plazos de uso de líneas, garantías, etc.).

Finalmente, los bancos mantienen un proceso de seguimiento y control de los créditos, que garanticen el cumplimiento de los compromisos contraídos, manteniendo una cartera sana, líquida y diversificada. Para ello, el sectorista debe mantener el contacto con sus clientes, monitoreando los riesgos para detectar de manera temprana algún deterioro en la calidad de éstos, a fin de tomar las medidas correctivas adecuadas.

Para ello se valen de elementos de control internos en cada entidad y de fuentes externas de información crediticia que ofrece la SBS y empresas privadas.

10 Análisis primario de información (Encuestas)

El universo de medianas y pequeñas empresas en el Perú se estima alcanzan los 3'000,000 de unidades (según información del INEI y del MEF), de las cuales el 40% se concentra en Lima. De este porcentaje de empresas, el 1% corresponde a medianas empresas, por lo tanto se estima que en nuestra capital existen aproximadamente 12,000 unidades.

Nuestra muestra se aplicó a 380 empresas, lo cual representa el 3.17% del universo de la mediana empresa en Lima. Se realizó una elección aleatoria de la zona a la cual se aplicaron las encuestas, siendo elegido el Cono Sur.

La principal técnica de recolección de datos utilizada fue la encuesta (ver anexo 2), la misma que consta de 15 preguntas, basadas en las variables e indicadores de las hipótesis planteadas en la presente investigación.

El tratamiento de la información se manejó teniendo en cuenta los siguientes pasos :

1. Construcción de una Matriz de Datos : Se elaboró teniendo en cuenta la necesidad de seleccionar y almacenar en forma primaria, la información obtenida.
2. Uso de los instrumentos de la tecnología informática : La información almacenada en la Matriz de Datos, se traslada al computador para procesar el tratamiento textual y estadístico, utilizando el software de Microsoft Corp. Excel y otros programas secundarios, especializados para cumplir nuestro propósito.
3. Aplicación de las pruebas estadísticas : Aplicamos pruebas de frecuencias y estadígrafos de tendencia central (promedios), de modo que se adaptaron a la búsqueda de resultados que nuestra investigación requiere, en función de los datos recopilados, los cuales se plasman en el diseño mismo de los resultados.

La información cuantitativa que se obtuvo de la aplicación de las técnicas de recolección de datos y el tratamiento estadístico, nos derivan a la aceptación de nuestras hipótesis, luego de contrastar los resultados.

Esto nos permite realizar el análisis concreto, cuya finalidad fue estudiar en detalle las características más relevantes de las medianas empresas del cono sur de Lima Metropolitana.

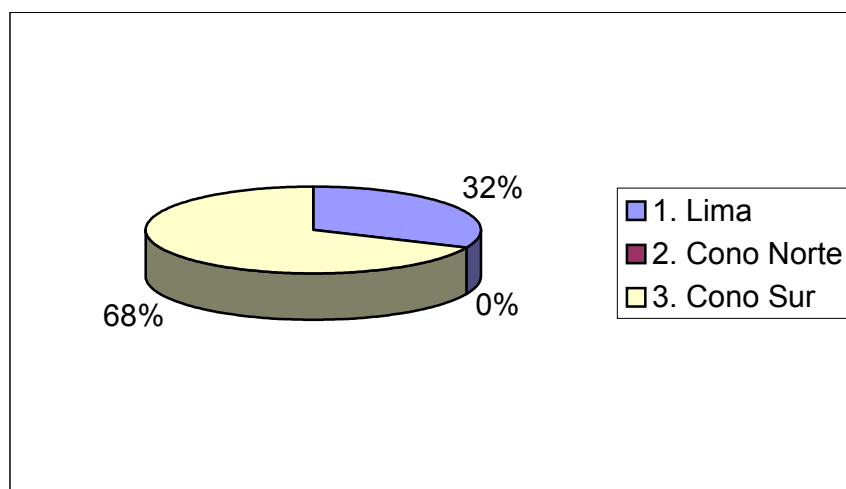
Al realizar las encuestas a los empresarios, tomamos ciertos parámetros base de manera preliminar para determinar la ubicación de medianas empresas, y observamos que a pesar de buscarlas en el cono sur, muchas de ellas tienen sus oficinas matrices en Lima, básicamente por un tema de marketing.

UBICACIÓN

Variable	f1	%
1. Lima	120	32
2. Cono Norte	0	0
3. Cono Sur	260	68
		100

GRAFICO N° 9

Ubicación



Fuente: Encuesta propia

Elaboración: Propia

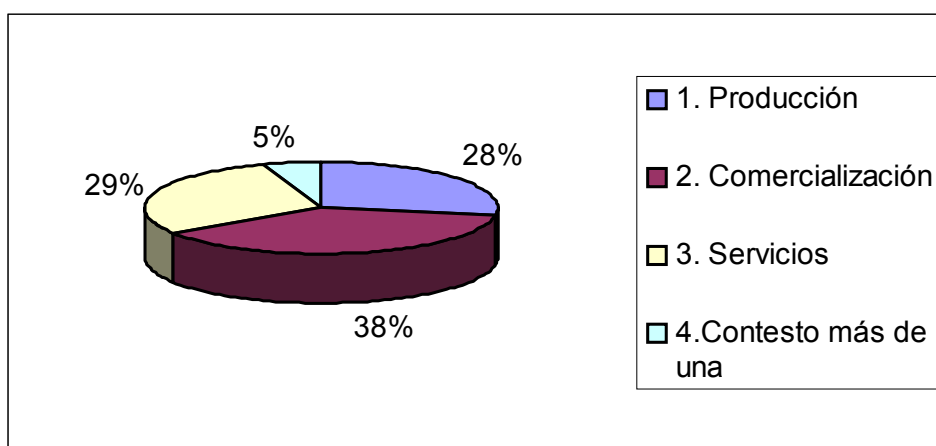
Año : 2005

En segunda instancia averiguamos respecto al sector económico en el cual desarrollan sus actividades, destacando el sector comercial con un 39% ; luego el sector servicios con un 29% ; el sector productivo con un 28% ; y un 5% con otro tipo de actividades.

SECTOR

Variable	f1	%
1. Producción	105	28
2. Comercialización	145	38
3. Servicios	110	29
4. Contesto más de una	20	5
		100

GRAFICO N° 10
Sector Económico



Fuente: Encuesta propia

Elaboración: Propia

Año : 2005

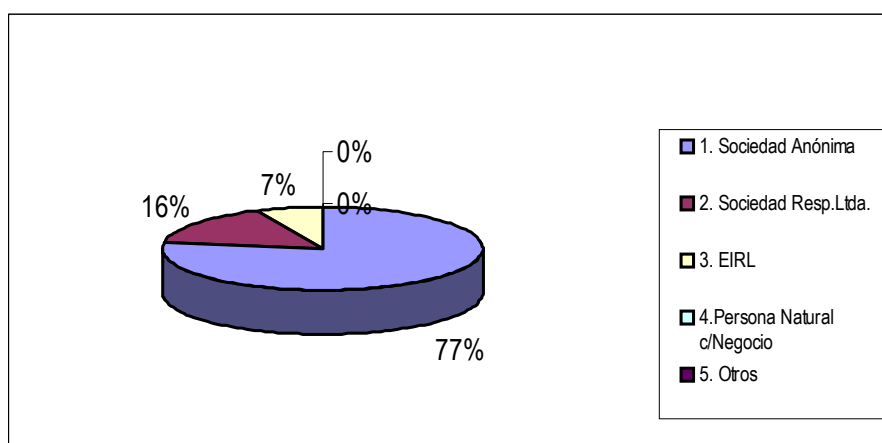
El tipo de sociedad empresarial que predomina esta constituida por las Sociedades Anónimas con un 77%; luego se encuentran las Sociedades de Responsabilidad Limitada con un 16%; y finalmente encontramos a las Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada con el 7%

TIPO DE EMPRESA

Variable	f1	%
1. Sociedad Anónima	295	77
2. Sociedad Resp.Ltda.	60	16
3. EIRL	25	7
4. Persona Natural c/Negocio	0	0
5. Otros	0	0
		100

GRAFICO N° 11

Tipo de Empresa



Fuente: Encuesta propia

Elaboración: Propia

Año : 2005

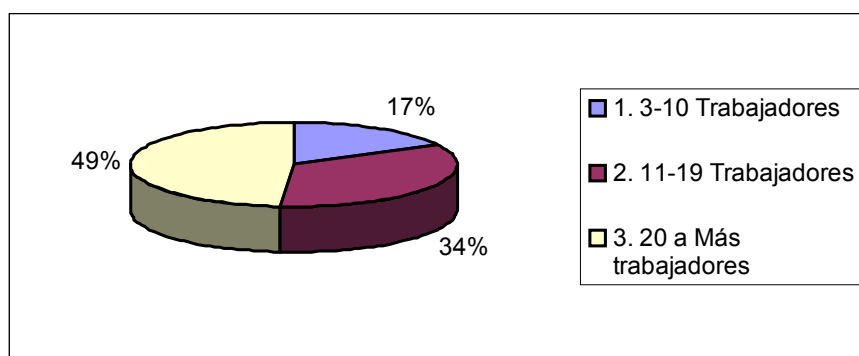
También consideramos importante conocer el promedio de trabajadores que cada empresa utiliza; y encontramos que el 49% de empresas tiene de 20 a más trabajadores, mientras que un 34% tienen entre 11 y 19 trabajadores, y solamente el 17% tiene entre 3 y 10 trabajadores.

Este indicador nos muestra la importancia de la mediana empresa como ente generador de empleo en nuestra sociedad y su posición estratégica en el crecimiento económico del país.

N° DE EMPLEADOS

Variable	f1	%
1. 3-10 Trabajadores	65	17
2. 11-19 Trabajadores	130	34
3. 20 a más trabajadores	185	49
		100

GRAFICO N° 12
Número de Empleados



Fuente: Encuesta propia

Elaboración: Propia

Año : 2005

Los volúmenes de ventas promedio que manejan las medianas empresas en el cono sur de nuestra capital, obteniendo interesantes resultados, ya que un 52% de ellas tiene ventas superiores a los S/. 5'000,000 y un 43% están entre el S/. 1'200,00 a S/. 5'000,000 , y sólo el 5% se encuentra debajo del S/ 1'200,000.

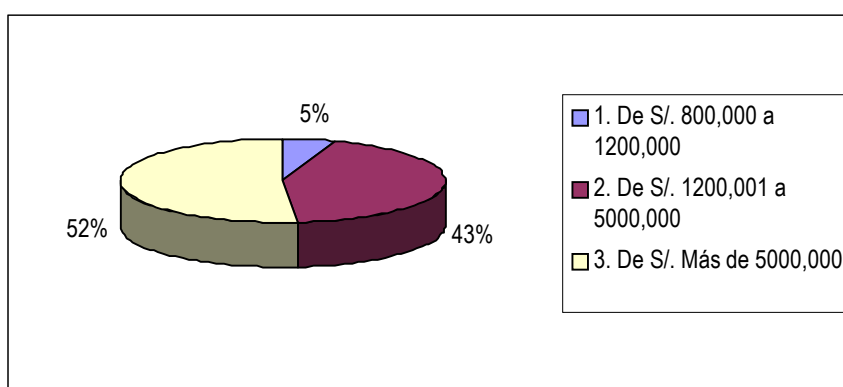
Esta situación nos muestra la importante generación de negocios que tiene la mediana empresa, por lo tanto se desprende de ello su importancia como soporte de la economía a través la contribución con el del pago de impuestos.

VOLUMEN DE VENTAS

Variable	f1	%
1. De S/. 800,000 a 1'200,000	20	5
2. De S/. 1'200,001 a 5'000,000	165	43
3. De S/. Más de 5'000,000	195	52
		100

GRAFICO N° 13

Volumen de Ventas Anuales



Fuente: Encuesta propia

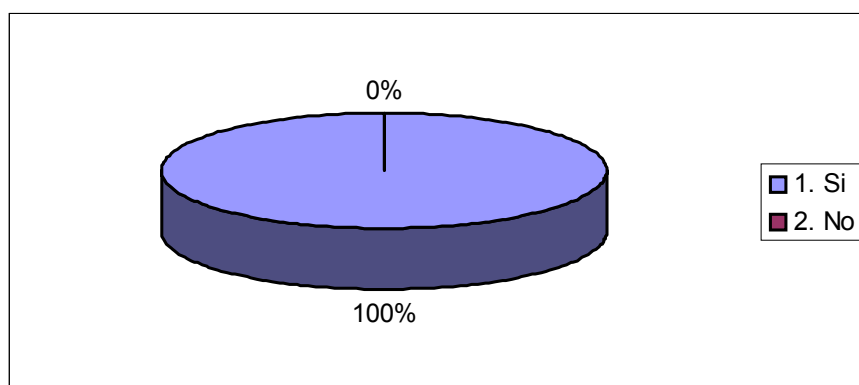
Elaboración: Propia

Año : 2005

Al realizar la encuesta, y consultando respecto a si tienen tratos comerciales con la banca, los 380 entrevistados manifestaron trabajar con al menos un banco o financiera en la actualidad, lo cual refuerza nuestra posición que indica que la mediana empresa, por su formalidad tiene la necesidad de trabajar con la banca comercial.

