

ANALISIS DEL EFECTO DEL CREDITO COMERCIAL CON LOS AGENTES FINANCIEROS EN LAS PYMES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Nury Castro Morejón¹
Jorge Fernández Ronquillo²

¹Ingeniera en Estadística Informática 2005

²Director de Tesis, Ingeniero Eléctrico en Potencia, Escuela Superior Politécnica del Litoral, 1985, Postgrado ECUADOR, Universidad ESPOL 1986, Profesor de ESPOL desde 1985.

RESUMEN

El presente trabajo desarrolla un análisis del crédito comercial (recibido y concedido) en una población de empresas guayaquileñas consideradas de tamaño pequeño y mediano. Para realizarlo se tomó en cuenta la información contable de cada empresa y mediante cálculos de razones financieras se lograron ubicar las variables de estudio.

En la primera parte se revisan conceptos y literatura en general acerca de las PyMEs.

En la segunda parte, se describen íntegramente lo que son el crédito comercial y como se presentan en las actividades diarias de una empresa, además se definen las razones financieras, el análisis factorial y el análisis discriminante como las técnicas estadísticas que se utilizan para realizar la sintetización de la información.

En el capítulo tres, se detalla la información contable usada, se establecen las variables de estudio, se hace el análisis univariado a cada variable y el análisis multivariado al conjunto de ellas.

Por último se indican las conclusiones obtenidas a partir de los resultados que se obtienen del análisis efectuado.

ABSTRACT

This paper contributes to trade credit by using a population of firms located in Guayaquil city. The data set was obtained through an enterprise's data base that sell an accounting software. This is specially suitable cause this data base only includes medium and small size firms.

By using multivariate analyses, the results show which are the trade credit determinants. Although, the more trade credit given to customers the less trade credit received from suppliers, informing about the access to credit markets.

INTRODUCCIÓN

Cuando una empresa le permite a sus clientes retrasar el pago por la compra de bienes o por la prestación de algún tipo de servicio se denomina crédito comercial. Es muy común que éste crédito sea concedido en términos de negociación por constituirse como la mejor estrategia de conservación del cliente, a su vez también está presente cuando se realizan transacciones comerciales al mayoreo, es decir cuando las cantidades que se están negociando son altas. Este descuento que asume la empresa, repercute directamente en sus flujos de dinero, ya que el costo de tener sus cuentas como pendientes de cobro suele afectar cuando los clientes a quienes se les ha otorgado el crédito muchas veces exceden el tiempo fijado de plazo.

Otro tipo de descuento usado muy a menudo es el que se hace al precio final del producto o servicio, con la intención de un pago inmediato, es decir al contado. Este tipo de crédito ayuda a la empresa que lo concede porque los valores generados por la transacción son efectivos, pero a su vez la empresa también pierde, porque ésta sacrifica parte de sus ganancias, ya que renuncia a parte de éstas al otorgar este crédito.

Y son la pequeñas y medianas empresas, las que más conceden éste tipo de crédito, en consecuencia son las que más restricciones tienen a la hora de acceder a los mercados financieros, recurriendo a la financiación vía proveedores, convirtiéndolos en su mejor fuente de financiación externa.

CONTENIDO

La información que se dispone sobre empresas guayaquileñas esta contenida en la base de datos de clientes de cierta compañía que se dedica a la distribución de un software contable ampliamente conocido. Los datos obtenidos a través de esta aplicación computacional permiten llevar a cabo este estudio, sobre todo porque se trata de empresas de tamaño mediano y pequeño.

Se han utilizado los datos del año 2003 dado el calendario de desarrollo de este trabajo. La población sometida en el estudio está compuesta por 112 empresas no financieras. Un aspecto a destacar de la población de empresas que se utiliza, es que el 56% de ellas están incluidas en el sector Comercio. Este es un sesgo a tener en cuenta en las conclusiones de este estudio.

Tabla I
Agrupamiento de las actividades económicas de las empresas pertenecientes a la población

Sectores	Numero de Empresas	% del Total
Agricultura	2	1,786
Industria	7	6,25
Construcción	9	8,036
Comercio	63	56,25
Turismo	11	9,821
Otros Servicios	20	17,857
Total	112	100,0%

Los volúmenes del crédito comercial recibido y concedido por parte de las empresas no financieras dependen fundamentalmente de características económico-financieras. Los indicadores tradicionales de rentabilidad, liquidez, solvencia, dimensión y actividad de la empresa son determinantes de este tipo de crédito ya que especifican la capacidad de acceso de las empresas a las fuentes de financiación.

