



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

TÍTULO:

**CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO, LA
CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD DE LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
COMERCIO RUBRO VENTA DE PRENDAS DE VESTIR
EN LA PROVINCIA DE LEONCIO PRADO, PERIODO
2016.**

**INFORME FINAL DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO.**

AUTORA:

BR. MAURY ROSALES TUCTO

ASESOR:

CPC. CONSTANTINO ANANIAS CORI CORNE

TINGO MARÍA – PERÚ

2016

JURADO EVALUADOR DE TESIS

MGTR. EUSTAQUIO AGAPITO MELÉNDEZ PEREIRA
PRESIDENTE

DR. ENRIQUE LOO AYNE
SECRETARIO

DRA. ERLINDA ROSARIO RODRÍGUEZ CRIBILLEROS
MIEMBRO

AGRADECIMIENTO

A Dios por iluminar mi camino y
darme la fuerza necesaria para
Cumplir con este objetivo.

Al CPC. Constantino Ananías Cori
Corne por el tiempo y la dedicación
brindada en el proceso de este trabajo.

A todas las personas que
participaron e hicieron posible la
culminación de mi tesis de
investigación, muchas gracias
por su apoyo y enseñanza.

DEDICATORIA

Con mucho cariño a mis padres:

Justina Tucto Cuellar y Toribio

Rosales Vela que fueron mi

motivación constante para terminar

este trabajo, por su confianza y

apoyo incondicional pudo ser

posible la culminación de este

trabajo.

A Heddit Galves y Armando Lijarsa

Jara por darme las fuerzas necesarias

para seguir adelante después de cada

tropiezo en mi vida.

A mis demás familiares en

reconocimiento a su apoyo

desinteresado y paciencia para

cumplir mis metas.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como finalidad determinar las características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de la MYPE del sector comercio rubro venta de prendas de vestir en la provincia de Leoncio prado. La investigación es de tipo descriptiva, presenta un nivel cuantitativo, con un diseño no experimental transversal; la población de estudio fueron las tiendas de la provincia de Leoncio prado, y la muestra estuvo conformada por 12 MYPE del sector Comercio rubro venta de prendas de vestir en la provincia de Leoncio prado; Dentro de las principales conclusiones Se pudo ver que todos los representantes legales son adultas y que Más de la mitad de los representantes legales de la MYPE del sector Comercio rubro venta de prendas de vestir encuestados sus edades oscilan entre 45 a 64 años de edad, el 75 % de los representantes de la MYPE del sector Comercio rubro venta de prendas de vestir son de sexo femenino el 58 % de los representantes de las MYPE tienen estudios superior. El 100 % de los representantes de la MYPE tienen más de tres años dedicándose a esta actividad empresarial. El 58 % de los representantes de la MYPE del sector Comercio rubro venta de prendas de vestir tienen de 6 a 10 trabajadores. El 75 % recibieron capacitación en un curso. El 58% ha participado en el curso manejo eficiente de crédito. El 58% su financiamiento es propio, el 83% obtuvieron créditos comerciales, el 58% precisa que solicitaron crédito para capital. El 75% Cree que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por el financiamiento .El 67% Cree que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por la capacitación .El 100% si Cree que la capacitación recibida es una inversión.

Palabras clave: Financiamiento, Capacitación, Rentabilidad, MYPE.

ABSTRACT

This research aims to determine the characteristics of the funding, training and profitability of MSEs of buying and selling clothes in the province of Leoncio Prado category. The research is descriptive, presents a quantitative level, with a transverse non-experimental design; the study population were stores in the province of Leoncio Prado, and the sample consisted of 12 MYPE s Trade industry category Clothing sales in the province of Leoncio Prado; Among the main conclusions could see that all legal representatives are adults and that more than half of the legal representatives of the MSE Trade industry category sale of clothing surveyed their ages range from 45-64 years old, 75% representatives of the MSE Trade industry category Clothing sales are female 58% of the representatives of MSEs have higher studies. 100% of the representatives of the MSEs have more than three years dedicated to this business. 58% of the representatives of the MSE Trade industry category Clothing sales have 6 to 10 workers. 75% were trained in a course. 58% have participated in the course efficient credit management. 58% funding is own, 83% obtained commercial loans, 58% states that requested credit for capital. 75% think the business profitability has improved by 67% .The financing think the business profitability has improved by 100% .The training if you think that the training received is an investment or an expense.

Keywords: Funding, Training, Profitability, MSEs.

Índice del Contenido

Título de la Investigación.....	i
Hoja Firma de Jurados.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Resumen.....	v
Abstract.....	vi
Índice del Contenido	vii
Índice de Tablas.....	ix
Índice de gráficos.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	7
2.1. Antecedentes de la Investigación	7
2.2. Bases Teóricas de la Investigación	19
2.2.1. Financiamiento	19
2.2.2. Capacitación	21
2.2.3. Rentabilidad	25
2.2.4. MYPE	29
2.3. Marco Conceptual	34
III. METODOLOGÍA	41
3.1. Diseño de la Investigación	41
3.2. Población y Muestra.....	42
3.2.1. Área Geográfica del Estudio.....	43
3.2.2. Criterios de Inclusión.....	43

3.2.3. Criterios de Exclusión.....	44
3.2.4. Definición y Operacionalidad de variables.....	44
3.3. Técnicas e Instrumentos.....	48
3.4. Plan de Análisis de Datos.....	48
3.5. Matriz de consistencia.....	49
IV: RESULTADOS	50
4.1. Resultados	50
4.2. Análisis de Resultados	68
V. CONCLUSIONES	71
Referencias Bibliográficas.....	73
ANEXO	84
Carta de Presentación	85
Cuestionario de Encuesta.....	86
Cronograma de actividades	90
Presupuesto	91

Índice de Tablas

Tabla 1. Definición y operacionalización de variables.....	47
Tabla 2. Matriz De Consistencia del Proyecto de Investigación.....	53
Tabla 3. ¿Edad de los representantes legales de la MYPE del sector comercio rubro venta de prendas de vestir?	55
Tabla 4. ¿Género de los representantes legales de la MYPE del sector comercio rubro venta de prendas de vestir?.....	56
Tabla 5. ¿Grado de instrucción de los representantes legales de la MYPE del sector comercio rubro venta de prendas de vestir?.....	57
Tabla 6. ¿Hace cuánto se dedica a esta actividad empresarial?.....	58
Tabla 7. ¿Con cuanto personal cuenta su empresa?.....	59
Tabla 8. ¿El personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?.....	60
Tabla 9. Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó usted?.....	61
Tabla 10. ¿Cuál es el tipo de financiamiento de su MYPE del sector comercio rubro venta de prendas de vestir ?.....	62
Tabla 11. ¿Solicitó crédito para su negocio?.....	63
Tabla 12. ¿Cuál fue el tipo de crédito que obtuvo?.....	64
Tabla 13. ¿De qué instituciones financieras ha obtenido el crédito?.....	65
Tabla 14. ¿En qué fue invertido el crédito financiero que Usted obtuvo?.....	66
Tabla 15. ¿Recibió Usted capacitación previa antes del otorgamiento del crédito?.....	67
Tabla 16. ¿Cuántos cursos de capacitación ha tenido Usted en los últimos dos años?.....	68
Tabla 17. Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó Ud.?.....	69
Tabla 18. ¿Cree usted que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por el financiamiento recibido?.....	70
Tabla 19. ¿Cree usted que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por la capacitación recibida hacia usted y su personal?.....	71
Tabla 20 ¿Cree usted que la capacitación recibida es una inversión o un gasto?.....	72

Índice de Gráficos

Gráfico 1. ¿Edad de los representantes legales de la MYPE del sector comercio rubro venta de prendas de vestir ?.....	55
Gráfico 2. ¿Sexo de los representantes legales de la MYPE del sector comercio rubro venta de prendas de vestir ?.....	56
Gráfico 3. ¿Grado de instrucción de los representantes legales de la MYPE del sector comercio rubro venta de prendas de vestir?	57
Gráfico 4. ¿Hace cuánto se dedica a esta actividad empresarial?.....	58
Gráfico 5. ¿Con cuanto personal cuenta su empresa?.....	59
Gráfico 6. El personal de su empresa del sector comercio rubro venta de ropa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?.....	60
Gráfico 7. Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó usted?.....	61
Gráfico 8. ¿Cuál es el tipo de financiamiento de su MYPE del sector comercio rubro venta de prendas de vestir ?.....	62
Gráfico 9. ¿Solicitó crédito para su negocio?.....	63
Gráfico 10. ¿Cuál fue el tipo de crédito que obtuvo?.....	64
Gráfico 11. ¿De qué instituciones financieras ha obtenido el crédito?.....	65
Gráfico 12. ¿En qué fue invertido el crédito financiero que Usted obtuvo?...	66
Gráfico 13. ¿Recibió Usted capacitación previa antes del otorgamiento del crédito?.....	67
Gráfico 14. ¿Cuántos cursos de capacitación ha tenido Usted en los últimos dos años?.....	68
Gráfico 15. Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó Ud.?.....	69
Gráfico 16. ¿Cree usted que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por el financiamiento recibido?.....	70
Gráfico 17. ¿Cree usted que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por la capacitación recibida hacia usted y su personal?.....	71
Gráfico 18. ¿Cree usted que la capacitación recibida es una inversión o un gasto?.....	72

I. INTRODUCCIÓN

En el Perú, las MYPE han tomado mucha importancia en los últimos años, debido a que son fuente principal de ingresos de las empresas y trabajadores. Las estadísticas reportan que las MYPE tienen un gran capacidad de generación de empleos, la Población Económicamente Activa (PEA) participa aproximadamente en un 87%, por otro lado las nuevas tendencias de los negocios, los cambios vertiginosos que conlleva la globalización, cada vez más exigente en estándares de calidad y competitividad, empresarial, dinamiza los diseños de estrategias para permanecer en el mercado. (Mendivil, 2006).