GRAFICO N° 14

Tratos Comerciales con Banco o Entidad Financiera



Fuente: Encuesta propia

Elaboración: Propia

Año : 2005

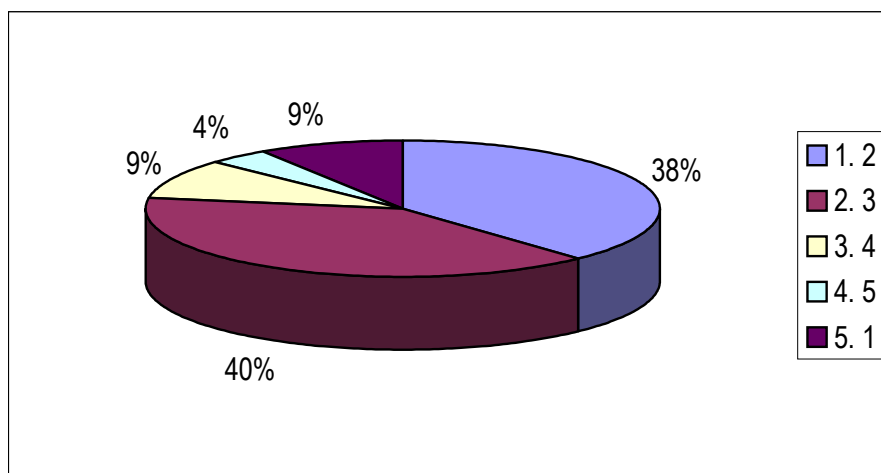
En ese sentido, buscamos conocer si solamente trabajan con una entidad o con más de una, siendo el resultado que un 38% trabaja con dos entidades, un 40% lo hace con tres entidades, un 9% con 4 entidades, un 9% con una entidad y sólo el 4% con al menos 5 bancos o entidades financieras.

NUMERO DE BANCOS O ENTIDADES FINANCIERAS CON LAS QUE MANTIENE TRATOS COMERCIALES

Variable	F1	%
1. 2	145	38
2. 3	150	40
3. 4	35	9
4. 5	15	4
5. 1	35	9
		100

GRAFICO N° 15

Número de Bancos o Entidades Financieras con las que mantiene tratos comerciales



Fuente: Encuesta propia

Elaboración: Propia

Año : 2005

Las principales entidades con las que los medianos empresarios prefieren trabajar, y los principales bancos de sistema financiero nacional marcaron la pauta, siendo el Banco de Crédito el preferido con un 36%, luego de Banco Wiese Sudameris con un 16% y el Banco Continental con un 15%.

El detalle de las preferencias se aprecian seguidamente, demostrando la importancia que tiene para la mediana empresa el trabajar con más de una entidad para disponer de una mayor cobertura y tener varias alternativas financieras con las cuales contar en caso de necesitarla.

Variable	f1	%
Crédito	335	36
Comercio	25	3
Interbank	85	9
Continental	140	15
Sudamericano	45	5
Wiese	150	16
Mi Banco	15	2
Del Trabajo	15	2
BIF	80	9
América Leasing	16	3
		100

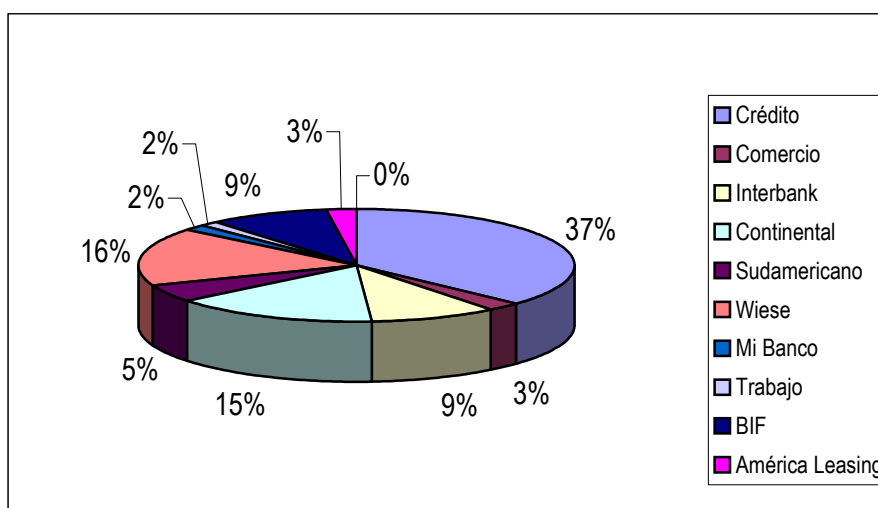
Es importante observar que dentro de las empresas financieras con las que trabaja la mediana empresa, encontramos una empresa de Arrendamiento Financiero, como es América Leasing.

El leasing o arrendamiento financiero, es una modalidad de financiamiento interesante para las empresas en general, debido a que les permite adquirir

bienes de capital o inmuebles, aprovechando el escudo fiscal que el instrumento financiero les brinda. De igual manera el leaseback o retroarrendamiento financiero, les permite recuperar capital fresco para invertirlo en el desarrollo del negocio.

GRAFICO N° 16

Preferencia de Entidades Financieras



Fuente: Encuesta propia

Elaboración: Propia

Año : 2005

Sin embargo, no sólo el financiamiento es la necesidad más apremiante para las empresas, ya que en muchos casos prefieren combinarlas con la necesidad de ampliar el mercado y por ende sus niveles de comercialización, llegando esta combinación de necesidades a alcanzar el 60% de la tendencia. A pesar de ello, la necesidad de solamente financiar alcanza un 26%, cifra que demuestra lo importante que se considera al financiamiento para el desarrollo de la mediana empresa en nuestra ciudad capital. También se aprecia que la innovación

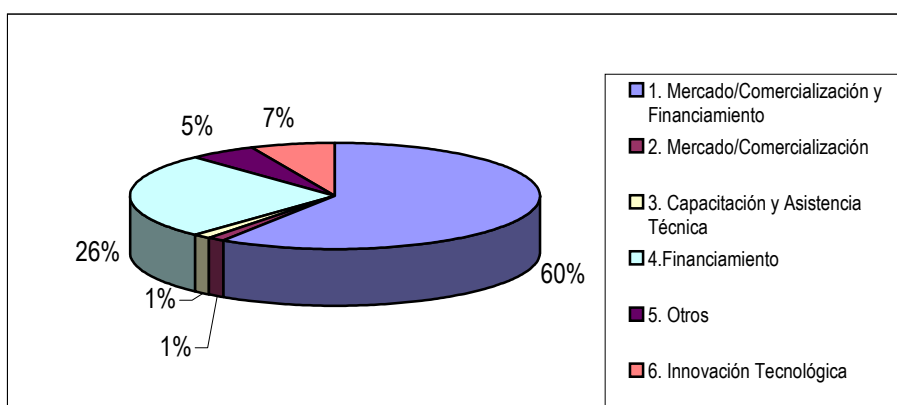
tecnológica, representa un 7%, lo cual demuestra la visión de los medianos empresarios en actualizar su maquinaria y equipos para poder enfrentar los retos de captar nuevos mercados y ampliar su horizonte de comercialización.

NECESIDADES MAS APREMIANTES DE LAS EMPRESAS

Variable	f1	%
1. Mercado/Comercialización y Financiamiento	225	60
2. Mercado/Comercialización	5	1
3. Capacitación y Asistencia Técnica	5	1
4. Financiamiento	100	26
5. Otros	20	5
6. Innovación Tecnológica	25	7
		100

GRAFICO N° 17

Necesidades más apremiantes de las Empresas



Fuente: Encuesta propia

Elaboración: Propia

Año : 2005

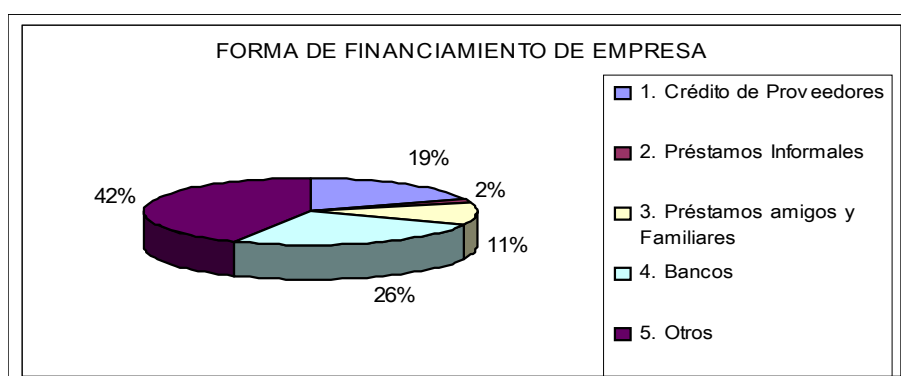
Para cubrir sus necesidades, la mediana empresa recurre a diversas modalidades de financiamiento, o las combina, siendo el financiamiento a través de bancos o entidades financieras un 26% y un 19% a sus proveedores, pero el grueso se concentra en varias modalidades distintas como el financiamiento a través de los socios, casas matrices, leasing, etc.

FORMAS DE FINANCIAMIENTO

Variable	f1	%
1. Crédito de Proveedores	150	19
2. Préstamos Informales	15	2
3. Préstamos amigos y Familiares	90	11
4. Bancos	210	26
5. Otros	345	42
		100

GRAFICO N° 18

Formas de Financiamiento



Fuente: Encuesta propia

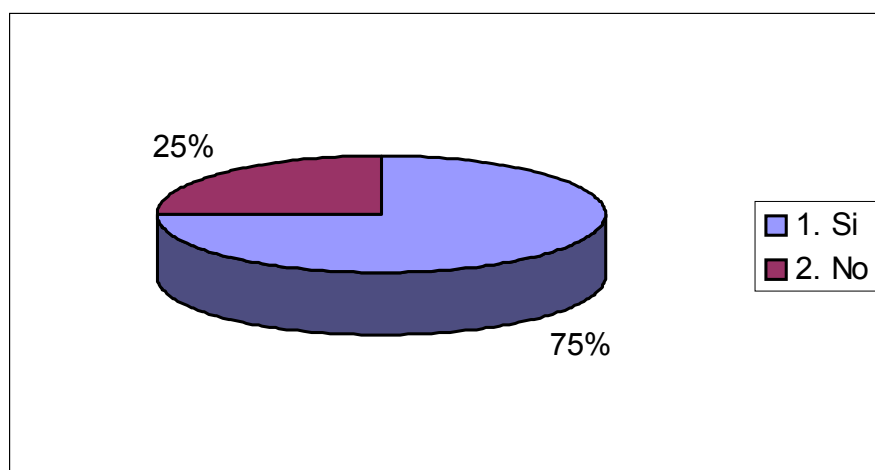
Elaboración: Propia

Año : 2005

La necesidad de fondos o liquidez, es un factor que en muchos casos posterga inversiones que las empresas deben efectuar para mejorar sus procesos e implementar sus plantas, es por ello que mayoritariamente la posición de los medianos empresarios ante la pregunta de haber postergado actividades o inversiones por falta de fondos que fue positivo en un 75%.

GRAFICO N° 19

Actividades o Inversiones Postergadas por Falta de Fondos



Fuente: Encuesta propia

Elaboración: Propia

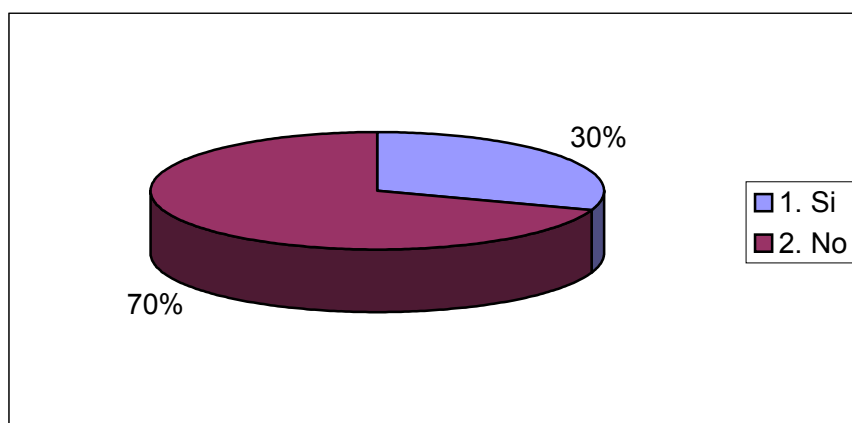
Año : 2005

Estas necesidades en la mayoría de casos son planteadas ante las entidades bancarias y financieras del sistema, las que miden el riesgo de las operaciones en base a indicadores de mercado, y en otros casos no apuestan por el planteamiento de sus clientes, obteniendo como consecuencia la inconformidad

de los medianos empresarios. Este grado de insatisfacción llega a niveles del 70%, cifra elevada ya que el deseo de crecer y realizar nuevas inversiones por parte de las empresas para ampliar sus mercados, los lleva a vislumbrar objetivos excesivamente alentadores, dejando de lado factores que afectan su actividad, postergando las limitaciones del mismo negocio.