La antigüedad y el sector de actividad en la que se desarrolla la empresa son variables que también influyen en el crédito comercial ya que informan de la relación proveedor-cliente.

El análisis factorial es un método multivariado que ayuda al mejor entendimiento de conjuntos grandes, complicados y complejos de datos que constan de una gran cantidad de variables medidas en números grandes de unidades experimentales.

Es una técnica dirigida por las variables ya que se enfoca primordialmente en las relaciones que podrían existir entre las variables respuesta que se están midiendo.

El análisis factorial supone que unas determinadas variables, de las que se han tomado cierto número de observaciones, pueden ser explicadas a partir de otras en número menos que aquellas (factores comunes) y de una más, independiente de las otras, que define el perfil propio de la variable en cuestión (factor específico).

En un análisis factorial se distingue dos tipos de variables: las activas y las ilustrativas. Las activas intervienen directamente en la construcción de los factores y las ilustrativas, que no determinan los factores, aportan información suplementaria para la interpretación de los mismos.

Tabla II
Variables activas del estudio y etiquetas usadas

Etiqueta	Definición de la variable
X1	Acreedores comerciales / Deudas a corto plazo
X2	Activo/ Deuda total
X3	Antigüedad de la empresa
X4	Clientes / Deudores
X5	Crédito bancario a corto plazo /Deudas a corto plazo
X6	Facturación /Activo total
X7	Importe neto cifra de negocios
X8	Otras deudas no comerciales/ Deudas a corto plazo
X9	R.A.O./Activo explotación
X10	Recursos propios /Pasivo total
X11	Sector de actividad
X12	Situación jurídica de la empresa
X13	Tesorería/ Deudas a corto plazo
X14	Valor añadido/ Activo total
X15	Valor añadido/ Inmovilizado neto

Tabla III
VARIABLES ILUSTRATIVAS DEL ESTUDIO Y ETIQUETAS USADAS

Etiqueta	Definición de la variable
X16	Acreedores a corto plazo / Pasivo total
X17	Acreedores comerciales / Deuda total
X18	Activo circulante/ Deuda a corto plazo
X19	Deuda total/ Pasivo total
X20	Gastos financieros/ Deuda total
X21	Gastos personal/ Valor añadido
X22	Resultado antes de interese e impuestos/ Activo total
X23	Valor añadido/ Importe neto cifra de negocios

Uno de los pasos más delicados del Análisis factorial consiste en que a cada factor hay que atribuirle un nombre que represente su significado. Por tanto, para realizar esta tarea se tomó muy en cuenta la contribución de las variables más representativas en cada factor.

Los factores que se han utilizado para sintetizar la información son los dos primeros, sin embargo se describen los cuatro factores siguientes de forma menos exhaustiva y no interpretar al séptimo, ya que éste último solo representa a una variable.

El primer factor engloba información con respecto a la trayectoria de la empresa, la concesión de crédito comercial y su rentabilidad. A éste se le ha denominado como el que describe la trayectoria de la empresa.

Las variables que más contribuyen a la formación del segundo factor son las que se refieren a la liquidez y rotación de activos que tiene la empresa; por tanto el segundo factor está muy relacionado con el equilibrio de la empresa, entendido éste como la capacidad de los activos corrientes para hacer frente al reembolso de los pasivos de corto plazo.

Estos dos primeros factores logran las conclusiones medulares para este estudio.

Los siguientes cuatro factores hacen referencia a la rentabilidad, la financiación de la empresa a corto plazo, el nivel de endeudamiento y la eficiencia de la empresa, respectivamente.