En total, el último censo de Empresas en el Perú que se realizó, arrojó un total de 3'220,000 empresas que tienen más de 2 personas ocupadas, de ahí el 98% de estas son Micro empresas (de 1 a 10 personas ocupadas) y 1.5% son Pequeñas Empresas (de 10 a 50 personas ocupadas); entre las 2 hacen el 99.5% en todas las unidades económicas del país; de acuerdo a la entrevista a (Villarán, 2010).

Las características comerciales y administrativas de la MYPE incluyen que su administración sea independiente; por lo general son dirigidas y operadas por sus propios dueños; su incidencia en el mercado no es significativa; y su área de operación es relativamente pequeña, sobre todo local. Las MYPE tienen escasa especialización en el trabajo, tanto en el aspecto productivo como en el administrativo, y no suelen utilizar técnicas de gestión. La mayoría emplea entre 5 y 10 personas y depende en gran medida de la mano de obra familiar. Su actividad no es intensiva en capital, pero sí en mano de obra; sin embargo, no cuenta con mucha mano de obra fija o estable. Otras de sus características son que disponen de limitados recursos financieros, tienen un acceso reducido a la tecnología, no suelen separar las finanzas del hogar y las de

los negocios y tienen un acceso limitado al sector financiero formal, sobre todo debido a su informalidad. (Baldeón, J., Yamakawa, P., Del Castillo, C., Espinoza, L., et al.; 2010).

Expresa que en su gran mayoría las MYPE S en el Perú son informales. Las actividades de estas personas y empresas no están reconocidas por la ley, si bien estas personas operan dentro del ámbito de la ley, esta no se aplica o no se cumple, o no fomenta su cumplimiento por ser inadecuada, engorrosa o imponen costos excesivos. Tomando este concepto podemos afirmar que ser informal es crear un negocio, que es un fin lícito, pero para hacerlo realidad no cumplen con los requisitos formales establecidos. (Mendivil, 2006) .

Las MYPE S surgen de la necesidad que no ha podido ser satisfecha por el Estado, ni tampoco por las grandes nacionales ni las inversiones de las grandes empresas internacionales, que es la generación de puestos de trabajo y por lo tanto estas personas guidas por esa necesidad buscan la manera de poder generar su propia fuente de ingresos y para ello recurren a diferentes medios para conseguirlo, creando sus propios negocios y pequeñas empresas con el fin de autoemplearse y emplear a sus familias pero tienen que valerse de la informalidad para poder lograrlo. (USMP, 2013).

El conocimiento de las competencias empresariales generales favorece que el sistema educativo las pueda incorporar dentro de sus contenidos y facilitar así el aprender a emprender. (Rubio y Aragón, 2002).

En el Perú, las estadísticas de la Dirección Nacional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), referidas a las micro y pequeñas empresas, muestran que la participación de las MYPE S en el PBI ha sido del 42% y han representado el

98% del total de empresas en el Perú (MTPE, 2007) y el 80.96% de la población económicamente activa (MTPE, 2005).

Los problemas tradicionales de las MYPE , tiene que ver con: Tecnologías atrasadas, obsoletas, Baja calificación de la mano de obra, Poco uso de técnicas de Gestión, Poco acceso al mercado, tanto de productos finales como factores de producción y, Gastos de crédito. Todos estos factores dan como resultado que tengan baja productividad, bajos ingresos para los propietarios y los trabajadores, sin embargo dada la situación actual y mundial en la economía globalizada, el problema más importante que hoy en día tienen las MYPE es el aislamiento, el hecho de estar separadas una de otras. (Villarán ,2008).

En el Perú, como en la mayoría de países de América Latina, las MYPE enfrentan dificultades para convertirse en unidades productivas y competitivas. Las dificultades o las limitaciones que se observan se centran en acceso al mercado, financiamiento; innovación y transferencia tecnológica; capacitación y asesoría; capacidad gerencial; informalidad; cultura y conocimiento; participación individual; y desarticulación empresarial. (CODEMYPE , 2005).

En el macro entorno las MYPE ; expresa que a pesar de que el segmento de las MYPE se considera uno de los más importantes generadores de empleo, no existen políticas que permitan promover su desarrollo. El problema no corresponde solo a un sector, pues intervienen los de producción, economía y trabajo. Pese a sus distintas perspectivas deben trabajar de manera conjunta, inclusive partir de una conceptualización similar de la MYPE , pues no existe un criterio único dentro del mismo gobierno. El problema no es solo laboral, sino de tipo regulatorio y tributario. Las recientes disposiciones Municipales, en cuanto al desalojo efectuado, es una

oportunidad de generar competitividad, ya que si existen coordinaciones el aspecto del mercado y la infraestructura ser un factor relevante para atraer más clientes y por ende generar mayores utilidades. En el Perú, las MYPE han ido cobrando mayor importancia cada año. Aportan el 42% al PBI nacional, albergan al 60% de la población económicamente activa del país, generando fuentes de trabajos formales e informales, y, además, son el principal motor de la actividad comercial en el Perú. Sin embargo, en la actualidad no existe en el Perú una solución que integre las variables que fomenten la competitividad del sector MYPE, a pesar de que se cuenta con tecnologías que permitirían canalizar estos esfuerzos y que incluso han sido aplicadas por otros países en sus estrategias hacia este segmento. (Silupú, 2012).

El manejo adecuado de las quejas de servicio al cliente pueden ayudar a la tienda comercial de ropa a mantener la buena voluntad y a ofrecer otra oportunidad de agradar a los clientes más exigentes. En particular el Servicio al Cliente en los comercios de ropa dirigidos a clientes de clase media ubicados en el centro de la provincia de Leoncio Prado, lamentablemente se limitan a ofrecer venta de prendas de vestir diarios desligándose completamente del resto de factores que los clientes consideran indispensables entre los cuales se pueden mencionar: apariencia de las instalaciones, indumentaria del personal, diversificación de ropas, incentivos, precio razonable, calidad por lo que pagan los consumidores, atención amable y personalizada, entrega a domicilio, entre otros. En la provincia de Leoncio Prado se han abierto muchos comercios de Ropa que ofrecen sus servicios al público cada vez más creciente, de nuestra observación se ha podido apreciar que en su gran mayoría no cuentan con representantes legales capacitados para solicitar créditos financieros y a la vez poderlos invertir a favor del negocio empresarial, También

se puede observar que no cuentan con personal entrenado en los conceptos más mínimos para la atención a los clientes, sumado a esto la calidad del producto, los personales no han sido capacitadas en la venta al público, muchos de ellos hacen lo que han aprendido en sus prácticas domesticas o tal vez por haber laborado en negocios similares. Cuando uno acude a una tienda comercial de Ropa no sabe con certeza si le van a vender una buena ropa conforme a su gusto o no la ropa que ha pedido y cuánto tiempo se demoraran en servirlo o si al final le dirán que ya no hay nada y el cliente tenga que retirarse sin haber sido atendido ocasionando una deficiente rentabilidad empresarial.

A partir de la caracterización de la problemática se planteó la pregunta general: **¿Cuáles son las características del Financiamiento, la capacitación y la rentabilidad en las MYPE del sector comercio rubro venta de prendas de vestir en la provincia de Leoncio Prado, año 2016?** El Objetivo General de esta investigación será: Determinar las características del financiamiento, la capacitación y la Rentabilidad en las MYPE del sector comercio rubro Venta de prendas de vestir en la provincia de Leoncio Prado, año 2016. Objetivos Específicos: Determinar las características del perfil de los representantes de la MYPE del sector comercio rubro venta de prendas de vestir en la provincia de Leoncio Prado, año 2016. Determinar las características de las MYPE del sector comercio rubro venta de prendas de vestir en la provincia de Leoncio Prado, año 2016. Determinar las características del Financiamiento de las MYPE del sector comercio rubro venta de prendas de vestir en la provincia de Leoncio Prado, año 2016. Determinar las características de la capacitación de las MYPE del sector comercio venta de prendas de vestir en la provincia de Leoncio Prado, año 2016. Determinar las características de la

Rentabilidad de las MYPE del sector comercio rubro venta de prendas de vestir en la provincia de Leoncio Prado, año 2016.