GRAFICO N° 20

Nivel de Satisfacción con su Entidad Financiera



Fuente: Encuesta propia

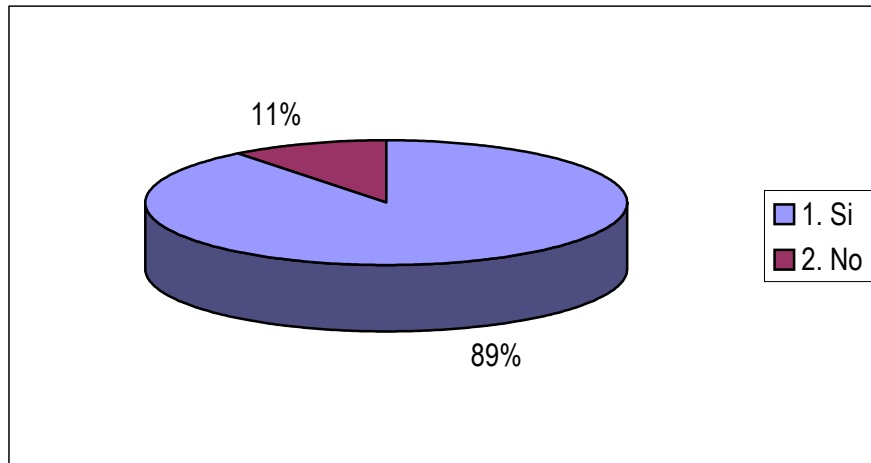
Elaboración: Propia

Año : 2005

Este nivel de insatisfacción, se explica en gran parte porque la mediana empresa considera que la gran cantidad de documentación requerida por las entidades bancarias y financieras, es excesiva, siendo aprobados créditos o líneas de crédito que están muy por debajo de sus expectativas y necesidades (340 entrevistados que forman el 89% del total, se muestran disconformes).

GRAFICO N° 21

Apreciación sobre requisitos exigidos por las Entidades Financieras



Fuente: Encuesta propia

Elaboración: Propia

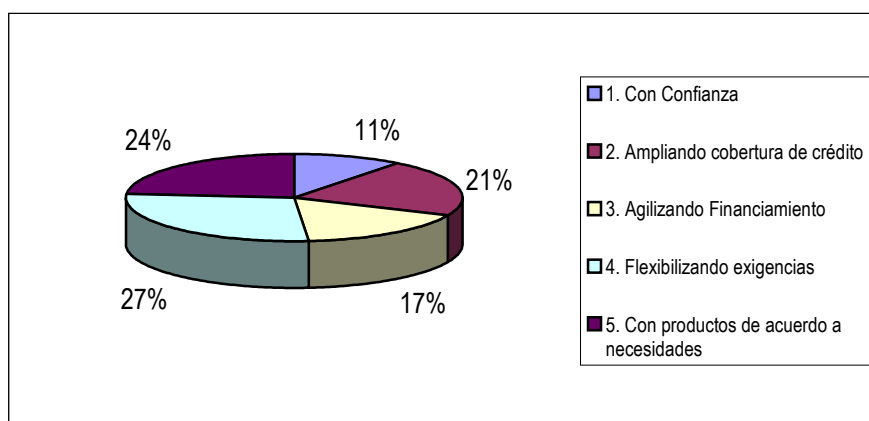
Año : 2005

Para mejorar estos indicadores, es necesarios conocer como esperan los medianos empresarios, ser atendidos por su o sus entidades bancarias principales.

El resultado de dicho cuestionamiento nos indica que esperan en un 27% la flexibilización de exigencias; se les apoye con productos que se ajusten a sus necesidades en un 24%; se amplíe la cobertura de crédito en un 21%; la agilización del financiamiento en un 17%; y finalmente el factor confianza representa el 11%.

GRAFICO N° 22

Atención esperada en Entidades Financieras



Fuente: Encuesta propia

Elaboración: Propia

Año : 2005

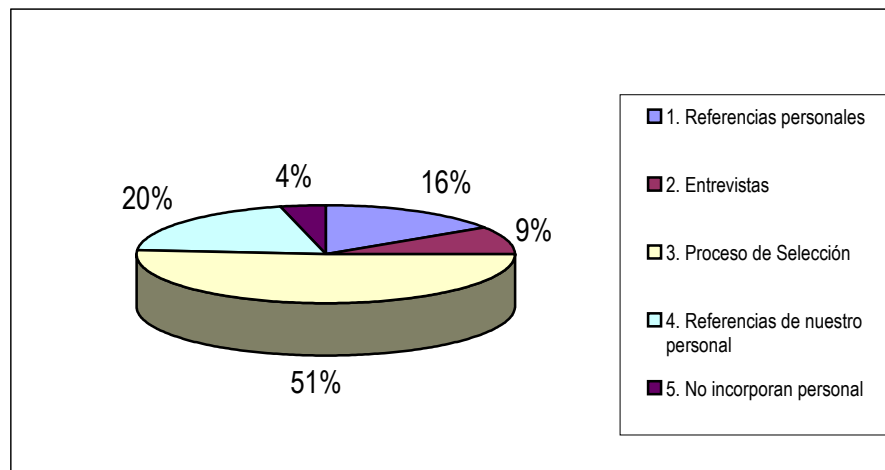
Por otro lado, es importante conocer el factor humano y la calidad del mismo en la mediana empresa, para de esta manera tener una idea del grado de competitividad que pueda alcanzar. Para ello es necesario conocer el proceso de selección que efectúa cada empresa.

METODO DE SELECCIÓN DE PERSONAL

Variable	f1	%
1. Referencias personales	60	16
2. Entrevistas	35	9
3. Proceso de Selección	195	51
4. Referencias de nuestro personal	75	20
5. No incorporan personal	15	4
		100

GRAFICO N° 23

Método de Selección de Personal



Fuente: Encuesta propia

Elaboración: Propia

Año : 2005

La mayor parte de medianas empresas tienen un proceso de selección (51%), mientras que el personal referido o recomendado llega al 20%, los antecedentes o referencias propias del empleado es del orden del 16%; hay un 9% que ingresa a través de un proceso de entrevistas, y finalmente un grupo pequeño de empresas que no incrementa su personal (4%).

Para ser más competitivas, las medianas empresas necesitan personal altamente calificado, y en muchos casos, desde sus inicios, mantienen a la mayor parte de su personal, por lo cual se hace necesario capacitarlos y actualizar sus conocimientos, o renovar cierto personal que tiene un rol de importancia en el

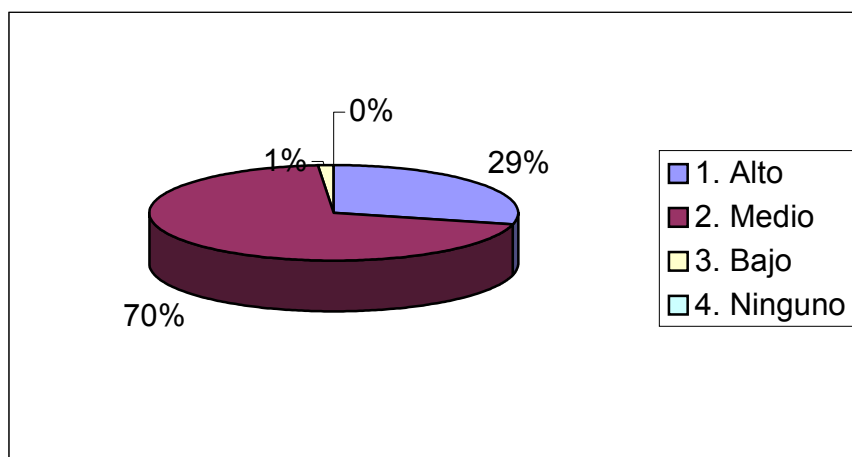
desarrollo de las actividades de la empresa. Es por ello que la siguiente pregunta nos permite conocer el grado de capacitación que presentan los trabajadores en promedio en la mediana empresa.

NIVEL DE CAPACITACION O EXPERIENCIA POSEEN SUS COLABORADORES

Variable	f1	%
1. Alto	110	29
2. Medio	265	70
3. Bajo	5	1
4. Ninguno	0	0
		100

GRAFICO N° 24

Nivel de Capacitación de sus Colaboradores



Fuente: Encuesta propia

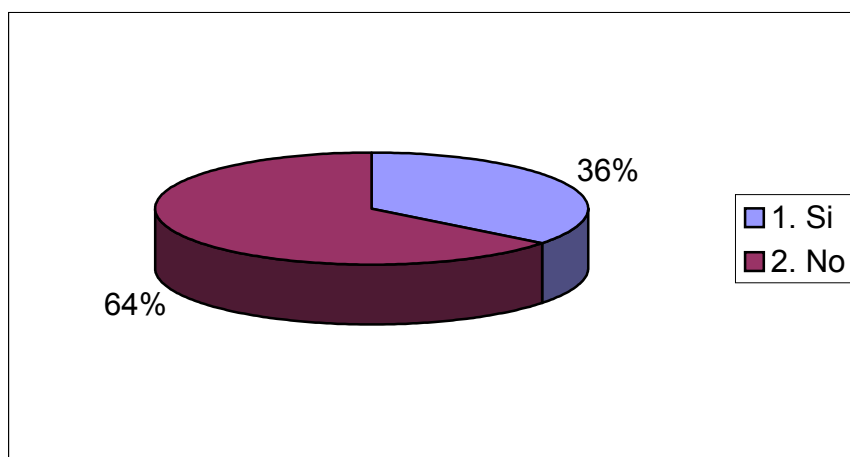
Elaboración: Propia

Año : 2005

Conociendo el nivel de capacitación y sabiendo que es importante fortalecer este campo para que la empresa dinamice su crecimiento, es importante disponer de planes de capacitación periódicos, es por ello que al preguntar al respecto, observamos que solo un 36% de las medianas empresas lo tienen, el resto lo considera importante pero consideran que hay otras prioridades que limitan la inversión en este campo.

GRAFICO N° 25

Plan de Capacitación



Fuente: Encuesta propia

Elaboración: Propia

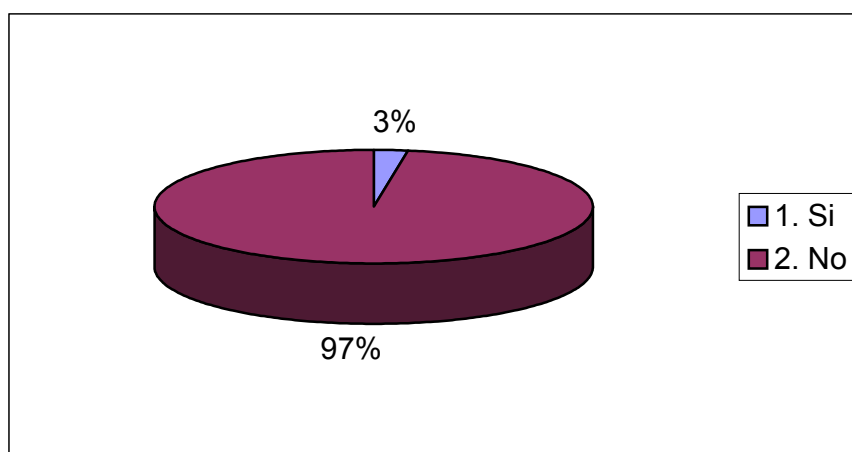
Año : 2005

Ante esta falencia al interior de las medianas empresas, los trabajadores optan en invertir en su propia capacitación con la finalidad de lograr mejorar su posición

en el trabajo, o en muchos casos mantenerse en el mismo; sin embargo, esta inversión no siempre es reconocida por la empresa, solo un 3% de las medianas empresas les ofrecen una mejora económica.

GRAFICO N° 26

Motivación a los Trabajadores por Capacitación



Fuente: Encuesta propia

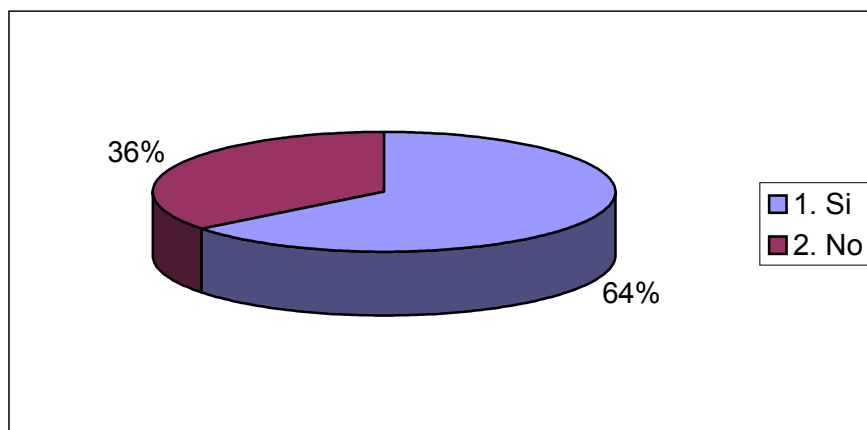
Elaboración: Propia

Año : 2005

Otro de las necesidades de la mediana empresa gira en torno a la maquinaria y equipos, debido a que mayoritariamente (64%) consideran necesitarlas para el desarrollo de sus actividades.

GRAFICO N° 27

Requerimiento de Maquinaria



Fuente: Encuesta propia

Elaboración: Propia

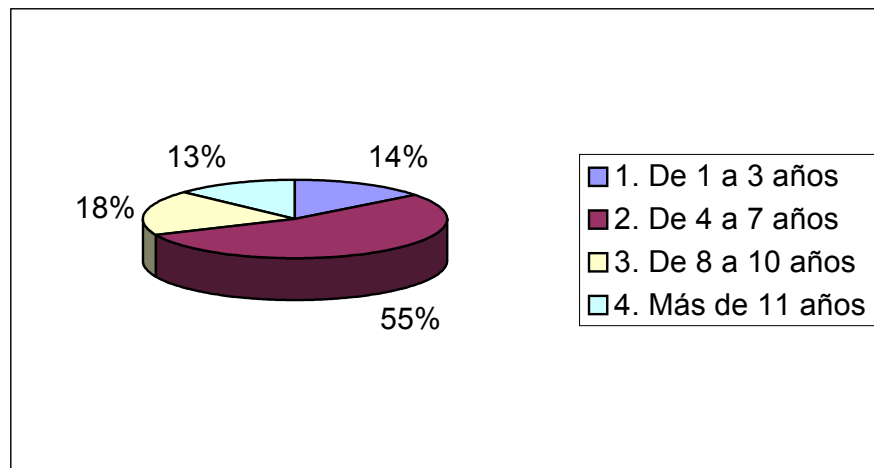
Año : 2005

En la mayor parte de casos, la maquinaria que utiliza la mediana empresa tiene una antigüedad entre 4 y 7 años con el 55%, mientras que un 18% se concentra entre los 8 y 10 años, un 13% entre los 1 y 3 años, y finalmente un 13% tiene maquinaria y equipos con más de 11 años de antigüedad.