CONCLUSIONES

1. La técnica estadística utilizada permitió obtener los factores determinantes del uso del crédito comercial dada una población de pequeñas y medianas empresas.
2. Se comprobó que las variables relacionadas con la capacidad de acceso a fuentes de financiación institucionales por parte de la empresa influyen en su uso de crédito comercial.
3. Las empresas que más crédito comercial otorgan a sus clientes son la que tienen menos oportunidad de financiarse a través de mecanismos externos, ya que por lo general tienen un alto monto en lo que se denomina cuentas por cobrar, y en algunos casos se convierte en cartera vencida.
4. Las PyMEs no solo tienen ingresos a través de la actividad económica que representa su razón social, por esto a lo largo de su desarrollo van ampliando su gama de servicios, y en algunos casos hasta cambian totalmente su actividad de negocio.
5. Las pequeñas y medianas empresas se caracterizan por su continua búsqueda de dar valor agregado al producto o servicio que ofrecen, siendo esto reflejado, en costos nuevos, que a través del tiempo son reducidos.
6. Las PyMEs recurren muy pocas veces al financiamiento por medio de instituciones bancarias, cuando se habla de corto plazo. Lo suelen obtener vía proveedores y de manera informal.
7. Instituciones gubernamentales son la principal fuente de financiamiento cuando estas empresas requieren financiamiento a largo plazo, aunque para que éste se les conceda depende del sector de actividad de la empresa, siendo las más beneficiadas las pertenecientes al sector industrial, agrícola, turístico y tecnológico.
8. La variable Importe neto cifra de negocios o Utilidad bruta presentó una alta dispersión, debido a que en la población existieron empresas de tamaño muy variado, se deduce que hay una relación directamente proporcional entre el tamaño de la compañía y su rentabilidad.
9. Las PyMEs escogen tener una situación jurídica del tipo sociedad anónima donde sus directivos solo responden hasta el monto de sus aportaciones.
10. Los activos rotan al menos una vez por año, esto se debe a que las PyMEs están en una búsqueda continua de crecimiento y generación del valor agregado.

11. Del pasivo total que poseen las PyMEs, éste proviene en gran parte de acreedores a corto plazo y que en general son los proveedores que les sirven de financiamiento.
12. Los gastos financieros no son un aporte significativo a la deuda total en las PyMEs, esto se debe a que éstos gastos son generados en operaciones bancarias, y las PyMEs no tienen mucha apertura al financiamiento a través de instituciones bancarias.
13. Las empresas que se enfrentan a elevados gastos financieros de su deuda tienden a utilizar como fuente alternativa de financiación a corto plazo el pago aplazado a proveedores.
14. La reducción del crédito bancario que reciben las empresas a corto plazo incrementa la proporción de crédito comercial sobre el exigible a corto plazo y también la proporción de aquel sobre la deuda total de la empresa.
15. Las empresas que tienen dificultades a la hora de conseguir financiamiento de los bancos a corto plazo son las que usan el crédito comercial.
16. Si los bancos apoyaran de manera prioritaria la financiación a este tipo de empresas se reduciría la utilización del crédito comercial.
17. Las empresas con altos niveles de liquidez pueden hacer frente a los pagos por la compra de mercaderías.
18. Las empresas que tienen liquidez a tal punto que permiten a sus clientes el pago atrasado no recurren tanto a la financiación vía proveedores, éstas son empresas que por lo general tiene acceso a la financiación bancaria.
19. Las empresas que tienden a tener dificultades de liquidez acumulan activos líquidos, y los reducen cuando creen que pueden acceder a fuentes de financiamiento externas.
20. Las empresas que generan un mayor volumen de ventas por unidad de activo son las que más se financian vía proveedores.
21. Las empresas que son parte del sector Comercio son las que llevan la posta en la utilización del crédito comercial.
22. Las empresas que pertenecen a la rama de actividad de Industria y Construcción son las que también mas utilizan el crédito comercial.
23. Las empresas que son parte del sector Otros servicios no aplazan tanto los pagos a sus proveedores.

24. Las empresas más jóvenes son las que más acuden a sus proveedores comerciales como forma de financiación a corto plazo.

REFERENCIAS

1. RODRÍGUEZ, OLGA. Análisis multivariante sobre el crédito comercial para una muestra de PYMES canarias.
2. RODRÍGUEZ, OLGA. El crédito comercial en la empresa canaria: Una aplicación del system estimator con datos de panel.
3. GARCES, CECILIA. Análisis de la pequeña y mediana empresa de Guayaquil, antes y después de la crisis económica del Ecuador – Periodo Marzo 1999 a Marzo 2000. Año 2001.
4. MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR, INDUSTRIALIZACIÓN, PESCA Y COMPETITIVIDAD, MICIP. Diagnostico de la pequeña y mediana industria. Agosto 2002.
5. SALLOUM CARLOS y VIGIER HERNÁN. Los problemas de financiamiento de la pequeña y mediana empresa: Relación Bancos – PyMEs. Revista de la Escuela de economía y negocios. Año I N° 3. Diciembre 1999.
6. PYMES ECUADOR: <http://www.pymes-ecuador.com/nuevo-sitio/inicio.htm>
7. EXPO ECUADOR: www.expoecuador.org
8. VAN HORNE, JAMES C. Administración financiera. Décima Edición.
9. DALLAS E. JONSON. Métodos multivariados aplicados al análisis de datos.

Visto Bueno

Ing. Jorge Fernández
Director de Tesis

Guayaquil, 13 de Junio de 2005