La investigación se justifica por que el estudio nos permitirá conocer a nivel exploratoria y descriptiva las características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de prendas de vestir , ubicadas en la provincia de Leoncio Prado. Es decir nos permitirá conocer las principales características del rubro anterior mencionando, así como la micro y pequeña empresa son unidades muy importantes porque dinamizan la economía y genera empleo para la población. Así mismo, la investigación también se justifica porque nos permitirá tener ideas mucho más acertadas de cómo opera el financiamiento así como la capacitación en el accionar de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de prendas de vestir . El presente trabajo de investigación en estudio nos servirá de base para realizar otros estudios similares en otros sectores productivos y de servicios de la provincia de Leoncio Prado y otros ámbitos geográficos.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes de la investigación

Ábalos, R. y Dávila, M. (2013), realizaron la investigación titulada “Factores influyentes en la decisión de financiamiento en empresas no Financieras pertenecientes a economías emergentes”, Utilizo una Metodología de tipo descriptivo. Tomando una muestra poblacional de 92 empresas no financieras chilenas (695 observaciones) cotizadas en la Bolsa de Comercio de Santiago. Logrando llegar a la siguiente conclusiones: En primer lugar como las variables van adoptando distintas direcciones a la hora de empezar a interactuar. En ese sentido cuando las empresas experimentan una mayor separación entre los derechos de voto y derechos de flujo de caja, tendrán una menor probabilidad de tener deuda pública. Sin embargo este resultado se revierte a la hora de interactuar las variables Fam, Sep y Busgroup, determinando que a mayor separación el efecto va a ser contrario, debido a que las condiciones que se presentan son distintas, pudiendo acceder a un mercado de capitales interno. También se encontró que la pertenencia por si sola de una empresa a un grupo familiar o de un Business Group tiene poca preponderancia a la hora de decidir si es que la empresa tendrá deuda pública, pero que al ver de manera cruzada que sucede con los cuartiles de separación, el efecto de pertenencia a alguno de estos dos grupos se vuelve bastante relevante. Se encontró que las familias tendían a ir a deuda pública con mayor frecuencia que los Business Groups, esto en línea con lo planteado en cuanto a que el segundo grupo tiene potencialmente al alcance un mercado de capitales interno, que representa una ventaja competitiva con respecto a las empresas que no pertenecen a uno. Otro argumento que juega a favor de que las empresas pertenecientes a Business Groups accedan al mercado de la deuda privada, viene determinada por la revelación

de información que se da al mercado cuando se accede a la deuda pública, dejando en evidencia, si se accede a ella, información relevante para la competencia. Finalmente la calidad crediticia de la empresa juega un favor muy preponderante a la hora de emitir deuda pública, esto debido a que la clasificación misma ayuda a espantar la incertidumbre que pudiesen tener los acreedores públicos, en cuanto a si recibirán los montos y pagos pactados, y al mismo tiempo no se encuentran vulnerables a un posible Default.

Ortiz, R.(2003), realizo la investigación Titulada “Alternativas de financiamiento para las MYPE : el caso de huajuapán de león y Chilapa de Díaz, Oaxaca” , Utilizo una metodología de tipo descriptivo, utilizando una población muestral de 144 Empresas de la ciudad de Huajuapán y de Chilapa de los sectores industrial y de servicios, llegando a las siguientes conclusiones: Las empresas de Huajuapán y Chilapa son importantes en la medida en que éstas contribuyen a elevar el nivel de bienestar de los habitantes de la región, puesto que al generar empleos y remunerar a los empleados por su trabajo contribuyen a reactivar la economía. La economía de estas poblaciones se fundamenta en micro y pequeñas empresas, donde la mayoría pertenece al sector servicios y una minoría al sector industrial. La falta de financiamiento es una limitante que tienen que superar para poder realizar inversiones productivas. Generalmente, las MYPE requieren financiamiento para llevar a cabo inversiones en capital de trabajo (materia prima, materiales auxiliares, etc.) y activos fijos (maquinaria, herramientas, tecnología e infraestructura). La carencia de financiamiento se debe en parte a que su administración es empírica y su organización es informal, por lo anterior, no tienen la capacidad de reunir y elaborar los requerimientos exigidos (estados de situación financiera) para calificar para un crédito, asimismo porque carecen de garantías

hipotecarias, y esto asociado a que no tienen una visión ni conocen de cerca los esquemas de financiamiento de la banca comercial, banca de desarrollo y de algunas otras instituciones que pueden apoyarlas. Por tanto, no han tenido la oportunidad de contar con apoyos crediticios que estén a su alcance. Aunque la banca comercial tiene esquemas de financiamiento para MYPE, las empresas en estudio no califican porque las líneas de crédito son de montos mayores a los montos que requieren estas, otras veces porque no son clientes de la institución y otras más por no reunir todos los requisitos. Por tanto, no existe apoyo de parte de estas instituciones. Los fideicomisos como el FIDEAPO tienen la característica de ser más accesibles para estas empresas, aunque algunos como el FONAES son dirigidos a las comunidades en pobreza extrema y alta marginación para que constituyan empresas en solidaridad. NAFIN, por su parte, cuenta con programas de apoyo tanto financieros como de asesoría y capacitación para el trabajo, el inconveniente es que al ser banco de segundo piso remite con intermediarios financieros conocidos como “fiduciarios”, y éstos para poder evaluar la situación financiera de la empresa requieren los estados de situación financiera y garantías que las MYPE en estudio no pueden aportar. Las uniones de crédito y las cajas de ahorro son opciones viables para financiar a sus socios, y en un plazo un máximo de tres semanas resuelven el otorgamiento del crédito. El inconveniente que presentan es que debe existir un monto ahorrado o contar con cierto número de acciones. Las microfinancieras, como COMPARTAMOS, se han diseñado para atender los requerimientos de las MYPE, por tanto, son la opción más viable de la cual disponen por el momento las MYPE de Huajuapán y Chilapa. La ventaja que presentan es que no exigen al dueño de la empresa que presente los estados de situación financiera, a cambio de ello solicitan informes y ellos se encargan de su determinación

y sólo deben presentar los siguientes requisitos: Copia del comprobante de domicilio del negocio y de predial de sus bienes (en caso de no contar con propiedades se requiere de un aval), copia de factura de los bienes electrodomésticos, copia de la credencial de elector, comprobante de RFC, copias de compras y control de ventas (en caso de tenerlas). Con el caso práctico se confirma que no es fácil para las MYPE obtener apoyos financieros por parte de la banca comercial, menos aún si no se es cliente de la misma y si no se cuenta con garantías hipotecarias. NAFIN no puede financiar directamente a la rosticería Gladys, pero los fiduciarios (que generalmente son instituciones de la banca comercial) si pueden financiarla una vez que haya cumplido con los requisitos que exigen.

Palacios, J. (2014), realizó la investigación Titulada “Caracterización de capacitación y competitividad en las MYPE rubro ropa de bebés del mercado modelo de Piura, año 2013” utilizando un nivel de metodología de investigación no experimental y el tipo de investigación es descriptiva, La muestra poblacional estaba conformada por un total de 23 trabajadores de las MYPE S del sector rubro ropa de bebes en el sector Blas Atienza del mercado modelo de Piura, año 2013 y los microempresarios de las 09 MYPE . Llegando a las conclusiones: La capacitación que se brinda en las MYPE del rubro de ropa de bebés, no es planificada, se brinda anualmente, o cada vez que se contrata nuevo personal; donde se pudo concluir que los trabajadores son capacitados en su minoría con un 48% y en su mayoría carecen de capacitación con un 52%. Los medios de capacitación utilizados es la demostración y el ejemplo; a través de procesos de inducción; los cuales se realizan con una frecuencia en su mayoría de 64% anualmente, a través de charlas y cursos de atención al cliente, ventas, etc. Las MYPE

del rubro ropa de bebés cuentan con un promedio de 03 trabajadores (78%), cuentan con inventario suficiente (78%); además el 67% de las MYPE utilizan recursos financieros como capital de trabajo; y se preocupan por conocer el mercado; donde se determina que la fortaleza de la competencia en un 45% es el precio de los productos. En cuanto a las estrategias utilizadas, estas se basan en la calidad (89%) y el precio en un 45%; las cuales responde a la percepción de los clientes. Es importantes identificar en su stand de productos aquellos que le hagan ser más competitivo; priorizando la marca o el precio en su totalidad 100%.La percepción de los clientes en relación a la infraestructura de las tiendas es buena en un 50%; la calidad en un 40%; y el precio en un 42%; además el nivel de satisfacción de los clientes es del 74%.

Trujillo, M. (2009), realizó la investigación Titulada: “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del sector Industrial-rubro confecciones de ropa deportiva del distrito del Cercado de la provincia de Arequipa, periodo 2008- 2009”. Utilizo La metodología de investigación Cuantitativo y el Nivel de investigación Descriptivo, debido a que solo se ha limitado a escribir las principales características de las variables en estudio. La muestra Poblacional que tomó es de 20 microempresas que representa el 25% de la población. Llegando a las siguientes conclusiones : Respecto a los empresarios La edad de los representantes legales de las MYPE encuestadas que más predomina es la que fluctúa en el rango de 45 a 64 años con un 55 %. El 65% de los representantes legales encuestados son de sexo masculino. El 40% de los empresarios encuestados tienen el grado de instrucción Técnica Superior y la universitaria respectivamente. Respecto al financiamiento: El 75% de las MYPE encuestadas solicitó y obtuvo un crédito para