De este modo, es fácil advertir que existe una necesidad por actualizar el equipamiento de las medianas empresas, para hacerlas más competitivas y consecuentemente puedan enfrentar los nuevos retos que se le presenta al país con la globalización y los tratados de libre comercio que se vienen suscribiendo con las diversas economías en el mundo.

GRAFICO N° 28

Antigüedad de los Equipos



Fuente: Encuesta propia

Elaboración: Propia

Año : 2005

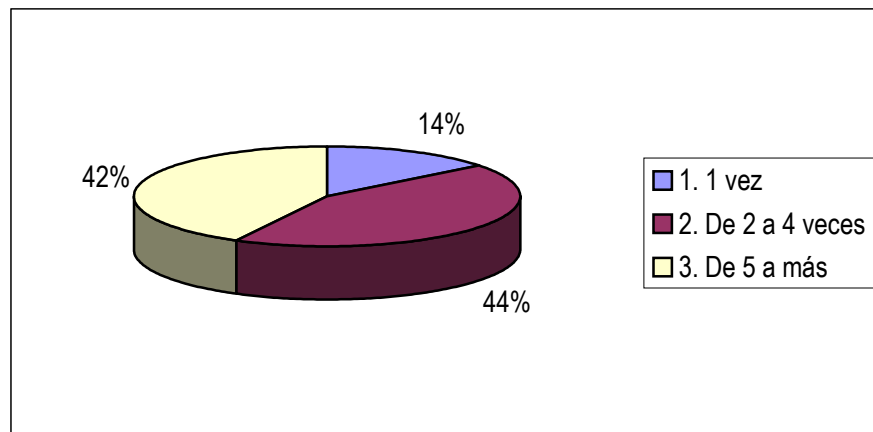
Estos equipos y maquinaria, a pesar de los años, siguen operando en excelentes condiciones, sin embargo sus capacidades son limitadas, comparativamente con las empresas del exterior. Para ello tienen que recibir un adecuado mantenimiento de manera periódica.

VECES AL AÑO QUE REALIZAN MANTENIMIENTO DE EQUIPOS

Variable	f1	%
1. 1 vez	55	14
2. De 2 a 4 veces	165	44
3. De 5 a más	160	42
		100

GRAFICO N° 29

Mantenimiento de Equipos al Año



Fuente: Encuesta propia

Elaboración: Propia

Año : 2005

Conscientes de la importancia de mantener la maquinaria operativa, las medianas empresas se preocupan por programar un mantenimiento periódico, concentrándose en 2 a 4 veces al año un 44%; más de 5 veces al año un 42% y solo un 14% lo hacen una vez al año.

Finalmente, consideramos importante conocer si los medianos empresarios suelen comprar maquinaria nueva o de segunda mano, y pudimos constatar que solo el 25% de los equipos son adquiridos de primera mano; mientras que un 18% los hace de segunda. Sin embargo, el grueso de la inversión se realiza en un mix de ambas posiciones, ya que la compra de equipos de primera y segunda mano, llega a un 57%, siendo esta la mejor fórmula para cubrir la dificultad de acceder a

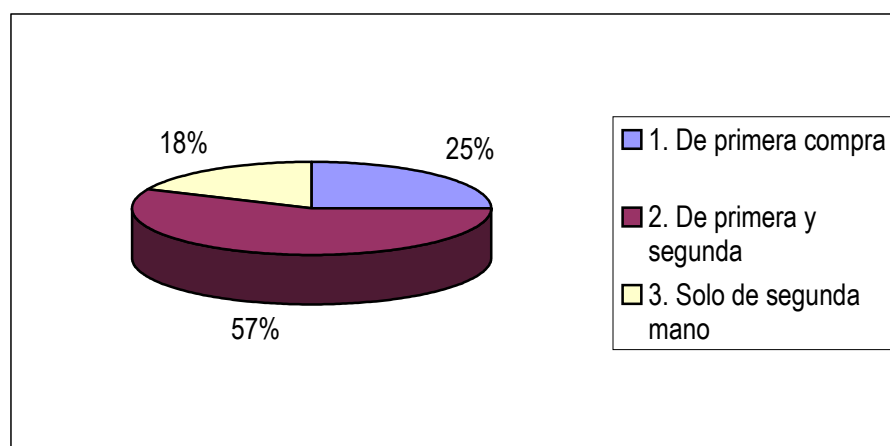
maquinaria y equipos nuevos, pero logra complementar las necesidades de las empresas en nuestro medio.

EQUIPOS ADQUIRIDOS NUEVOS Y/O DE SEGUNDA MANO

Variable	f1	%
1. De primera compra	95	25
2. De primera y segunda	215	57
3. Solo de segunda mano	70	18
TOTAL		100

GRAFICO N° 30

Adquisición de Equipos



Fuente: Encuesta propia

Elaboración: Propia

Año : 2005

CAPITULO V

ESTRATEGIAS A SEGUIR

1 Estrategia General

Lima es el gran centro de servicios logísticos, tecnológicos y de negocios, y en ella se articulan vínculos de relación entre el sector público y el sector privado (sector empresarial), con capacidad para desarrollar cadenas productivas integradas, portadoras de un vigoroso desarrollo, proyectado a todo el resto del país.

Inicialmente establecemos una estrategia, conformada por los siguientes partes :

- Fomentar la inversión privada, en base a reglas de juego claras y estables, buscando reducir la informalidad.
- Impulsar el desarrollo de capacidades humanas para el trabajo participativo y la producción o servicios de calidad.
- Fomentar el desarrollo de cadenas productivas, que articulen a la mediana empresa con la gran y pequeña empresa, generando valor agregado y empleo de calidad.
- Potenciar a través del sistema bancario la canalización de los requerimientos financieros de la mediana empresa.

2 Crear en las instituciones bancarias una Unidad de Negocios Especializada

Para poder alcanzar la estrategia planteada anteriormente, es necesaria la creación de una Unidad de Negocios Especializada (UNE) en cada entidad financiera, con la finalidad de ofrecer financiamiento a la Mediana Empresa, que estará capacitada en brindar los productos y servicios que ellas demandan, en menor tiempo y con un nivel de calidad mucho mayor que el actual. Todo esto es posible lograrlo, debido a que el sistema financiero posee tecnología de información avanzada y personal (ejecutivos y funcionarios de negocios, en un proceso coordinado con funcionarios de riesgos especializados y asignados a estas unidades) con amplios conocimientos sobre sistemas de financiamiento y necesidades de sus clientes potenciales.

La UNE, atenderá a las medianas empresas que operan en aquellos sectores donde existe mayor actividad económica en el corto plazo; y en el largo plazo, poseerá la capacidad de atender a un mayor número de clientes, buscando extenderse a nivel nacional, con la misma eficiencia. De este modo, se busca contribuir al crecimiento y desarrollo de las medianas empresas para que se constituyan en un futuro próximo en parte de la gran empresa; logrando así ser atendidas por la banca empresarial y corporativa de la banca comercial, cuya especialización es mayor.

Los productos y servicios que se brindarán son los mismos que vienen administrando actualmente, tanto en el corto plazo como en el mediano y largo plazo. Todos ellos se ofrecerán de acuerdo a la necesidad del cliente, esto es luego de la respectiva evaluación tanto de los accionistas como de la misma empresa. El funcionario de la UNE será el encargado de hacer evolucionar a la

empresa para así, gradualmente brindarles productos y servicios más sofisticados, convirtiéndose de este modo en un verdadero asesor financiero, y finalmente la entidad bancaria será considerada como un socio financiero.

3 Ámbito Geográfico

En el ámbito local, el cliente potencial se encuentra mayormente en : Lima – Centro, Cono Este, Cono Sur y Cono Norte.

En una segunda etapa, para el ámbito nacional se pretende llegar inicialmente a los clientes potenciales de las siguientes ciudades : Trujillo, Arequipa, Piura, Chiclayo, Cusco e Iquitos; y posteriormente ir abarcando sus zonas de influencia.

Esta tesis plantea básicamente una estrategia para atender a las medianas empresas en el Cono Sur, el mismo que ha sido elegido de manera aleatoria, para efectuar el muestreo a través de nuestras encuestas, por lo que asumimos que las características de las empresas y empresarios es similar para el resto del universo de medianas empresas.

4 El Financiamiento a través de la Unidad de Negocios Especializada

En el desarrollo de la problemática de financiamiento a la mediana empresa se ha concluido que la dificultad de acceso al financiamiento es el principal problema

que ha impedido su crecimiento y desarrollo, particularmente por la gran cantidad de información solicitada y por la insuficiencia o falta de garantías.

El Banco Central de Reserva del Perú, viene realizando encuestas periódicas desde Diciembre del 2001, con la finalidad de recoger información directa de los usuarios sobre las condiciones crediticias, las tasas de interés y el acceso al crédito de las empresas.

“ De acuerdo al último análisis, que comprende el período Junio y Agosto del 2,004 nos indica lo siguiente :

De un total de 1,602 empresas, 570 obtuvieron financiamiento y 1,032 no se financiaron con recursos externos a la empresa, es decir, un 35,6 por ciento de las empresas utilizaron financiamiento comparado con un 41,7 por ciento en la encuesta anterior (Noviembre y Diciembre del 2,003). Por tamaño de empresas, la utilización de financiamiento disminuyó en todos los grupos, excepto en el grupo de empresas Muy Grandes y Pequeñas en el que se incrementó. ”

CUADRO N° 11
Principales fuentes de Financiamiento de las Empresas No Financieras
(En número de empresas)

FUENTE	POR TAMAÑO DE EMPRESAS (1)					TOTAL
	MUY GRANDE	GRANDE	MEDIANA 2	MEDIANA 1	PEQUEÑA	
EMPRESAS QUE OBTUVIERON CREDITO	127	72	113	171	87	570
Financiamiento Bancario	108	57	85	117	50	417
Financiamiento no Bancario (2)	19	15	28	54	37	153
EMPRESAS QUE NO OBTUVIERON CREDITO	152	80	154	381	265	1032
TOTAL DE LA MUESTRA	279	152	267	552	352	1,602

(1) Muy grande: Empresa con ingresos superiores a S/. 35 millones.

Grande: Empresa con ingresos entre S/. 17,5 y S/. 35 millones, inclusive.

Mediana 2: Empresa con ingresos entre S/. 7 y S/. 17,5 millones, inclusive.

Mediana 1: Empresa con ingresos entre S/. 1,75 y S/. 7 millones, inclusive.

Pequeña: Empresa con ingresos hasta S/. 1,75 millones, inclusive.

(2) Incluye fuentes de financiamiento tales como proveedores, líneas de crédito del exterior, otras empresas del grupo, bonos, entre otros.

Fuente: BCRP – Año 2004

CUADRO N° 12
Principales fuentes de Financiamiento de las Empresas No Financieras
(Estructura porcentual)

FUENTE	POR TAMAÑO DE EMPRESAS (1)					TOTAL
	MUY GRANDE	GRANDE	MEDIANA 2	MEDIANA 1	PEQUEÑA	
TOTAL DE LA MUESTRA	17,4	9,5	16,7	34,5	22,0	100,0
EMPRESAS QUE OBTUVIERON CREDITO	45,5	47,4	42,3	31,0	24,7	35,6
Financiamiento Bancario	38,7	37,5	31,8	21,2	14,2	26,0
Financiamiento no Bancario (2)	6,8	9,9	10,5	9,8	10,5	9,6
EMPRESAS QUE NO OBTUVIERON CREDITO	54,5	52,6	57,7	69,0	75,3	64,4
TOTAL DE LA MUESTRA	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: BCRP – Año 2004

CUADRO N° 13

Principales fuentes de Financiamiento de las Empresas No Financieras

(En porcentaje)

ENCUESTAS REALIZADAS EN :	EMPRESAS QUE OBTUVIERON CREDITO
MAYO Y JUNIO 2003	41,7
SEPTIEMBRE Y OCTUBRE 2003	39,4
MARZO Y ABRIL 2004	41,7
JUNIO Y AGOSTO 2004	35,6

Fuente: BCRP

Las razones por las cuales las empresas no obtuvieron crédito fueron:

- a. No requieren de mayores recursos para sus operaciones y se financian con capital propio, particularmente las empresas Muy grandes. Este grupo se caracterizó por empresas con suficiente liquidez para afrontar sus obligaciones. Entre las empresas medianas y pequeñas, sólo se recurre al financiamiento bancario en casos de expansión de sus respectivos negocios, o para realizar pagos no previstos (62 por ciento versus 55 por ciento de la encuesta anterior).
- b. Se observan condiciones difíciles, que incluye la obligación de las empresas de entregar información completa como la presentación de estados financieros auditados, verificación de documentos, avales, entre otros, lo cual dificulta la obtención de créditos. (7 por ciento, versus 19 por ciento de la encuesta anterior)
- c. El crédito otorgado por proveedores es suficiente : en estos casos, los proveedores facilitan mercaderías a plazos de 15, 30 ó 45 días sin cobrar

tasas de interés, funcionando esta modalidad como capital de trabajo para los negocios (18 por ciento versus 9 por ciento de la encuesta anterior).