su negocio, El 55% de las MYPE encuestadas recibieron créditos financieros en el año 2008; en cambio en el año 2009 tuvo un ligero descenso a un 45% que recibieron crédito, El 100% de las MYPE encuestadas que; accedieron a un crédito financiero indicaron que les fue oportuno para su negocio. El 65% de las MYPE encuestadas manifestaron que solicitaron el crédito está de acuerdo y consideran el monto suficiente, el 10% indica que el monto desembolsado por las entidades financieras fue suficiente. El 100% de las MYPE encuestadas que obtuvieron un crédito financiero lo hicieron a través del sistema no bancario. En lo que respecta a las entidades no bancarias la que más destaca por la preferencia es la Caja Municipal de Arequipa con un 25%. La tasa de interés mensual que más predomina es la que oscila en el rango de 3 a 5%; un 15% desconoce la tasa de interés pagada. El 55% de las MYPE que recibieron crédito invirtieron dicho crédito en capital de trabajo, el 15% en activos fijos y un 5% en otros relacionados al giro del negocio. El 45% de los representantes legales de las MYPE encuestados dijeron que el microcrédito financiero sí contribuyó al mejoramiento de la rentabilidad de sus empresas, el 30% no respondieron por desconocimiento. El 20% de los representantes legales de las MYPE encuestadas dijeron que la rentabilidad de sus empresas se incrementó en 5%, el 25% indicó una rentabilidad de 10%, 15% y 20% respectivamente. Respecto a la capacitación: El 60% de los empresarios encuestados dijeron que no recibieron capacitación previa antes del otorgamiento de dicho crédito y el 15% dijeron que sí recibieron capacitación. El 70% de los empresarios encuestados que recibieron capacitación, lo hicieron en cursos de marketing empresarial 30%, manejo empresarial 15% , inversión del crédito financiero 5%. El 70% de encuestados que tuvieron capacitación opinó que si mejoró la competitividad de su negocio. Respecto a las MYPE , los empresarios y los

trabajadores: El 100% de los representantes legales de las MYPE encuestados dijeron tener más de 3 años en la actividad empresarial (rubro de confecciones ropa deportiva). El 70% de los empresarios dijeron que tienen de 1 a 3 trabajadores, el 30% dijeron que tienen de 4 a 8 trabajadores. El 85% de los empresarios encuestados tienen por objetivo el de generar ingresos para la familia, el 10% para maximizar ganancias y un 5% dar empleo a la familia. El 85% de los representantes legales de las MYPE encuestados dijeron que sus trabajadores no recibieron ningún curso de capacitación. El 15% de los representantes legales de las MYPE encuestados dijeron que sus trabajadores recibieron los cursos de capacitación en el año 2009. El 60% de los representantes legales de las MYPE encuestados dijeron que consideran que la capacitación de su personal es relevante para su empresa y el 40% dijeron que no es relevante. El 15% de los representantes legales de las MYPE encuestados que dijeron que sus trabajadores fueron capacitados lo hicieron, el 5% en prestación de mejor servicio al cliente y el 10% en otros servicios afines al negocio. El 90% de los representantes legales considera que la capacitación si mejora la rentabilidad de su empresas y el 10% dijeron que no. Respecto a la rentabilidad empresarial: El 50% de los representantes legales de las MYPE encuestadas dijeron que la rentabilidad de su empresa ha mejorado, el 30% indica que no y un 20% no opina. El 75% de los representantes legales de las MYPE encuestadas dijeron que la rentabilidad de sus empresas no ha disminuido, el 20% indicó que si disminuyo y el 5% se abstiene de opinar. El 75% de los representantes legales de las MYPE encuestadas opinan que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por el financiamiento obtenido, el 25% no opina ya que no obtuvo un financiamiento.

Solís, L. (2014), realizó la investigación titulada “caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios. Rubro bazar de ropas del distrito de carhuaz. Periodo 2013”, la metodología de investigación utilizado es de tipo cuantitativo y nivel descriptivo, en cuanto a la muestra poblacional está conformada por 05 MYPE S, las mismas que representan el 50%, de la población en estudio. Como investigadora ha llegado a las siguientes conclusiones: Respecto a la empresa El 60% de los representantes legales encuestados indicaron tener más de tres años en la actividad empresarial (rubro bazar de ropas), en tanto que el 60% aseguran ser una empresa formal. El 80% de ellos señalaron que tienen cuatro trabajadores permanentes. Respecto al financiamiento: El 100% de los representantes legales encuestados, manifiestan que no solicitaron ningún tipo de préstamo bancario, autofinanciándose con su propio capital. Respecto a la capacitación: El 100% de los representantes legales encuestados, indican que en el año 2013 si se capacitaron, y además, todos ellos precisan que la capacitación es una inversión. El 80% de los representantes legales encuestados, afirman que no se capacitó a su personal; y, el 60% revelan que cuando sus trabajadores son capacitados mejora la rentabilidad de la empresa. Respecto a la rentabilidad: El 60% de los representantes legales encuestados indican que en los dos últimos años ha mejorado la rentabilidad de su empresa. El 100% de los representantes legales encuestados, respondieron que la capacitación si es una inversión para la empresa.

Ancajima, I. (2013), realizó la investigación del tema titulado “caracterización del Financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas (MYPE) del sector comercio– rubro distribuidoras de ropa y calzado distrito de

Chulucanas, periodo 2011". La metodología de investigación utilizado en su investigación es de tipo cuantitativo y nivel descriptivo y utilizo una muestra poblacional de 05 MYPE de Distribución de ropa y de Calzado, la misma que se ha escogida en forma dirigida debido a que los gerentes y/o representantes legales de las MYPE en estudio no todos estaban dispuestos a proporcionar información, motivo por el cual no se ha determinado la muestra utilizando el maestro aleatorio simple. Llegando a las siguientes conclusiones: Respecto a las MYPE , los empresarios y los trabajadores: Sea Formal el camino de la responsabilidad social es cumplir con todas las regulaciones legales y el pago de impuestos. En Resumen, incluir buenas prácticas sociales le abrirá mayores oportunidades comerciales y sociales a su negocio Respecto al financiamiento: Se debe empezar a realizar estudios de conexión entre financiamiento y la rentabilidad empresarial. Así mismo, se deben hacer estudios especificativos para determinar las principales causas del reducido financiamiento que reciben las MYPE de Chulucanas. Respecto a la capacitación: Se pudo constatar que la capacitación de los Gerentes encuestados es regular, se deben programar eventos donde se capacite, informe y promueva las buenas prácticas entre sus empleados. Así mismo, se deberían empezar a Realizar estudios relacionados entre capacitación y rentabilidad empresarial. Se deberían realizar campañas para divulgar la importancia que tiene la capacitación a los trabajadores de las MYPE para su desarrollo, competitividad y rentabilidad. Así mismo se debería a empezar a realizar estudios explicativos para determinar las causas del por qué las MYPE no capacitan a sus trabajadores. Respecto a la rentabilidad: Se deben hacer estudios mucho más profundos y completos para establecer la relación entre financiamiento y capacitación

con la rentabilidad microempresaria; así como también determinar las causas de la baja o nula rentabilidad de las MYPE de la provincia de Chulucanas.

Hidalgo, J (2012), en su tesis “caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro compra venta prendas de vestir del distrito de Tacna periodo 2011-2012”, utilizo la metodología con un tipo de investigación descriptiva, con una muestra poblacional de 15 MYPE, dedicadas al sector comercio. Llego a la siguiente conclusión: Respecto de los empresarios Del 100% (15) de los representantes legales de la MYPE encuestadas, se encontró que el 93% (14) son adultos, un 7% (1) de jóvenes el 33% (5) son de sexo masculino, el 67% (10) de sexo femenino, el 13% (2) tienen instrucción primaria completa, el 60% (9) instrucción secundaria completa, el 20% (3) instrucción superior completa y el 7% (1) instrucción superior no universitaria completa. El 53% (8) son solteros, el 40% (6) casados y un 7% (1) convivientes. Un 27% (4) tienen una profesión y un 73% (11) son artesanos. Respecto a las características de las MYPE S Las principales características de las MYPE S del ámbito de estudios son: el 13% (2) se dedica al negocio un año y el 87% (13) lo hacen más de 3 años. El 100% (15) son formales y contribuyen pagando sus impuestos, un 7% (1) tienen un trabajador permanente, un 7% (1) dos trabajadores permanentes, un 7% (1) 3 trabajadores permanentes, el 79% (12) no tienen trabajadores. El 60% (9) no tienen trabajadores eventuales, el 40% (6) tienen trabajadores eventuales. El 100% (15) de las MYPE S encuestadas se formaron para obtener ganancias. Respecto del financiamiento Los empresarios encuestados manifestaron que respecto al financiamiento sus MYPE S tienen las siguientes características: El 33% (5) lo financia con fondos propios y un

67% (10) con financiamiento de terceros. Un 40% (6) obtuvo créditos de entidades bancarias, un 20% (3) lo obtuvo de entidades no bancarias, un 7% (1) lo obtuvo de usureros y un 33% (5) no recibió financiamiento. El 40% (6) lo obtuvo del Banco de Crédito del Perú, el 60% (9) no lo recibió del sistema financiero. El 40% (6) manifestó que las entidades bancarias otorgan mayores facilidades para la obtención de crédito, mientras que un 7% (1) manifestó que las entidades no bancarias, un 7% (1) dijo que los usureros, un 13% (2) no lo precisa, y un 33% (5) no lo recibió. En el año 2011 de las MYPE S encuestadas que solicitaron crédito, un 33% (5) no recibió, 60% (9) lo hizo solo una vez, mientras que un 7% (1) lo solicito dos veces. El 33% (5) no precisa que entidad financiera, un 40% (6) lo hizo al Banco 46 Crédito del Perú, un 13% (2) lo hizo al Scotia Bank, un 7% (1) a la Caja Municipal, y finalmente un 7% (1) lo hizo a Usureros. En el año 2011 de los que solicitaron crédito en un 33% (5) no precisa, un 67% (10) fue a corto plazo. En el año 2011 en lo referente a la tasa de interés en un 93% (14) no precisan porque no hay mayor comprensión en cálculos y un 7% (1) precisa que pudo ser entre 2.1 y 4% de interés mensual. En el año 2011 el 67% (10) responde que si fueron los montos que ellos solicitaron, y un 33% (5) no precisan. En el año 2012 un 40% (6) no solicitaron crédito, el 53% (8) de los encuestados solicito crédito una vez, mientras que un 7% (1) lo solicito tres veces. En el año 2012 un 40% (6) no precisa a que entidad financiera solicito crédito, un 40% (6) lo solicito al Banco de Crédito del Perú, el 7% (1) al Scotia Bank, un 7% (1) a la Caja Municipal, y un 6% (1) a usureros. En el año 2012 el crédito solicitado fue en un 60% (9) a corto plazo, y un 40% (6) no precisa. En el año 2012 el 100% (15) no precisa a que tasa de interés. En el año 2012 los créditos solicitados fueron por los montos solicitados el 60% (9) afirmo que si, un 40% (6) no precisa. En el año 2012 el monto solicitado fue de

S/.1,001.00 á S/.5,000.00 respondió un 60%.(9), y un 40% (6) no precisa. El crédito solicitado fue invertido en capital de trabajo respondió el 60% (9) y no precisa un 40% (6). Respecto de la capacitación Los empresarios de las MYPE S encuestadas manifestaron que recibieron capacitación para el otorgamiento del crédito financiero Un 7% (1), recibió capacitación para el otorgamiento del préstamo, un 27% (4) no precisa y un 66% (10) manifestó que no lo recibió. En lo referente a cuantos cursos de capacitación ha tenido en los últimos dos años, el 7% (1) lo tuvo una vez, un 93% (14) no recibió ningún curso. En el tipo de curso que participaron fue el de Inversión al crédito financiero en un 7% (1) y un 93% (14) no recibió. Respecto al personal de la empresa un 20% (3) no precisan si han recibido algún curso de capacitación, y un 80% (12) afirman que no. En lo referente a cuantos cursos de capacitación recibiste el 27% (4) no precisa y un 73% (11) afirmaron que no recibieron cursos de capacitación. Respecto al año en que recibió capacitación un 7% (1) lo recibió en el año 2011, y un 93% (14) no precisa. Un 73% (11) no precisa si la capacitación como empresario es una inversión, un 20% (3) dijo que si es una inversión y un 7% (1) dijo 47 que no es una inversión. Un 14% (14) no precisa si la capacitación como empresario es relevante para su empresa, y un 7% (1) considera que no es relevante para su empresa. Un 100% (15) no precisan en que temas se capacitaron sus trabajadores. Respecto a la rentabilidad En cuanto a rentabilidad un 60% (9) cree el crédito otorgado mejoro la rentabilidad de su empresa, un 33% (5) no precisan y 7% (1) dijo que no. Un 20% (3) cree que la capacitación mejora la rentabilidad de la empresa, mientras que un 80% (12) no precisa. En los dos últimos años cree que su rentabilidad a mejorado un 67% (10) manifestó que si ha mejorado su rentabilidad, un 20% (3) dice que no y un 13% (2) no precisa si ha mejorado su rentabilidad.

2.2 Bases Teóricas de la Investigación.

2.2.1 Financiamiento.

El financiamiento no es más que los recursos monetarios financieros necesarios para llevar a cabo una actividad económica, con la característica esencial que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios. Puede ser contratado dentro y fuera del país a través de créditos, empréstitos, de obligaciones derivadas de la suscripción o emisión de títulos de crédito o cualquier otro documento pagadero a plazo. Una buena administración financiera es un elemento vital para la planificación óptima de los recursos económicos en una empresa, y para poder hacer frente a todos los compromisos económicos presentes y futuros, ciertos e inciertos que le permitan a la empresa reducir sus riesgos e incrementar su rentabilidad.(Rojas,Y. , s.f).

A través de los financiamientos, se le brinda la posibilidad a las empresas, de mantener una economía estable y eficiente, así como también de seguir sus actividades comerciales; esto trae como consecuencia, otorgar un mayor aporte al sector económico al cual participan. (Giman & Zutter, 2012).

A partir de la que se analizaron los objetivos de gerentes en contraposición a los objetivos de los dueños (costos de agencias). Logran maximizar la tasa de crecimiento de la demanda (que maximiza la utilidad gerencial) y la tasa de crecimiento del capital (que maximiza la utilidad de los propietarios). (Modelo de Marris, 2005).

El financiamiento puede clasificarse de dos maneras:

Financiamiento Interno

Es aquel que proviene de los recursos propios de la empresa, como: aportaciones de los socios o propietarios, la creación de reservas de pasivo y de capital, es decir, retención de utilidades, la diferencia en tiempo entre la recepción de materiales y mercancías compradas y la fecha de pago de las mismas.

Financiamiento Externo

Es aquel que se genera cuando no es posible seguir trabajando con recursos propios, es decir cuando los fondos generados por las operaciones normales más las aportaciones de los propietarios de la empresa, son insuficientes para hacer frente a desembolsos exigidos para mantener el curso normal de la empresa, es necesario recurrir a terceros como: préstamos bancarios, factoraje financiero, etc.

Una de las principales formas de obtener financiamiento es el crédito, que no es más que el dinero que se recibe para hacer frente a una necesidad financiera y el que la entidad se compromete a pagar en un plazo de tiempo, a un precio determinado (interés), con o sin pagos parciales, y ofreciendo garantías de satisfacción de la entidad financiera que le aseguren el cobro del mismo. (Rojas, Y. , s.f).

Fuentes de Financiamiento

Cualquiera que sea el caso “los medios por los cuales las personas físicas o morales se hacen llegar recursos financieros en sus procesos de operación, creación o expansión, en lo interno o externo, a corto, mediano y largo plazo, se les conoce como fuentes de financiamiento”. (Hernández, 2002).

Para la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME) la obtención de financiamiento no ha sido una labor fácil, sin embargo, se puede tener accesos a diferentes fuentes de financiamiento y utilizar cada una de ellas, con base en las ventajas y desventajas de éstas como se observa. (Lerma, Martín, Castro, 2007).

Así mismo, en el Perú las MYPE S cuentan con diversas fuentes de financiamiento, las que son reguladas por la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS) como las que no son reguladas por la misma. Tal y como se presenta:

2.2.2. Capacitación.

La capacitación es toda acción organizada y evaluable que se desarrolla en una empresa para modificar, mejorar y ampliar los conocimientos, habilidades y actitudes del personal produciendo un cambio positivo en el desempeño de sus tareas. (Aquino y otros, 1997).

La capacitación está orientada a satisfacer las necesidades que las organizaciones como conocimientos, habilidades y actitudes en sus miembros, como parte de cambio, crecimiento y adaptación a cambios internas y externas. (Blake. 1997).

La capacitación es, potencialmente, un agente de cambio y de productividad en tanto sea capaz de ayudar a la gente a interpretar las necesidades del contexto y a adecuar la cultura, la estructura y la estrategia a esas necesidades. (Gore. 1998).

El término capacitación se utiliza con frecuencia de manera casual para referirse a la generalidad de los esfuerzos iniciados por una organización para impulsar el aprendizaje de sus miembros. Se orienta hacia la cuestiones de desempeño de corto plazo. (Bohlander y otros; 1999).

La capacitación consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador. La capacitación es la función educativa de una empresa u organización por la cual se satisfacen necesidades presentes y se prevén necesidades futuras respecto de la preparación y habilidad de los colaboradores. (Siliceo, 1996).

"La capacitación está orientada a satisfacer las necesidades que las organizaciones tienen de incorporar conocimientos, habilidades y actitudes en sus miembros, como parte de su natural proceso de cambio, crecimiento y adaptación a nuevas circunstancias internas y externas. . . . Compone uno de los campos más dinámicos de lo que en términos generales se ha llamado, educación no formal." (Blake, 1997).

"La capacitación es, potencialmente, un agente de cambio y de productividad en tanto sea capaz de ayudar a la gente a interpretar las necesidades del contexto y a adecuar la cultura, la estructura y la estrategia (en consecuencia el trabajo) a esas necesidades" (Gore, 1998).

"El término capacitación se utiliza con frecuencia de manera casual para referirse a la generalidad de los esfuerzos iniciados por una organización para impulsar el aprendizaje de sus miembros. Se orienta hacia la cuestiones de desempeño de corto plazo." (Bohlander. y otros; 1999).

La capacitación consiste en proporcionar a los empleados, nuevos o actuales, las habilidades necesarias para desempeñar su trabajo. La capacitación, por tanto, podría implicar mostrar a un operador de máquina cómo funciona su equipo, a un nuevo

vendedor cómo vender el producto de la empresa, o inclusive a un nuevo supervisor cómo entrevistar y evaluar a los empleados. (Dessler y Gary, 2009).

Indica que la capacitación es un proceso que posibilita ciertos conocimientos en la personas, tanto como en las organizaciones, es una herramienta que posibilita el aprendizaje y contribuye en el accionar del personal de la empresa. Sirve para obtener nuevos conocimientos para poder ofrecer un mejor servicio en la empresa u organización, puede ser capacitado por un superior de la empresa o una organización que se encuentra especializada en el tema. Entre ellos podemos ver los principios de investigación que son la participación, la responsabilidad, la actitud de investigación, el espíritu crítico, la gestión cooperativa y la capacidad para el aprendizaje y la evaluación. (Jaureguiberry, 2010).

Va dejando atrás la vigencia de esta teoría y nos dice que la importancia que se ha ganado la capacitación es clave para la sobrevivencia y desarrollo de las empresas, asimismo es un conjunto de actividades orientadas al mejoramientos del personal tanto en recursos humanos como en la logística, que da una amplia gama de conocimientos, aptitudes, y habilidades nuevas a los empleados para que puedan desarrollar de manera eficiente sus labores. (Emprende PYME, 2008).