- d. Las tasas de interés son elevadas, lo cual no hace posible utilizar el crédito bancario como un instrumento financiero regular por las empresas. (Cabe señalar que este porcentaje disminuyó de 4 por ciento en la encuesta anterior a 8 por ciento versus).
- e. Otros motivos mencionados son (3 por ciento versus 5 por ciento de la encuesta anterior) :
- Actualmente se encuentran pagando créditos anteriores.
 - Se encuentran en estado de incumplimiento de sus obligaciones financieras (insolvencia, reestructuración patrimonial en Indecopi, etc).
 - Baja actividad económica de los negocios (disminución de las ventas)
 - Empresas sin movimiento, entre otras razones.

CUADRO N° 14

Principales motivos de no Financiamiento de las Empresas No Financieras
(Estructura porcentual)

	POR TAMAÑO DE EMPRESAS				
	MUY GRANDE	GRANDE	MEDIANA 2	MEDIANA 1	PEQUEÑA
NO NECESITAN RECURSOS FINANCIEROS	74,7	74,7	58,0	61,2	61,9
CONDICIONES CREDITICIAS DIFÍCILES	3,4	1,3	6,9	8,5	8,9
CREDITO DE PROVEEDORES ES SUFICIENTE	15,1	21,3	23,0	17,0	18,1
TASAS DE INTERES ALTA	1,4	0,0	4,0	5,1	6,1
OTROS	5,4	2,6	8,0	8,2	11,2
TOTAL DE LA MUESTRA	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: BCRP

Año 2004

Ante estos resultados, es necesario adoptar medidas correctivas tales como:

- 1 Al crear la Unidad de Negocios Especializados (UNE), es importante comprender su misión, a todo nivel dentro de los bancos.
- 2 Se requiere capacitar a los integrantes de cada UNE, para que su desempeño sea proactivo y ágil, con la finalidad de que los medianos empresarios reciban el tratamiento que realmente esperan. Esto implica mantener programas de capacitación, que les permitan manejar una visión macro y micro de las empresas; de este modo estarán compenetrados con su idiosincrasia.
- 3 Ampliar la base de clientes es posible, cruzando información, básicamente entre empresas grandes y sus proveedores, quienes en muchos casos no acuden a los bancos por considerarlos demasiado burocráticos.
- 4 Otro paso importante es la adecuada segmentación de las empresas al interior de los bancos, debido a que en muchos casos se encuentran sobredimensionados o contrariamente minimizados, por lo cual no reciben el tratamiento crediticio que se acomode a sus requerimientos.

5 La Capacitación de los Recursos Humanos

5.1 Capacitación dentro de la Unidad de Negocios Especializados (UNE)

Es necesario mantener una constante capacitación de los funcionarios y representantes bancarios que pertenezcan a las UNE.

Deben estar actualizados sobre los aspectos integrales de la mediana empresa tanto en nuestro país como de otras realidades; deben estar bien alineados con las políticas de evaluación, para que los planteamientos sean siempre precisos y expeditivos; se debe mejorar el nivel de atención hacia los clientes, quienes

mayormente exigen un trato más personalizado; y finalmente deben tener clara la misión y objetivos visión de la UNE para beneficio tanto de las empresas como de los bancos (es importante precisar que un buen negocio es aquel en el que ambas partes salen beneficiadas).

Todo lo planteado debe desarrollarse a través de las diversas áreas de recursos humanos en cada entidad, en coordinación con especialistas en la materia, que gocen de reconocido prestigio en el ámbito.

5.2 Identificación de Clientes

En esta etapa debe efectuarse una reestructuración de muchas de las llamadas “carteras de clientes”, debido a que, tal como explicáramos anteriormente, muchos clientes se encuentran mal ubicados en un determinado segmento, ya sea por razones como la generación de rentabilidad de cada cartera, o por estar relacionadas a otras empresas a través de sus accionistas.

Una vez identificados, hay que aplicar una agresiva política de ventas, vía el “marketing” directo, enviándole cartas a las empresas, con el nombre de su nuevo funcionario encargado del manejo de la relación crediticia, la nueva clasificación en una cartera especializada y la voluntad de querer atenderlo.

Luego viene el proceso de desarrollo de mercado, ampliando la cartera mediante una acción coordinada con los clientes más grandes en busca de sus proveedores y de este modo poder cruzar negocios y convertirlos en nuevos clientes del banco. Esto se reforzará con el envío de folletería y encartes, así como su circulación dentro del banco.

5.3 Mejorar el Perfil Crediticio de la Mediana Empresa

Un importante primer paso es convenir con Notarías, Municipalidades y Registros Públicos, para que los medianos empresarios pueden “ordenar” las propiedades que tienen, ya sea a través de las mismas empresas o de sus socios; buscando de este modo, que dichos bienes puedan servir como garantías a sus operaciones.

De igual modo, informar a los accionistas y representantes legales sobre la situación individual de cada uno de ellos en el sistema financiero, para regularizar las diversas observaciones que puedan presentar y que a la larga representen un factor de rechazo para la empresa.

5.4 Capacitación

La capacitación para los medianos empresarios debe también estar presente, de modo que tengan una visión más amplia del entorno económico en el que se desenvuelven.

Para ello es necesario establecer convenios con universidades e institutos, para la realización de seminarios, talleres y cursos, donde los empresarios puedan enriquecer su nivel de conocimiento teórico, el cual se complementará con su buena gestión de negocios.

También podrían dictarse cursos de tributación, administración, contabilidad, etc., a través de convenios, en los cuales deberá intervenir la Asociación de bancos, y estar respaldados por la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS).

Todo ello revertiría en un beneficio para las medianas empresas y en un potencial cliente para futuras relaciones comerciales para aquellas entidades privadas que además de brindar servicios de capacitación tienen una cartera de clientes que los interrelacionan (relación ganar/ganar).

Los bancos por su parte, pueden comprometer a las medianas empresas a recibir algunos cursos, seminarios, etc., donde se le pueda capacitar en gestión empresarial, tecnología de producción. En este caso, el costo lo asumiría el mismo cliente, vale decir la misma mediana empresa.

5.5 Segmentación de clientes

Se debe realizar una segmentación de clientes en base al sector económico al que pertenecen o en el que desarrollan su actividad, de este modo se retornaría al proceso inicial de carteras de crédito, también llamadas “sectores” por dicha razón. No descartamos otros parámetros como tamaño de la empresa, monto de activos fijos, número de trabajadores, etc., es decir, características particulares que atañen a cada grupo.

Para esta segmentación se utilizará como base, el aporte de la presente investigación, teniendo en cuenta dos puntos importantes : los bancos ingresarían con mayor fuerza en estos financiamientos con las nuevas UNE, porque desea satisfacer el segmento de mercado insatisfecho y aumentar su rentabilidad, y las medianas empresas que requieran financiamiento bancario tendrían que ser sujetos de crédito, iniciándose así la cadena de beneficio mutuo.

En nuestra investigación, el sistema financiero, específicamente los bancos le dan el mismo tratamiento a la mediana como si fuera una gran empresa, es por ello cuando se desea que ellas sean sujetas de crédito, no existe factibilidad, es entonces cuando proponemos que se le debe dar un tratamiento especial y particular a cada segmento. Si bien es cierto que esto conlleva a aumentar riesgos crediticios, se puede trabajar muy de cerca con las unidades y centrales de riesgo, las cuales actualmente son de mucha ayuda.

6 Las Tasas de Interés

Las tasas de interés tienen incidencia directa con la segmentación de clientes, esto es, cuando la mediana empresa está segmentada, las tasas de interés aplicadas a sus operaciones pasivas y activas irán de acuerdo a la segmentación de clientes y el monto del producto solicitado. Es importante tener en cuenta que las tasas de interés se irán segmentando en forma progresiva, porque la segmentación de clientes debe ser prioridad para el inicio del mejoramiento de perfil crediticio de las empresas, las tasas de interés utilizadas en un primer momento serán las "tasas de pizarra", siendo la principal meta, la utilización de tasas preferenciales.

Cabe recordar, que la mediana empresa paga tasas de interés elevadas por su financiamiento, pues esto nos permite visualizar que una efectiva segmentación de tasas de interés, no necesariamente bajas, que permitirá satisfacer a las empresas solicitantes de productos y servicios de los bancos.

CONCLUSIONES

- 1 Uno de los principales problemas que enfrenta la mediana empresa es el financiamiento el mismo que restringe su crecimiento y desarrollo en mayor magnitud. Las instituciones financieras pueden solucionar estas demandas, aplicando mejores políticas crediticias, considerando la importancia que tiene este sector.
- 2 La mediana empresa tiene un papel importante en el desarrollo de la economía peruana, siendo uno de los estratos empresariales más representativos del país, caracterizándose por ser generadora de un 20% del empleo y por su contribución al PBI.
- 3 La mediana empresa tiene la posibilidad de conseguir financiamiento informal, y a través del sistema financiero, por su tamaño, solvencia y capacidad de pago, evitando la rigurosidad burocrática de los trámites bancarios; sin embargo, muchas de ellas, prefieren generar un historial crediticio que les permita continuar su crecimiento y acceso al crédito.
- 4 Su evolución, ha demostrado que se trata de un segmento rentable y atractivo para las instituciones financieras, con una interesante perspectiva de desarrollo y crecimiento.
- 5 Entre las principales dificultades que las instituciones financieras deben superar, tenemos : necesidad de adecuar parte de su estructura

administrativa, capacitación especializada del personal, balance de la relación costo/beneficio haciéndola más equitativa para ambas partes (empresas e instituciones financieras), y un compromiso de real cambio de las instituciones financieras.

- 6 Dada la limitación al acceso de financiamiento, las medianas empresas tienden a financiarse con fondos propios, a través de la reinversión de utilidades y aportes de los socios, lo cual restringe su crecimiento.
- 7 Existen los instrumentos financieros acordes a las necesidades de la mediana empresa, ofrecidos por las instituciones financieras, por lo que es necesario potenciar su utilización, a través de un trato más flexible y menos costoso (menores tasas de interés y comisiones), lo cual encarece el crédito.
- 8 La mediana empresa, también tiene que ser más atractiva hacia las instituciones financieras y entender que es necesario dejar garantías como respaldo de sus operaciones.

RECOMENDACIONES

- 1 Las instituciones financieras, en general requiere ciertos ajustes de importancia respecto al financiamiento de la mediana empresa. El proceso de conocer a los nuevos clientes, puede hacerse más corto si se ingresa más a fondo al conocimiento de los procesos internos de la empresa. De este modo se puede saber realmente la necesidad de los fondos y el tiempo adecuado para la recuperación de los créditos otorgados.
- 2 Inicialmente se deben aplicar los ajustes en Lima metropolitana, debido a que cuenta con la infraestructura adecuada para ir corrigiendo las deficiencias que puedan presentarse en el camino, al margen de que concentra el 90% de las instituciones financieras del país y el 35% de la mediana empresa.
- 3 Se debe involucrar de manera más directa las relaciones con Notarías, Municipalidades y Registros Públicos, a fin de hacer más expeditivas las regularizaciones de titulación, para la constitución de garantías.
- 4 Se deben formar alianzas estratégicas con todas las entidades que conforman la cadena productiva y financiera, lo que constituye una alternativa muy importante, debido a que genera beneficios en la cadena de valor.
- 5 Debe realizarse un censo económico por sectores, que permita determinar las verdaderas necesidades de cada segmento empresarial.

- 6 Una alternativa importante que se propone, es el diseño de estándares crediticios para la evaluación de acuerdo al sector al que pertenecen, que simplifiquen los procesos, permitiendo alcanzar economías de escala y una adecuada administración de los costos en la gestión de riesgos.
- 7 Es importante también definir el perfil de los funcionarios que van a trabajar directamente con las empresas de este segmento, porque deben establecerse menores tiempos que les permitan una atención personalizada (demanda demostrada a través de las encuestas) y sin presiones, para una correcta percepción de los requerimientos. Estas personas deben contar con una adecuada capacitación.
- 8 La creación de una Central de Riesgos especializada en el sector, que permita un tratamiento más ágil, en complemento con la gestión de los funcionarios de negocios.

GLOSARIO DE TERMINOS

ABONAR

Anotar en las cuentas las diferentes partidas que corresponden al haber. Una cuenta se abona cuando aumenta el pasivo, cuando aumenta el capital o cuando disminuye el activo. Hacer pagos parciales a cuenta de un adeudo. Registrar los ingresos percibidos como una utilidad diferida o postergada, sin computarla entre los beneficios realizados, hasta el momento en que el servicio se presta.

ACCION

Cada una de las partes en que se considera dividido el capital social de una sociedad anónima o de una sociedad en comandita por acciones. Título de crédito que sirve para acreditar y transmitir la calidad y los derechos de socio, en esta clase de sociedades.

La acción posee tres valores: nominal, contable y de mercado. El valor nominal es aquél que resulta de dividir el capital social entre el número de acciones de la empresa en un determinado momento. El valor contable de una acción es aquél que resulta de dividir el capital contable entre el número de acciones de la empresa en un determinado momento. El valor de mercado es aquél que la oferta y la demanda determinan en cierto momento y con cierto volumen de operaciones.

ACCIONES CON VALOR NOMINAL

Aquellas en que se hace constar numéricamente el valor de la aportación.

ACCIONES SUSCRITAS

Son los títulos que representan una parte del capital social y cuyo importe han pagado los accionistas o se han obligado a pagar los accionistas.

ACCIONISTA

Es el propietario legal de una o más acciones de capital social (o en acciones) de una compañía. Los accionistas asisten a las asambleas anuales ordinarias o extraordinarias, u otorgan poderes para votar en estas asambleas a otras personas. Los accionistas tienen facultades para autorizar o ratificar a instancias de la dirección, realizar enmiendas a la escritura de constitución de la sociedad, proponer enmiendas a los estatutos, a menos que el control sobre los estatutos se haya transferido al consejo de administración, una fusión o una consolidación con otra compañía; autorizar la venta de una parte importante del activo o del negocio; la disolución de la compañía; gravámenes determinados sobre las acciones; elección o remoción de los directores; aprobación de los actos de los directores y de la gerencia durante el ejercicio social inmediato anterior.

ACEPTANTE O PAGADOR

El que accede y por lo tanto se obliga a pagar una letra de cambio contra él.

ACREEDOR

Toda persona física o moral que tiene derecho a exigir de otra una prestación cualquiera. Toda persona física o moral que en un negocio entrega valores, efectos, mercancías, derechos o bienes de cualquier clase y recibe en cambio una promesa de pago o un crédito que establezca o aumente un saldo a su favor. Aquél que tiene crédito a su favor, es decir, que se le debe.

ACTIVO

Está formado por todos los valores propiedad de la empresa o institución, cuya fuente de financiamiento originó aumentos en las cuentas pasivas. Conjunto de bienes y derechos reales y personales sobre los que se tiene propiedad. Término contable-financiero con el que se denomina a los recursos económicos bienes materiales, créditos y derechos de una persona, sociedad, corporación, entidad o empresa; son los recursos que se administran en el desarrollo de las actividades, independientemente de que sean o no propiedad de la misma empresa.

ACTIVO CORRIENTE

Efectivo y demás bienes que pueden convertirse en dinero, venderse o consumirse dentro del término de un año o dentro del ciclo operacional (el que tenga mayor duración) sin interferir las operaciones normales del negocio.

ACTIVO FIJO

Las propiedades, bienes materiales o derechos que en el curso normal de los negocios no están destinados a la venta, sino que representan la inversión de capital o patrimonio de una dependencia o entidad en las cosas usadas o aprovechadas por ella, de modo periodo, permanente o semi-permanente, en la producción o en la fabricación de artículos para venta o la prestación de servicios a la propia entidad, a su clientela o al público en general. Por ejemplo: la maquinaria de las compañías industriales, las instalaciones y equipos de las empresas de servicios públicos, los muebles y enseres de las casas comerciales, el costo de concesiones y derechos, etc. También se incluyen dentro del activo fijo las inversiones en acciones, bonos y valores emitidos por empresas afiliadas. El rubro de "activo fijo" denota una fijeza de propósito o intención de continuar en

el uso o posesión de los bienes que comprenden; denota inmovilización al servicio del negocio. Eventualmente, tales bienes pueden ser vendidos o dados de baja ya sea porque se considera que no son útiles, porque sean reemplazados por nuevas instalaciones o por otras causas similares a las expuestas. Las erogaciones que se hagan con objeto de mejorar el valor de una propiedad o su eficacia para el servicio, pueden considerarse como inversiones fijas. Desde un punto de vista estrecho, solamente pueden capitalizarse aquellas erogaciones que tengan por objeto aumentar los gastos o disminuir los gastos.

El "activo fijo" se clasifica en tres grupos: a) "tangible", que comprende las propiedades o bienes susceptibles de ser tocados, tales como los terrenos, los edificios, la maquinaria, etc.; b) "intangible", que incluye cosas que no pueden ser tocadas materialmente, tales como los derechos de patente, los de vía, el crédito mercantil, el valor de ciertas concesiones, etc.; y c) las inversiones en compañías afiliadas.

AFIANZAR

Dar fianza por alguna persona para seguridad o resguardo de intereses o caudales.

AGENTES ECONOMICOS

Se refiere a la clasificación de las unidades administrativas, productivas o consumidoras que participan en la economía; en Cuentas Nacionales se consideran agentes económicos a las familias, empresas, gobierno y el exterior. En el caso de las transferencias, los agentes económicos son: Empresas Públicas, Empresas Privadas, Organismos Descentralizados, Productores de Mercancías, Instituciones de Seguridad Social, Organismos Descentralizados Productores de Servicios Sociales y Comunales, Instituciones Privadas sin fines de lucro, Particulares, Estados y Municipios, y el Exterior.

AMORTIZACIÓN

Extinción gradual de cualquier deuda durante un periodo de tiempo; por ejemplo: la redención de una deuda mediante pagos consecutivos al acreedor, la extinción gradual periódica en libros de una prima de seguros o de una prima sobre bonos. Una reducción al valor en libros de una partida de activo fijo; un término genérico para depreciación, agotamiento, baja en libros, o la extinción gradual en libros de una partida o grupo de partidas de activo de vida limitada, bien sea, mediante un crédito directo, o por medio de una cuenta de valuación; por tanto, el importe de esta reducción constituye genéricamente una amortización.

Erogación que se destina al pago o extinción de una carga o una deuda contraída por la entidad.

Proceso de cancelación de un empréstito. La extinción de compromisos a largo y corto plazo.

AMPLIACION DE CAPITAL

Operación financiera consistente en aumentar los recursos del capital de una empresa. Puede realizarse mediante capitalización de utilidades, por suscripción o reconociendo parte del superávit por revaluación.

ANALISIS DE RIESGO

Cálculo de la probabilidad de que los rendimientos reales futuros estén por abajo de los rendimientos esperados, esta probabilidad se mide por la desviación estándar o por el coeficiente de variación de los rendimientos esperados.

ANALISIS FINANCIERO

Procedimiento utilizado para evaluar la estructura de las fuentes y usos de los recursos financieros. Se aplica para establecer las modalidades bajo las cuales se mueven los flujos monetarios, y explicar los problemas y circunstancias que en ellos influyen.

ANALISIS SECTORIAL

Es el examen programático y financiero, que incluye las condiciones de organización y operación de las entidades, que por la afinidad de sus funciones conforman un sector económico o administrativo dentro de la administración pública.

APALANCAMIENTO

Se refiere a las estrategias relativas a la composición de deuda y capital para financiar los activos, cuando en forma más específica se aplica a la razón resultante de dividir el pasivo entre el capital contable.

Se concibe como el mejoramiento de la rentabilidad de una empresa a través de su estructura financiera y operativa.

APORTACIONES DE CAPITAL

Las sumas pagadas en efectivo o aportadas en bienes o derechos por los socios o accionistas de una sociedad, para integrar el capital de ésta. Son las entregas en bienes de capital o en dinero, para financiar gastos de capital a las empresas de participación estatal y organismos descentralizados, que producen bienes y/o servicios para su venta en el mercado.

ARRENDADORAS FINANCIERAS

Son organizaciones que mediante un contrato de arrendamiento se obligan a adquirir determinados bienes y a conceder su uso o goce temporal a plazo forzoso a una persona física o moral, obligándose ésta a realizar pagos parciales por una cantidad que cubra el costo de adquisición de los bienes, los gastos financieros y otros gastos conexos, para adoptar al vencimiento del contrato cualquiera de las tres opciones siguientes: a) comprar el bien a un precio inferior a su valor de adquisición, fijado en el contrato, o inferior al valor de mercado; b) prorrogar el plazo del uso o goce del bien, pagando una renta menor; c) participar junto con la arrendadora de los beneficios que deje la venta del bien, de acuerdo a las proporciones y términos establecidos en el contrato.

ARRENDAMIENTO

Cesión de una persona (arrendadora) a otra (arrendatario), del uso de un bien mueble o inmueble, terreno, edificio, automóvil, maquinaria o de una parte de uno o de otro, durante un periodo especificado de tiempo a cambio de una renta u otra compensación.

ARRENDAMIENTO FINANCIERO

Es el contrato por virtud del cual se otorga el uso o goce temporal de bienes tangibles, siempre que se cumpla con los siguientes requisitos: 1.- que se establezca un plazo forzoso que sea igual o superior al mínimo para deducir la inversión en los términos de las disposiciones fiscales o cuando el plazo sea menor, se permita a quien recibe el bien, que al término del plazo ejerza cualquiera de las siguientes opciones: a) transferir la propiedad del bien objeto del contrato mediante el pago de una cantidad determinada, que deberá ser inferior al valor del mercado del bien al momento de ejercer la opción; b) prorrogar el

contrato por un plazo determinado durante el cual los pagos serán por un monto inferior al que se fijó durante el plazo inicial del contrato; y c) obtener parte del precio por la enajenación a un tercero del bien objeto del contrato; 2.- que la contraprestación sea equivalente o superior al valor del bien al momento de otorgar su uso o goce; y 3.- que se establezca una tasa de interés aplicable para determinar los pagos y el contrato se celebre por escrito.

AUMENTOS DE CAPITAL

Incrementos de las acciones de una empresa. Estos pueden originarse por : a) aumentos en el capital; b) conversión de capital contable a capital social; y c) combinación de los dos casos anteriores.

AVAL

Garantía total o parcial de pago prestada por un tercero, que se obliga solidariamente con el deudor, para el caso de que éste no lo realice. El aval se hace constar en los propios títulos de crédito o bien en un oficio, contrato o cualquier otro instrumento en forma genérica.

La obligación contraída por alguno de los signatarios de un título de crédito o por un extraño, de pagar dicho título en todo o en parte, en defecto de alguno de los obligados en el título mismo. El aval se hace constar en el propio documento o en hoja que se le adhiera. Se expresa con la fórmula "por aval", u otra equivalente y debe llevar la firma de quien lo presta. Legalmente, la sola firma en el documento puede tenerse como aval, en algunos casos.

AVALISTA

Persona que otorga el aval.

BANCA

Se denomina con este término a la actividad que realizan los bancos comerciales y de desarrollo en sus diferentes modalidades que conforman el sistema bancario y constituyen instituciones de intermediación financiera. Esto es que admiten dinero en forma de depósito, otorgando por ello un interés (tasa pasiva), para posteriormente, en unión de recursos propios, conceder créditos, descuentos y otras operaciones financieras por las cuales cobra un interés (tasa activa), comisiones y gastos en su caso.

BANCA COMERCIAL

Se denomina así a las instituciones de crédito autorizadas por el Gobierno Federal para captar recursos financieros del público y otorgar a su vez créditos, destinados a mantener en operación las actividades económicas. Por estas transacciones de captación y financiamiento, la banca comercial establece tasas de interés activas y pasivas.

BANCA PRIVADA

Son las instituciones financieras de propiedad particular que realizan funciones de captación y financiamiento de recursos, persiguiendo con ello una utilidad o beneficio como resultado del diferencial entre las tasas de interés activas y pasivas.

BANCO

Institución que realiza operaciones de banca, es decir es prestatario y prestamista de crédito; recibe y concentra en forma de depósitos los capitales captados para ponerlos a disposición de quienes puedan hacerlos fructificar.

BOLSA DE VALORES

Institución privada, constituida como Sociedad Anónima de Capital Variable, que tiene por objeto facilitar las transacciones con valores y procurar el desarrollo del mercado respectivo; establecer locales, instalaciones y mecanismos que faciliten las relaciones y operaciones de valores; proporcionar y mantener a disposición del público, información sobre los valores inscritos en la bolsa, los listados del sistema de cotizaciones y las operaciones que en ella se realicen; velar por el estricto apego de la actividad de sus socios a las disposiciones que les sean aplicables; certificar las cotizaciones en bolsa; y realizar aquellas otras actividades análogas.

CAPITAL

Total de recursos físicos y financieros que posee un ente económico, obtenidos mediante aportaciones de los socios o accionistas destinados a producir beneficios, utilidades o ganancias.

CAPITAL DE TRABAJO

Diferencia del activo circulante respecto al pasivo circulante, cuyo margen positivo permite a las empresas cumplir con sus obligaciones a corto plazo.

CAPITAL SOCIAL

Es el conjunto de aportaciones suscritas por los socios o accionistas de una empresa, las cuales forman su patrimonio, independientemente de que estén pagadas o no. El capital social puede estar representado por: capital común, capital preferente, capital comanditario, capital comanditado, fondo social (en sociedades cooperativas o civiles), etc.

Cuando el capital social acumula utilidades a pérdidas, recibe el nombre de capital contable.

CARTA DE CREDITO

Documento escrito en que se ordena a uno o varios corresponsales que entreguen a una persona determinada, en tiempo también determinado, cierta cantidad o cantidades de dinero sujetas al máximo que se indique.

Documento que se utiliza para dar forma a una apertura de crédito bancario en favor de un exportador, que será efectiva en relación con la importación de mercancías de un comprador nacional.

COMPETENCIA

Término empleado para indicar rivalidad entre un agente económico (productor, comerciante o comprador) contra los demás, donde cada uno busca asegurar las condiciones más ventajosas para sí. Es el ejercicio de las libertades económicas. Facultad atribuida a un órgano para conocer determinados asuntos específicamente.