Sostiene que la capacitación es el conjunto de medios que organiza de acuerdo a un plan, para lograr destreza, valores y conocimientos que permitan a la persona desarrollar trabajos o tareas específicas como por ejemplo:

Puede capacitarse a una persona que no es médico en que aprenda primeros auxilios o que pueda capacitarse a un médico cirujano en una técnica de quirúrgica en particular que hasta la fecha no haya practicado, en la actualidad es muy común que

los cursos de capacitación empresarial sirve para que los trabajadores puedan desarrollar las nuevas habilidades y conocimientos en su ambiente de trabajo. (Deconceptos.com , 2008).

Nos presenta las teorías de capacitación laboral. Describiendo que la capacitación proporcionada por el empleador en una de las teóricas desarrolladas en la economía laboral en las últimas décadas. Asimismo la teoría predominante es la teoría del capital humano que contiene varias variantes. (Chacaltana, 2005).

La teoría del capital humano, es una nueva concepción de desarrollo humano. Que en esencia considera que la formación e inversión, se realizan con el fin de incrementar la productividad y los ingresos, y que el agente económico (individuo) tome decisiones de seguir estudiando con el fin de obtener beneficios económicos en el futuro. (Gary, Stanley y Becker, 1964).

Asimismo, sostiene que la teoría de las inversiones en capital humano, establece en cuanto a las inversiones en capacitación de la mano de obra es la teoría del capital humano. Esta teoría explica aspectos de la vida de las personas, y que con el tiempo transcurrido ha tomado una evolución que se centra en las decisiones estratégicas entre empleadores y empleados al interior de las firmas.

Esta teoría demuestra la importancia de la inversión entre el empleador y los trabajadores, que a su vez lleva a generar mayor productividad de trabajo, pero para poder lograrlo se genera un costo de inversión en capital humano la cual producirá a su vez tasas de retornos. (Becker , 1964).

2.2.3. Rentabilidad:

La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o beneficio; por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera más ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gastos, un área o departamento de empresa es rentable cuando genera mayores ingresos que costos. (Markowitz, 2010).

La rentabilidad es el rendimiento de la inversión medido mediante las correspondientes ecuaciones de equivalencia financiera. Es por ello, que nos presenta dos teorías para el tratamiento de la rentabilidad.

La rentabilidad es lo que buscan los inversores al invertir sus ahorros en las empresas. La rentabilidad es, al menos una parte, de lo que busca el Management con sus decisiones directivas. La rentabilidad es la que miden los inversores al decidir si reinvierten sus ahorros en una determinada compañía, o si, por el contrario, retiran sus fondos. La rentabilidad es, probablemente, uno de los conceptos menos comprendidos por quienes lo utilizan a diario.

En el imaginario popular, un emprendimiento que logra producir ingresos mayores que sus costos, generando resultados positivos, se considera un emprendimiento rentable. (Ferruz , 2000).

La Rentabilidad en el Análisis Contable

La importancia del análisis de la rentabilidad viene determinada porque, aun partiendo de la multiplicidad de objetivos a que se enfrenta una empresa, basados unos en la rentabilidad o beneficio, otros en el crecimiento, la estabilidad e incluso

en el servicio a la colectividad, en todo análisis empresarial el centro de la discusión tiende a situarse en la polaridad entre rentabilidad y seguridad o solvencia.

La base del análisis económico- financiero se encuentra en la cuantificación del binomio rentabilidad-riesgo, que se presenta desde una triple funcionalidad:

Análisis de la rentabilidad.

La importancia del análisis de la rentabilidad viene determinada porque, aun partiendo de la multiplicidad de objetivos a que se enfrenta una empresa, basados unos en la rentabilidad o beneficio, otros en el crecimiento, la estabilidad e incluso en el servicio a la colectividad, en todo análisis empresarial el centro de la discusión tiende a situarse en la polaridad entre rentabilidad y seguridad o solvencia como variables fundamentales de toda actividad económica:

Análisis de la rentabilidad.

Análisis de la solvencia, capacidad de la empresa para satisfacer sus obligaciones financieras, consecuencia del endeudamiento, a su vencimiento.

Análisis de la estructura financiera de la empresa con la finalidad de comprobar su adecuación para mantener un desarrollo estable de la misma.

Es decir, los límites económicos de toda actividad empresarial son la rentabilidad y la seguridad, normalmente objetivos contrapuestos, ya que la rentabilidad, en cierto modo, es la retribución al riesgo y, consecuentemente, la inversión más segura no suele coincidir con la más rentable. Pues la obtención de rentabilidad es un requisito necesario para la continuidad de la empresa. (Sánchez, 2002).

Tipos de Rentabilidad:

Existen dos tipos de rentabilidad:

Rentabilidad Económica o del Activo:

La rentabilidad económica o del activo también se denomina ROA (Return on assets) y como denominación más usual ROI (Return on investments). Básicamente consiste en analizar la rentabilidad del activo independientemente de cómo está financiado el mismo, o dicho de otra forma, sin tener en cuenta la estructura del pasivo.

La forma más usual de definir el ROI es:

$$\text{RE} = \frac{\text{Resultado antes del Impuesto e Intereses}}{\text{Activo Total, Promedio.}}$$

¿Por qué se toma como resultado el beneficio antes de impuestos e intereses?

Como se ha comentado antes, si se trata de medir la rentabilidad del activo los resultados a considerar serán:

El beneficio después de impuestos: o resultado contable magnitud que se obtiene de la cuenta de pérdidas y ganancias y que es la parte que se destinará a los accionistas de la empresa, independientemente de que se reparta en forma de dividendos o se quede en la empresa en forma de reservas.

El impuesto sobre beneficios: que es la parte del beneficio generado por el activo y que será destinada al pago del impuesto sobre sociedades y que también se puede obtener de la cuenta de pérdidas y ganancias y, por último, La parte del

beneficio producido por el activo que está destinada a pagar los gastos financieros producidos por los fondos ajenos del pasivo. (Sánchez,2002).

Rentabilidad Financiera o de los Fondos Propios:

La rentabilidad financiera, de los fondos propios o ROE (Return on equity) se define a través de la siguiente expresión:

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

Recordemos que el beneficio después de impuestos es el resultado del ejercicio que figura en las cuentas anuales como Pérdidas y Ganancias.

El ROE trata de medir la rentabilidad que obtienen los dueños de la empresa, es decir, la rentabilidad del capital que han invertido directamente capital social y de las reservas, que en definitiva son beneficios retenidos y que por tanto corresponden a los propietarios.

Como en caso del ROI, si ha existido durante el ejercicio variación de los fondos propios de una manera significativa deberíamos tomar datos medios siempre que se pueda acceder a los mismos, ya que si nuestra posición es la de un analista externo, como es lógico, será más difícil la obtención de los datos intermedios.

También es necesario mencionar, que en este análisis a veces se incluyen como fondos propios una parte del resultado del ejercicio considerando que su generación

se produce de una forma regular a lo largo del ejercicio. Este tipo de cuestiones, le dan al análisis pequeñas diferencias de matiz que carecen de importancia, ya lo que verdaderamente relevante es que exista una uniformidad de criterio en la metodología de trabajo utilizada y, que si se comparan diferentes empresas o sectores los baremos usados sean de un patrón similar. (Sánchez, 2002).

2.2.4. MYPE

El nacimiento de una cultura emprendedora que se caracteriza por “la capacidad de ver oportunidades y aprovecharlas” Permite dar paso a una alternativa correcta de negocio con la finalidad de obtener bienes o prestar servicios, que genere ingresos, para poder solventar gastos tanto personales como familiares; pero sobre todo para fortalecer el ámbito empresarial de un país, es de ahí que diversos autores parten con el significado de una MYPE . (Pro Inversión, 2007).

Una MYPE es una pequeña unidad de producción, comercio o prestación de servicios. Representando en el Perú más del 99,3 % del empresariado nacional, generando en un 62% empleos ocupados. Para ser más exacto, según la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa (Ley 28015), una MYPE es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Pro Inversión ,2007).

Las MYPE S son un importante centro de atención para la economía, que busca responder a muchas necesidades insatisfechas de los sectores más pobres de la población, especialmente para el sector financiero, debido a que genera oportunidades

de empleo e ingresos a la población y dinamiza la economía local. De acuerdo a las estadísticas de América Latina, las MYPE S fluctúan entre el 95% a 98% de la economía constituida por el desarrollo de las micro y pequeñas empresas (MYPE S), contribuyendo al 42% de la producción nacional y al 88% del empleo privado; las MYPE de acuerdo a la experiencia internacional poseen la capacidad de convertirse en el motor del desarrollo empresarial, descentralizado y flexible, teniendo mayor presencia en las actividades de confecciones, artesanía, turismo, establecimiento de salones de belleza y otros.

Las microempresas, están localizadas en áreas tanto urbanas como rurales, y se caracterizan por ser actividades económicas a pequeña escala que operan en diversos sectores. Su nivel tecnológico generalmente es bajo, y la carencia de recursos no permite muchas inversiones ya que los microempresarios no tienen acceso a recursos financieros porque el sistema bancario formal no los reconoce como sujetos económicos. (Foschiatto y Stumpo, 2006).

En particular, una pequeña empresa es un establecimiento que requiere poca inversión, mínima organización, y posee una gran flexibilidad para adaptarse a los cambios del entorno; en general, los éxitos de una pequeña empresa que está organizada corporativamente, generarán movimientos económicos importantes en la clase empresarial de su país. (Hinojosa, 2012).