COMPETITIVIDAD

Expresión utilizada para comparar la estructura de costos del proceso de producción, principalmente mano de obra y materias primas, tecnología, diferenciación de productos y tamaño del mercado, entre otros factores, de un productor con respecto a otros productores internos o externos de productos con igual calidad.

CORTO PLAZO

Periodo convencional generalmente hasta de un año, en el que los programas operativos determinan y orientan en forma detallada las decisiones y el manejo de los recursos para la realización de acciones concretas.

En contabilidad se define así a los activos de disponibilidad inmediata como: caja, bancos, clientes y documentos por cobrar. Igualmente a los pasivos que se han de liquidar en el lapso de un año, se les concibe como obligaciones de corto plazo.

En el terreno bursátil, se debería entender por corto plazo a aquellas inversiones que tienen un panorama de 180 días como promedio; sin embargo, cuando un mercado tiene una tendencia pronunciada al alza es común entender por corto plazo panoramas de inversión de dos o tres meses, o incluso menos de un mes.

COSTO BENEFICIO

Valorización de evaluación que relaciona las utilidades en el capital invertido o el valor de la producción con los recursos empleados y el beneficio generado.

COSTO DE OPERACION

Valoración monetaria de la suma de recursos destinados a la administración, operación y funcionamiento de un organismo, empresa o entidad pública.

COSTO DE OPORTUNIDAD

Sacrificio de las alternativas abandonadas al producir una mercancía o servicio.

El beneficio que se sacrifica al no seguir en un curso alternativo de acción. Los costos de oportunidad no se registran en las cuentas, pero son importantes al tomar muchos tipos de decisiones comerciales.

COSTO DE PRODUCCION

Valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien. Incluye el costo de los materiales, mano de obra y los gastos indirectos de fabricación cargados a los trabajos en su proceso.

Se define como el valor de los insumos que requieren las unidades económicas para realizar su producción de bienes y servicios, se consideran aquí los pagos a los factores de la producción: al capital, constituido por los pagos al empresario (intereses, utilidades, etc.), al trabajo, pagos de sueldos, salarios y prestaciones a obreros y empleados; así como también los bienes y servicios consumidos en el proceso productivo (materias primas, combustibles, energía eléctrica, servicios).

COSTO FINANCIERO

Está integrado por los gastos derivados de allegarse fondos de financiamiento por lo cual representa las erogaciones destinadas a cubrir en moneda nacional o extranjera, los intereses, comisiones y gastos que deriven de un título de crédito o contrato respectivo, donde se definen las condiciones específicas y los porcentajes pactados; se calculan sobre el monto del capital y deben ser cubiertos durante un cierto periodo de tiempo. Incluye las fluctuaciones cambiarias y el resultado de la posición monetaria.

COSTO INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO

Conjunto de gastos y productos originados por la estructura de partidas monetarias de una entidad, resultante de sus decisiones de inversión y financiamiento obtenido y otorgado. Dentro de un ámbito inflacionario, tales gastos y productos incluyen los derivados de la pérdida en el poder adquisitivo de la moneda en que se reflejan dichas partidas. Consecuentemente, está formado por la suma algebraica de los gastos y productos financieros fundamentalmente, intereses en moneda nacional y/o extranjera, fluctuaciones cambiarias y efecto monetario.

COSTOS VARIABLES

Se denominan así a aquellos costos y gastos que varían en forma más o menos proporcional a la producción y ventas, dentro de ciertos límites de capacidad y tiempo.

CREDITO

Cambio de una prestación presente por una contraprestación futura; es decir, se trata de un cambio en el que una de las partes entrega de inmediato un bien o servicio y el pago correspondiente más los intereses devengados los recibe más tarde.

CREDITO BANCARIO

Préstamos otorgados por la banca como parte de sus operaciones pasivas; incluye las carteras vigentes, vencida y redescontada; los saldos comprenden moneda nacional y extranjera, esta última valorizada al tipo de cambio de fin de mes autorizado por el Banco Central de Reserva.

CREDITO COMERCIAL

Crédito que extiende una organización a otra empresa de negocios. Puede ocurrir en forma explícita por medio de la emisión de una letra de cambio, o es posible que surja de retrasos en los recibos y pagos por servicios realizados. Puede tener una influencia importante sobre la política económica, porque como un todo es una fuente importante de recursos de financiamiento, comparable por ejemplo, con los créditos bancarios; aunque a diferencia de éstos, los créditos comerciales no entran bajo el control directo de las autoridades.

Entrega de bienes o servicios a una persona o empresa, cuyo pago se realiza con posterioridad en un plazo previamente convenido. El crédito comercial sirve para facilitar y adecuar la producción a la circulación de mercancías. Facilita las ventas,

la producción, el desarrollo del capital y el incremento de ganancias. El crédito comercial es generalmente de corto plazo.

CREDITO REVOLVENTE

Préstamo que puede seguirse disponiendo una vez pagado parcial o totalmente hasta el tope autorizado.

DEPOSITO A PLAZO

Dinero en una cuenta bancaria que rinde dividendos y para la cual el banco puede requerir que se le notifique por anticipado del retiro total o parcial de diversos recursos. Cuando el depósito es a plazo fijo sólo puede ser retirado en el plazo estipulado.

DESARROLLO ECONOMICO

Transición de un nivel económico concreto a otro más avanzado, el cual se logra a través de un proceso de transformación estructural del sistema económico a largo plazo, con el consiguiente aumento de los factores productivos disponibles y orientados a su mejor utilización; teniendo como resultado un crecimiento equitativo entre los sectores de la producción. El desarrollo implica mejores niveles de vida para la población y no sólo un crecimiento del producto, por lo que representa cambios cuantitativos y cualitativos. Las expresiones fundamentales del desarrollo económico son: aumento de la producción y productividad per - cápita en las diferentes ramas económicas, y aumento del ingreso real-per - cápita.

DESCUENTO

Es la diferencia entre el valor actual y el nominal de un documento por vencer. La operación de adquirir, antes del vencimiento, valores generalmente endosables deduciendo un tanto por ciento.

DESEMBOLSO

Fase de una transacción financiera que mide los pagos efectuados. Representa una salida de fondos.

ECONOMIA DE ESCALA

Estructura de organización empresarial en la que las ganancias de la producción se incrementan y/o los costos disminuyen como resultado del aumento del tamaño y eficiencia de la planta, empresa o industria. Dados los precios a que una empresa puede comprar los factores de producción, surgen economías de escala si el aumento de la cantidad de factores de producción es menor en proporción al aumento de la producción.

ENDOSO EN GARANTIA O EN PRENDA

Es el que atribuye al endosatario los derechos y obligaciones de un acreedor prendario respecto del título y derechos inherentes a éste, comprendidas las facultades que confiere el endoso en procuración. Aquél que se da al endosatario como prenda para garantizar el cumplimiento de otra obligación.

EVALUACION

Proceso que tiene como finalidad determinar el grado de eficacia y de eficiencia, con que han sido empleados los recursos destinados a alcanzar los objetivos previstos, posibilitando la determinación de las desviaciones y la adopción de

medidas correctivas que garanticen el cumplimiento adecuado de las metas presupuestadas.

En la planeación es el conjunto de actividades, que permiten valorar cuantitativa y cualitativamente los resultados de la ejecución del Plan Nacional de Desarrollo y los Programas de Mediano Plazo en un lapso determinado, así como el funcionamiento del propio Sistema Nacional de Planeación. El periodo normal para llevar a cabo una evaluación es de un año después de la aplicación de cada Programa Operativo Anual.

Fase del proceso administrativo que hace posible medir en forma permanente el avance y los resultados de los programas, para prevenir desviaciones y aplicar correctivos cuando sea necesario, con el objeto de retroalimentar la formulación e instrumentación.

FACTORAJE (Factoring)

Actividad financiera mediante la cual se establece un contrato de crédito para la obtención de liquidez inmediata, pudiendo ser ésta un pago único o una línea de crédito; la garantía de dicho crédito es la cesión en favor del factorante (quien otorga el crédito) del valor de las facturas (derechos de cobro) por la producción de bienes y/o prestación de servicios de el facturado (el receptor de crédito).

El costo financiero del factoraje es el que asume el facturado por los servicios de administración y cobranza de los derechos de crédito.

FIANZA

Contrato de garantía en el que una persona llamada fiador, se compromete con el acreedor de otra persona a pagar por ésta, si ella no lo hace.

FINANCIAMIENTO BANCARIO

Son los créditos concedidos por el sistema bancario a las familias, empresas privadas y sector público, así como valores emitidos por empresas privadas, sector público y banco central adquiridos por el sistema bancario.

GARANTIA

Acción y efecto de afianzar por medio de documentos, prenda o hipoteca lo estipulado. Aval que asegura y protege contra algún riesgo o eventualidad.

Forma establecida por la ley para que la Administración Pública asegure el cumplimiento de las obligaciones contraídas con ella por los proveedores, arrendadores, prestadores de servicios o contratistas.

GARANTIA BANCARIA

Documento independiente emitido por un banco para responder ante terceros del cumplimiento de una obligación contraída por un cliente suyo.

GARANTIA PERSONAL

La que aporta o se deriva de una persona física o jurídica, en virtud del crédito personal que inspira o merece.

GARANTIA REAL

La que se basa en bienes tangibles, y que el sujeto del crédito otorga en garantía para responder por la obligación contraída.

INTEGRACION ECONOMICA TOTAL

Etapa de integración de dos o más economías que presupone la unificación de las políticas monetarias, fiscales, sociales y anticíclicas; requiere del establecimiento

de una autoridad supranacional, cuyas decisiones obliguen a los estados miembros. Funciona como una entidad única en sus relaciones con terceros países, siendo evidente la necesidad de la unión política, que se logrará mediante un último tratado donde los países miembros renuncian a sus soberanías, para actuar en conjunto como una sola unión política. La Unión Europea en proceso es un claro ejemplo.

INTEGRACION HORIZONTAL

Consiste en la expansión de un proceso productivo mediante la unión de varias empresas que elaboran un mismo producto.

INTEGRACION VERTICAL

Consiste en el aumento del número de procesos productivos realizados por una empresa; en este tipo existen dos formas: la progresiva y la regresiva; hacia adelante: producción y comercialización; hacia atrás: producción y generación de insumos.

INTERES

Rédito, tasa de utilidad o ganancia del capital, que generalmente se causa o se devenga sobre la base de un tanto por ciento del capital y en relación al tiempo que de éste se disponga. Llanamente es el precio que se paga por el uso de fondos prestables.

Son los rendimientos originados por la concesión o contratación de créditos financieros, comerciales y otros. Comprende las sumas que cubre el sector público según las tasas nominales de interés pactadas en los contratos y documentos correspondientes, celebrados con los acreditantes originales, de haber intermediación.

Porcentaje fijo que sobre el monto de un capital y su uso, paga periódicamente al dueño del mismo la persona física o moral que toma en préstamo dicho capital.

Función de intervención que realizan las instituciones nacionales de crédito, organismos auxiliares, instituciones nacionales de seguros y fianzas y demás instituciones o entidades legalmente autorizadas para constituirse como medios de enlace, entre el acreditante de un financiamiento y el acreditado, obteniendo una comisión por su labor de concertar los créditos en los mercados de dinero nacionales e internacionales.

LARGO PLAZO

Periodo convencional de más de cinco años, utilizado generalmente en la planeación para definir el lapso en el que se alcanzarán los objetivos nacionales de desarrollo.

LETRA DE CAMBIO

Orden incondicional por escrito, de una persona (girador) a otra (girado), firmada por la persona que la otorga, requiriendo de la persona (beneficiario) a quien va dirigido el pago a la vista o a un plazo fijo o futuro determinado, de cierta suma de dinero, a la orden o al portador. Sinónimo de giro o aceptación, cuando se refiere a una transacción interna.

LINEA DE CREDITO

Límite hasta el cual una institución de crédito concede a sus clientes cualquiera de los siguientes tipos de crédito: a) descuentos, b) préstamos directos, c) préstamos prendarios, d) préstamos refaccionarios, e) préstamos de habilitación o avío, etc.

LIQUIDEZ

Disposición inmediata de fondos financieros y monetarios para hacer frente a todo tipo de compromisos. En los títulos de crédito, valores o documentos bancarios, la liquidez significa la propiedad de ser fácilmente convertibles en efectivo.

MEDIANO PLAZO

Periodo convencional generalmente aceptado de dos a seis años, en el que se define un conjunto coherente de objetivos y metas a alcanzar y de políticas de desarrollo a seguir, vinculados a los objetivos del plan a largo plazo.

POLITICA CREDITICIA

Conjunto de criterios, lineamientos y directrices utilizados por las autoridades monetarias para determinar el destino de los recursos financieros dirigidos a los diferentes agentes económicos en forma de créditos, induciendo el desarrollo de áreas o sectores económicos prioritarios y estratégicos, mediante el uso de instrumentos y mecanismos como la tasa de interés, tasa de acceso al redescuento, encaje legal y algunos otros de carácter normativo.

POLITICA DE INVERSION

Es el conjunto de criterios, lineamientos y directrices que regulan el monto, destino y ritmo del ejercicio de los recursos destinados a la adquisición de bienes muebles e inmuebles, obras públicas, conservación, modernización o ampliación de las mismas o la producción de bienes y servicios que de alguna forma contribuyan a acrecentar el patrimonio nacional.

RECURSOS PROPIOS

Ingresos de las entidades paraestatales provenientes de la venta de bienes y servicios, incluyéndose como tales los ingresos originados por operaciones ajenas; en el caso del Gobierno Federal se consideran los ingresos tributarios y no tributarios.