Características de las MYPE S

Según SUNAT y el Ministerio de Trabajo de acuerdo a las últimas normas legales, las MYPE S deben reunir las siguientes características:

El número de trabajadores:

La microempresa tiene de 1 a 10 trabajadores.

La pequeña empresa tiene de 1 hasta 100 trabajadores.

Niveles de ventas anuales:

La microempresa: opera hasta por un monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT)

La pequeña empresa: opera hasta el monto máximo de 1,700 UIT.

Entre las características comerciales y administrativas de las MYPE S destacan las siguientes:

Su administración es independiente. Por lo general son dirigidas y operadas por sus propios dueños.

Su área de operación es relativamente pequeña, sobre todo local.

Tienen escasa especialización en el trabajo.

No suelen utilizar técnicas de gestión.

Emplean aproximadamente entre cinco y diez personas.

Dependen en gran medida de la mano de obra familiar.

Su actividad no es intensiva en capital pero sí en mano de obra. Sin embargo, no cuentan con mucha mano de obra fija o estable.

Disponen de limitados recursos financieros.

Tienen un acceso reducido a la tecnología.

Por lo general no separan las finanzas del hogar y las de los negocios.

(Pro Inversión y ESAN , 2007).

Tienen un acceso limitado al sector financiero formal, sobre todo debido a su informalidad. Así también diversos autores destacan que hay elementos característicos exitosos de las MYPE S y lo destaca de esta forma la investigación.

Poseen una intuitiva percepción de las necesidades de los clientes, lo que implica que están enfocados en el mercado y, dado su tamaño, tienen flexibilidad para adaptarse a las nuevas circunstancias rápidamente.

Tienen la capacidad de identificar y aprovechar oportunidades, aún de experiencias negativas o limitaciones que les impida continuar con la normalidad.

Destaca su creatividad y desarrollo gradual de habilidades personales que les permite diseñar soluciones de negocios que corresponden a su disponibilidad efectiva de recursos.

Llevan un trabajo duro y persistente, dedicando en muchos casos cerca de 15 horas diarias al negocio y no dejarse vencer por los problemas.

Buscan apoyo de grupos de referencia, especialmente de familiares más cercanos, durante el inicio o las crisis del negocio. (Pro Inversión, 2007).

Clasificación de MYPE S por actividad económica

Las MYPE S, desarrollan diversas actividades económicas, de las que obtienen productos, bienes o servicios, con el fin de atender las necesidades de las personas y de la sociedad en general, convirtiéndose en una fuente generadora de ingresos.

Según el Consejo Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa – CODEMYPE , las actividades económicas detalladas en la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU) son las actividades aceptadas y definidas por la División de Estadísticas de la Organización de las Naciones Unidas.

2.3 Marco Conceptual

Financiamiento

Es el **acto mediante el cual una organización se dota de dinero**. La adquisición de bienes o servicios es fundamental a la hora de emprender una actividad económica, por lo que el financiamiento **es un paso insoslayable a la hora de considerar un emprendimiento de cualquier tipo**. Incluso es común que deba procurarse más financiación una vez que la empresa ya está en actividad, sobre todo si esta quiere **expandirse**. El tipo de financiación a escoger variará en función de la clase de proyecto de que se trate, de la urgencia en la puesta en práctica y del tiempo en el que se pretenda obtener la utilidad, entre otros factores. (Tipos De.Org , 2012).

Capacitación

Es una actividad sistemática, planificada y permanente cuyo propósito general es preparar, desarrollar e integrar a los recursos humanos al proceso productivo, mediante la entrega de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes necesarias para el mejor desempeño de todos los trabajadores en sus actuales y futuros cargos y adaptarlos a las exigencias cambiantes del entorno.

La capacitación se refiere a los métodos que se usan para proporcionar a las personas dentro de la empresa las habilidades que necesitan para realizar su trabajo, esta abarca desde pequeños cursos sobre terminología hasta cursos que le permitan al usuario entender el funcionamiento del sistema nuevo, ya sea teórico o a base de prácticas o mejor aún, combinando los dos.

Es una estrategia empresarial importante que debe acompañar a los demás esfuerzos de cambio que las organizaciones lleven adelante. (Martínez, 2009).

Rentabilidad

La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o beneficio; por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera más ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gastos, un área o departamento de empresa es rentable cuando genera mayores ingresos que costos.

Pero una definición más precisa de la rentabilidad es la de que la rentabilidad es un índice que mide la relación entre utilidades o beneficios, y la inversión o los recursos que se utilizaron para obtenerlos.

Para hallar esta rentabilidad, simplemente debemos determinar la tasa de variación o crecimiento que ha tenido el monto inicial (inversión), al convertirse en el monto final (utilidades). (Herrera G, Limón E, Suárez, Soto M., Ibáñez y García A. 2008).

MYPE

Es una unidad económica que opera una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que desarrolla actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios, que se encuentra regulada en el TUO (TEXTO UNICO ORDENADO), de la Ley de Competitividad, Formalización y desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente (Dec. Leg. N° 1086). Aspilcueta J.(s.f)

Moda

Es el arte del vestido, de la confección de prendas sobre la base de parámetros funcionales y estilísticos, tanto en ropa como accesorios sombreros, guantes, cinturones, bolsos, zapatos , gafas. (Wikipedia ,2016).

Vestido

Es una necesidad básica para el ser humano, para protegerse del frío y de las inclemencias del tiempo. (Wikipedia ,2016).

Ropa :

Se refiere a las prendas fabricadas con diversas telas o pieles y texturas de animales, usadas por el ser humano para cubrir su cuerpo, incluyendo la ropa de agua y otra para protegerse del clima adverso. Las prendas pueden ser visibles o no, como en el caso de la ropa interior. En su sentido más amplio, la ropa incluye también algunos otros accesorios como los guantes que cubren las manos y el calzado (zapatos, botas y zapatillas) que se encargan de cubrir los pies, los gorros, gorras y sombreros que se ocupan de cubrir la cabeza. En cambio, objetos como los bolsos y paraguas no se consideran prendas de vestir, sino complementos de algunas prendas de vestir. (Wikipedia ,2016).

Prenda de vestir

Son prendas fabricadas con diversos materiales, usada para vestirse y protegerse del clima adverso. Los atuendos pueden ser visibles o no, como en el caso de la ropa interior. En su sentido más amplio, la vestimenta incluye también a los guantes que cubren las manos, al calzado (zapatos, zapatillas y botas) que cubre

los pies, y a los gorros, gorras y sombreros que se ocupan de cubrir la cabeza. Los objetos como bolsos y paraguas se consideran complementos más que prendas de vestir. (Ocampo, 2014).

Consumo de Marcas y Moda.

Se refiere a dos conceptos que van de la mano ya que al elegir algún tipo de prenda no solo compramos la ropa si no también el prestigio que lleva consigo la marca ,hecha por algún diseñador Sumado a lo dicho, es innegable el hecho de que sin importar la clase social a la que se pertenezca, al adquirir ropa se están adquiriendo al mismo tiempo marcas.

Son estas marcas las que hacen que nos sintamos identificados con la ropa que usamos, ya que con ayuda del marketing y la publicidad, nos llaman, crean en nosotros la necesidad de adquisición, el deseo de compra, el cual trae como consecuencia final el consumo, y una vez que se les posee viene consigo la confianza y la seguridad que sólo una prenda de moda puede otorgar. (Córdova, 2006).

Cambios de Moda

Cambios en la moda (desde un punto de vista de la sociedad).

Aquí mostraremos una postura clave de Margarita n su informe de investigación:

La clase media que asciende es la más consciente de la moda. Quienes pertenecen con seguridad a la clase alta pueden darse el lujo de mostrar poco interés en la moda y vestirse algunas veces como si la ropa fuese sólo para cubrirse de la lluvia. Las modas no siempre se originan entre la clase privilegiada y se difunden hacia abajo, sino que pueden originarse en cualquier clase. Las modas se extienden cuando las personas

que desean modernizarse hacen sus elecciones colectivas entre muchos modelos que compiten.

La moda puede incluir casi cualquier aspecto de la vida de grupo; los modales, las artes, la literatura, la filosofía etc. Es más frecuente que aparezca en la ropa y en los adornos. Las modas no son completamente triviales o caprichosas, porque reflejan los intereses y valores dominantes de una sociedad en una época determinada (Lara ,2007).

El comercio electrónico

Es el medio por donde gran cantidad de empresarios han descubierto las posibilidades de la internet como medio de contacto con sus clientes, dando vida a una nueva manera de intercambio. Este tiene como principal característica, la utilización de la internet como canal de distribución de productos y servicios (Kotler y Armstrong, 2003, Pág. 82).

Fuentes de financiamiento formal

En base a las investigaciones de las fuentes de financiamiento formal son aquellas entidades especializadas en el otorgamiento de créditos y supervisadas directamente o indirectamente por la SBS. Tales como:

Comerciantes

Son quizá la fuente más extendida de créditos informales. Entre ellos destacan las tiendas o bodegas locales, los compradores de productos finales y los proveedores de insumos. Muchas veces estos préstamos se dan bajo la modalidad de contratos interrelacionados. (Alvarado, Portocarrero y Trivelli, 2001).

Manufactureras:

Son las que se dedican a adquirir materia prima para someterla a un proceso de transformación, al final del cual se obtendrá un producto con características y naturalezas diferentes a las originales. Por ejemplo: empresas de productos alimenticios, de vestido, de papel, maquinaria pesada, productos químicos, etc.