RENTABILIDAD

Es la remuneración al capital invertido. Se expresa en porcentaje sobre dicho capital.

Aplicada a un activo, es su cualidad de producir un beneficio o rendimiento, habitualmente en dinero.

SISTEMA FINANCIERO

El sistema financiero peruano está constituido por un conjunto de instituciones que captan, administran y canalizan a la inversión, el ahorro tanto de nacionales como de extranjeros, y se integra por: Grupos Financieros, Banca Comercial, Banca de Desarrollo, Casas de Bolsa, Sociedades de Inversión, Aseguradoras, Arrendadoras Financieras, Afianzadoras, Almacenes Generales de Depósito, Uniones de Crédito, Casas de Cambio y Empresas de Factoraje.

TASA

Indicador básico para estimar en términos relativos el comportamiento de determinadas variables.

TASA DE INTERES

Es la valoración del costo que implica la posesión de dinero producto de un crédito. Hay tasas de interés activas y pasivas.

Rédito que causa una operación, en cierto plazo, y que se expresa porcentualmente respecto al capital que lo produce.

Es el precio que se paga por el uso de fondos prestables.

TASA DE INTERES ACTIVA

Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del banco central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito a los usuarios de los mismos. Son activas porque son recursos a favor de la banca.

TASA DE INTERES PASIVA

Es el porcentaje que paga una institución bancaria a quien deposita dinero mediante cualquiera de los instrumentos que para tal efecto existen.

WARRANT (VALOR GARANTIZADO)

Valor que faculta a su tenedor para adquirir en condiciones predeterminadas y en época prefijada cierta cantidad de títulos. Título de crédito emitido por un almacén general que permite al tenedor constituir prenda sobre las mercancías depositadas a fin de obtener un crédito bancario.

BIBLIOGRAFÍA

- ABAD GONZALES, Víctor G., 2000, *¿Cómo Dirigir? Micro y Pequeñas Empresas*, Lima, U.N.M.S.M.
- AMBROSINI VALDEZ, DAVID, 2004, *Introducción a la Banca*, Lima, Universidad del Pacífico.
- AVELINO SANCHEZ, Esteban, 2000, *Código Tributario*, Lima, Centro de Investigación para el Desarrollo Empresarial e Institucional.
- BERNILLA S., 1997, *Manual Practico para Formar Pymes, Pequeña y Micro Empresas*, Lima, Edigraber.
- DAVID, Fred, 1989, *La gerencia estratégica*, Bogota, Editorial Legis.
- DE BONO, Edward, 1997, *Mas allá de la competencia*, Madrid, Editorial Paidós Ibérica.
- ESPINOZA HERRERA, Nemesio, 1995, *Antología de la administración*, Lima, U.N.M.S.M.
- ELIAS LAROZA, Enrique, 1998, *Ley General de Sociedades – Comentada*, Lima, Editorial Normas Legales, Tomo I.
- Enciclopedia Practica de la Pequeña y Mediana Empresa*, 2000, Barcelona, Editorial Océano.
- FERNANDEZ-BACA, Jorge, 2004, *Dinero, Banco y Mercados Financieros*, Lima, Universidad del Pacífico.
- FLORES CHOCANO, Raúl, 1998, *Financiamiento a la Pyme. Fondo de Garantía Mutua*, Colección Políticas de Desarrollo, Lima, Cinseyt.
- GONZALES IZQUIERDO, Jorge, 1992, *Contabilidad Finanzas y Economía para Pequeñas y Medianas Empresas*, Lima, Universidad del Pacifico.
- IDESI Nacional, 1997, *Financiamiento para la pequeña y mediana empresa*, Lima.

- Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2001, *Perú Actividad Económica de la Micro y Pequeña Empresa*, Lima, INEI.
- KOONTZ, Harold y WEIHRICH, Heinz, 1996, *Administración : Una perspectiva global*, Méjico, Editorial Mac Graw Hill.
- KUCZMARSKI, Tomas, 1996, *Innovación*, Bogota, Editorial Mac Graw Hill.
- MORON URBINA, Juan C., 1999, *Ley de Procedimientos administrativos – Comentada*, Lima, Editorial Gaceta Jurídica.
- OSATEGUI PEREZ, Abelardo, 1998, *Análisis de Legislación Pyme para un Marco Promotor*, Lima, Cinseyt.
- PORTER, Michael E., 1996, *Estrategias competitivas*, Méjico, Editorial CECOSA.
- PORTER, Michael E., 1996, *Ventaja competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior*, Méjico, Editorial Continental.
- RIVERO HERRERA, Edgar, 1995, *Globalización, La Pyme y Mecanismos de Articulación Empresarial*, Lima, Centro de Investigaciones Sociales, Económicas y Tecnológicas CINSEYT.
- SAINTE MARIE, Georges de, 1995, *Dirigir una Pyme. 10 Etapas*, Serie : Paidos Empresa, 31 Barcelona, Paidos.
- SAMANIEGO FIGUEROA, Cesar, 1999, *La Inversión y la Tasa de Interés*, Lima, DESCO.
- SANCHIS PALACIO, Joan Ramón, 1999, *Creación y Dirección de Pymes*, Madrid, Días de Santos.
- SENATI, 1999, *Un soporte para el desarrollo de la Mediana y Pequeña empresa en el Perú*, Lima.
- STONER, James - FREEMAN, Edward – Gilbert Jr., Daniel, 1996, *Administracion*, Mejico, Editorial Prentice Hall Hispanoamericana.
- VALERIO ARADAS, Alejandro y Novo Piñón, José Luis, 1998, *Un Estudio de la Relación entre el Tipo de Interés y la Actividad Económica*, Madrid, Ed. Anthony Bosch, 3ra Ed.

WOG CAM, David, 1999, *Los Grandes y Pequeños Negocios. Empresarios y Finanzas*, Lima, Universidad del Pacifico, Centro de Investigación.

Banco Central de Reserva, Boletín Mensual (Agosto 2004)

Banco Central de Reserva, Memoria Anual 2002

Banco Central de Reserva, Memoria Anual 2003

Comisión de la Pequeña y Micro Empresa – Congreso de la Republica, Periodo Legislativo 1999-2000

Diario El Comercio, Sección Finanzas, Lima - Perú, 2003, 2004 y 2005

Diario Gestión, Lima – Perú, 2002, 2003, 2004 y 2005

Instituto Nacional de Estadística e Informática, Base de Datos, 2002

Interamericana de Desarrollo, Encuesta a PYME's en Lima Metropolitana, Lima 2002

La Gaceta Jurídica, Tomo I, 2001

Sociedad Nacional de Industrias – Boletines (Julio 2004)

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – Nota Tributaria (Enero 2005)

www.asbanc.com.pe

www.bcp.com.pe

www.bcrp.gob.pe

www.bws.com.pe

www.confiep.org.pe

www.fogapi.copei.org

www.inei.gob.pe

www.mef.gob.pe

www.mitinci.gob.pe

www.monografias.com

www.prompyme.gob.pe

www.pronegocios.com

[**www.sbs.gob.pe**](http://www.sbs.gob.pe)

www.sin.org.pe

[www.up.edu.pe/prompyme.](http://www.up.edu.pe/prompyme)

A N E X O S

ANEXO N°1

La Información Asimétrica y sus Problemas

La información asimétrica en las transacciones financieras se refiere al hecho que una de las dos partes que intervienen en un contrato financiero no cuenta con la misma información que la otra. Por ejemplo, el prestatario que toma un crédito bancario tienen mucha mejor información sobre el riesgo y retorno de los proyectos de inversión que planea desarrollar que la que tiene el prestamista. Las consecuencias de la información asimétrica como elemento determinante en el comportamiento de los mercados financieros son ampliamente conocidas. Por ejemplo, el racionamiento del crédito (situación que define una condición de equilibrio que coexiste con el exceso de demanda de crédito) es consecuencia directa de la información asimétrica en el mercado de crédito bancario. Asimismo, la información asimétrica da lugar a la presencia de los problemas de riesgo moral y de selección adversa en las decisiones financieras.

El problema de selección adversa es un fenómeno ex-ante que ocurre cuando un incremento en las tasas de interés o en la percepción de riesgo de la economía distorsiona la composición del conjunto de agentes económicos que acuden a demandar créditos. Se genera un sesgo entre el conjunto de demandantes de crédito hacia aquellos prestatarios que tienen menos probabilidades de repagar el préstamo. La calidad de los potenciales prestatarios se deteriora porque los demandantes prudentes se abstienen de acudir a solicitar un crédito, y los demandantes imprudentes, con menor

intención de repago, acuden no obstante incrementos en las tasas de interés o en la percepción de riesgo. Por tanto, el riesgo promedio del pool de demandantes potenciales se incrementa. El prestamista, conociendo su incapacidad de discriminar entre los demandantes potenciales se incrementa. El prestamista, conociendo su incapacidad de discriminar entre los demandantes prudentes e imprudentes, reacciona al problema de selección adversa, elevando su tasa de interés y recortando su oferta de créditos por debajo de la que sería con información perfecta.

El problema de riesgo morales un fenómeno ex-post que ocurre porque el prestatario, una vez otorgado el préstamo, tiene incentivos para acometer proyectos o actividades de mayor riesgo y mayor retorno potencial en virtud de que sería beneficiado si el emprendimiento asumido es exitoso, pero trasladaría la pérdida a la entidad prestamista, si los proyectos fracasan, mediante el sencillo expediente de no devolver el préstamo. Por tanto, el prestamista está sujeto al riesgo de que el prestatario tenga incentivos para acometer actividades que son indeseables desde el punto de vista del prestamista, vale decir, actividades que, por su mayor riesgo, hacen menos probable que el crédito sea recuperado. Nuevamente el efecto neto del riesgo moral es inducir a la entidad prestamista a aumentar su tasa de interés y reducir la disponibilidad de fondos para préstamos por debajo de los niveles óptimos.

ANEXO N°2
ENCUESTA

UBICACIÓN: LIMA CONO NORTE CONO SUR

SECTOR: PRODUCCIÓN COMERCIALIZACIÓN SERVICIOS

TIPO DE EMPRESA: S.A. SRL EIRL P.NATURAL CON NEGOCIO OTROS

N° DE EMPLEADOS: 3 - 10 TRABAJADORES
10 - 19 TRABAJADORES
20 - MAS TRABAJADORES

VOLUMEN DE VENTAS ANUALES :

DE S/. 800,000 A 1'200,000
DE S/. 1'200,001 A 5'000,000
DE S/. 5'000,000 A MAS

1. ¿ACTUALMENTE TIENE TRATOS COMERCIALES CON ALGÚN BANCO O ENTIDAD FINANCIERA?

SI NO

EN CASO DE SER SI , ¿CUANTOS?

¿CUÁLES? _____

2. ¿CUÁLES SON LAS NECESIDADES MÁS APREMIANTES DE SU EMPRESA?

- A. INNOVACIÓN TECNOLÓGICA
- B. MERCADO / COMERCIALIZACIÓN
- C. CAPACITACIÓN Y ASISTENCIA TÉCNICA
- D. FINANCIAMIENTO
- E. OTROS (INDICAR)

3. ¿CÓMO FINANCIA SU EMPRESA?

- A. CRÉDITO DE PROVEEDORES
- B. PRÉSTAMOS INFORMALES
- C. PRÉSTAMOS AMIGOS Y FAMILIARES
- D. BANCOS
- E. OTROS

4. ¿HA POSTERGADO ALGUNA ACTIVIDAD O INVERSIÓN URGENTE EN LA EMPRESA POR FALTA DE FONDOS?

SI NO

5. ¿SE SIENTE SATISFECHO CON EL APOYO QUE RECIBE DE SU ENTIDAD FINANCIERA?

SI NO

6. ¿CONSIDERA QUE LOS REQUISITOS EXIGIDOS POR SU ENTIDAD FINANCIERA SON UN OBSTÁCULO PARA LAS EMPRESAS? ¿POR QUÉ?

SI NO

7. ¿COMO ESPERA QUE LO ATIENDA SU ENTIDAD FINANCIERA?

8. ¿CÓMO SELECCIONA A SU PERSONAL?

9. ¿QUÉ NIVEL DE CAPACITACIÓN O EXPERIENCIA POSEEN SUS COLABORADORES?

A. ALTO

B. MEDIO

C. BAJO

D. NINGUNO

10. ¿TIENEN ALGÚN PLAN DE CAPACITACIÓN?

SI

NO

11. EN CASO DE CAPACITARSE, EL COLABORADOR ¿RECIBE ALGUNA BONIFICACIÓN ADICIONAL?

SI

NO

12. ¿NECESITA MAQUINARIA PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD DE LA EMPRESA?

SI

NO

13. DE ACUERDO A LA PREGUNTA ANTERIOR, ¿CUAL ES EL PROMEDIO DE ANTIGÜEDAD DE SUS EQUIPOS?

A. DE 1 A 3 AÑOS

B. DE 4 A 7 AÑOS

C. DE 8 A 10 AÑOS

D. MAS DE 11 AÑOS

14. ¿CUÁNTAS VECES AL AÑO REALIZA EL MANTENIMIENTO DE SUS EQUIPOS?

A. 1

B. 2 A 4

C. 5 A MÁS

15. ¿TODOS LOS EQUIPOS SON ADQUIRIDOS NUEVOS, O TAMBIEN HAY DE SEGUNDA MANO?

A. DE PRIMERA COMPRA

B. DE PRIMERA Y SEGUNDA

C. SOLO DE SEGUNDA MANO

Muchas gracias por su colaboración.