Este sector, representa un 10,3% de las MYPE S en el Perú, siendo aproximadamente 122,344 empresas, el mismo que agrupa actividades económicas que transforman la materia prima e insumo, en la generación de bienes orientados al consumo humano (bienes finales) o al consumo de la industria (bienes intermedios). (CODEMYPE , 2010).

Empresas de Comercio

Son el tipo de empresas que se dedican a adquirir cierta clase de bienes o productos, con el objetivo de venderlos posteriormente en el mismo estado físico en que fueron adquiridos, aumentando el precio de costo o adquisición, un porcentaje denominado margen de utilidad. (Bernabé, 2012).

Según la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU), el 47,2% de las MYPE S a nivel nacional desarrollan actividades de comercio. (CODEMYPE , 2010)

Este tipo de empresas son intermediarias entre el productor-consumidor y pueden clasificarse en:

Mayoristas:

Aquellas que realizan ventas a gran escala o a empresas minoristas que, a su vez, distribuyen el producto al mercado de consumo. Las ventas al por mayor aportan el

23,8% de las empresas de comercio a nivel nacional.

Minoristas o detallistas:

Aquellas que venden productos al menudeo, o en pequeña cantidad directamente al consumidor.

Las mismas que representan el 68,7% de las empresas de comercio a nivel nacional. (CODEMYPE , 2010).

Comisionistas:

Son aquellas que se dedican a vender artículos de los fabricantes, quienes les dan mercancía a consignación, percibiendo por ello una comisión.

En estas podemos encontrar a las MYPE S que se dedican al mantenimiento y reparación de vehículos que tienen una participación del 7,5% de las mismas. (CODEMYPE , 2010).

Línea de Crédito:

La Línea de Crédito significa dinero siempre disponible en el banco, durante un período convenido de antemano. (Bernabé, 2012).

Apalancamiento

La relación entre ambos tipos de rentabilidad vendrá definida por el concepto conocido como apalancamiento financiero, que, bajo el supuesto de una estructura financiera en la que existen capitales ajenos, actuará como amplificador de la rentabilidad financiera respecto a la económica siempre que esta última sea superior al coste medio de la deuda, y como reductor en caso contrario. (Ramón, 1988).

Comercialización

La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales. (Rivadeneira ,2012).

III. METODOLOGÍA

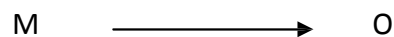
Señala que es un instrumento de dirección “guía” con un conjunto de pautas, bajo las cuales se realiza una investigación. En mérito de ello el término diseño de investigación se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea. (Hernández, 2003).

La búsqueda de conocimientos y verdades que permitan describir, explicar, generalizar y predecir los fenómenos que se producen en la naturaleza y en la sociedad. Es una fase especializada de la metodología científica. (Zorrilla & Torres, 1993).

3.1. Diseño de la investigación.

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental-descriptivo. No experimental, porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables. Descriptivo, porque solo se describió las partes más relevantes de las variables en estudio.

La investigación se realizará con el diseño descriptivo, con el propósito de describir las variables y ser analizadas con su incidencia en su contexto dado.



Donde decimos que:

M = Muestra conformada por las siguientes MYPE encuestadas.

O = Observaciones de las variables nombradas: financiamiento, capacitación y rentabilidad.

3.2. Población y Muestra

3.2.1. Área Geográfica del Estudio

La provincia de Leoncio Prado es una provincia del centro-norte del Perú situada en el norte de la Región Huánuco, bajo la administración del Gobierno regional de Huánuco. Limita por el norte con la Región de San Martín; por el este con la Región de Ucayali; por el sur con la provincia de Puerto Inca, la provincia de Pachitea y la provincia de Huánuco; y, al oeste con las provincias de Marañón, Huacaybamba, Huamalés y Dos de Mayo.

La provincia se divide en siete distritos, incluyendo el distrito de Castillo Grande (residentemente distritalizado).

Población

Según la información recopilada es de un promedio de 20 MYPE formales dentro del sector comercio dedicadas al rubro de venta de prendas de vestir en la Provincia de Leoncio Prado, en el periodo 2016.

Muestra

En este estudio de investigación utilizaremos una muestra de 12 MYPE del sector Comercio dedicadas al rubro de Venta de prendas de vestir en la Provincia de Leoncio Prado, en el periodo 2016. Con selección sistemática, es decir un subgrupo de la población en el que todos los elementos de esta tienen la misma posibilidad de ser elegidos, o seleccionados al azar.

3.2.2. Criterios de inclusión

Se Tomó en Consideración a Todas MYPE del sector Comercio dedicadas al rubro Venta de prendas de vestir en la Provincia de Leoncio Prado, en el periodo 2016,

que cuyos establecimientos comerciales están ubicados en la zona urbana de la provincia de Leoncio prado.

3.2.3. Criterios de exclusión

No se ha tomado en consideración a las MYPE del sector Comercio dedicadas al rubro de Venta de prendas de vestir en la Provincia de Leoncio Prado, en el periodo 2016, que cuyos establecimientos comerciales están ubicados en la zona Rural de la provincia de Leoncio prado.

3.2.4. Definición y operacionalización de las variables

Definición de variables

Financiamiento:

El financiamiento no es más que los recursos monetarios financieros necesarios para llevar a cabo una actividad económica, con la característica esencial que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios. Puede ser contratado dentro y fuera del país a través de créditos, empréstitos, de obligaciones derivadas de la suscripción o emisión de títulos de crédito o cualquier otro documento pagadero a plazo. Una buena administración financiera es un elemento vital para la planificación óptima de los recursos económicos en una empresa, y para poder hacer frente a todos los compromisos económicos presentes y futuros, ciertos e inciertos que le permitan a la empresa reducir sus riesgos e incrementar su rentabilidad.(Rojas,Y. , s.f).

Capacitación:

La capacitación consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador. La capacitación es la función educativa de

una empresa u organización por la cual se satisfacen necesidades presentes y se prevén necesidades futuras respecto de la preparación y habilidad de los colaboradores. (Siliceo, 1996).

Rentabilidad

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

TABLA 01. Operacionalización de las variables

Variable Complementaria	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Perfil de los propietarios y/o gerentes de las MYPE	Son algunas características de los propietarios y/o gerentes de las MYPE	Edad	Razón: Años
		Sexo	Nominal: Masculino/Femenino
		Grado de instrucción	Nominal: Sin instrucción Primaria Secundaria Instituto Universidad
Variable Complementaria	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Perfil de las MYPE	Son algunas características de las MYPE	Antigüedad de las MYPE	Razón Un año Dos años Tres años Más de tres años
		Número de trabajadores	Razón: 01 06 15 16 – 20 Más de 20
		El personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?	Razón: Uno Dos Tres Más de cuatro
		Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó usted?	Nominal: Gestión empresarial Manejo eficiente del crédito Gestión Financiera Prestación de mejor servicio al cliente, Otros
Variable principal	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Financiamiento en las MYPE.	Son algunas características relacionadas con el financiamiento de las MYPE.	Cuál es el tipo de financiamiento de su MYPE	Nominal: Propio/ Ajeno
		Solicitó crédito para su negocio	Nominal: Sí / No
		Cuál fue el tipo de crédito que obtuvo	Normal: Créditos de Consumo Crédito comerciales Crédito hipotecario, otros
		De qué instituciones financieras ha obtenido el crédito	Normal: Edipyme Confianza, CrediScotia, Bco. Crédito Usureros,cajas municipales
		En qué fue invertido el crédito financiero que Usted obtuvo	Normal: Capital de trabajo Mejoramiento y/o ampliación del local. Activos fijos, Programa de capacitación, Otros.

Variable principal	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Capacitación en la MYPE.	Son algunas características relacionadas a la Capacitación del personal en las MYPE.	Recibió Usted capacitación previa antes del otorgamiento del crédito	Nominal: Sí/No
		Cuántos cursos de capacitación ha tenido Usted en los últimos dos años	Ordinal: Uno, Dos, Tres, Más de tres.
		Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó Ud.?	Nominal: Inversión del crédito, Inversión del crédito financiero, Manejo empresarial, Administración de recursos humanos, Marketing empresarial, otros.
Variable complementaria	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Rentabilidad en las MYPE	Son algunas características relacionadas a la Rentabilidad en las MYPE	Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los dos últimos años	Nominal: Sí/No
		Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por el financiamiento Recibido.	Nominal: Sí/No
		Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por la capacitación recibida por Ud.	Nominal: Sí/ No
		Cree usted que la capacitación recibida es una inversión o un gasto	Nominal: Sí / No

3.3. Técnicas e Instrumentos

La Observación: Para el desarrollo del presente trabajo se hará uso de información primaria como: encuestas, informes orales, y así como información secundaria como: Censos, informes estadísticos, archivos, anuarios, reportes y publicaciones vía Internet y otros documentos que tengan relación con nuestra investigación.

La Entrevista: Se aplica la entrevista preparada con las preguntas respectivas que se formularan a los propietarios y/o representantes de los Hoteles de la provincia de Leoncio Prado.

La Encuesta: Se elaborara el cuestionario en función de las variables de la investigación, con la finalidad de obtener datos positivos que nos servirán como herramienta referencial para la contratación de las hipótesis.

3.4. Plan de Análisis de datos

La ejecución del procesamiento y almacenamiento del análisis de datos se realizó a través del programa informático Microsoft Excel, para la posterior creación de la base de datos, los respectivos gráficos, desarrollando el análisis de los datos obtenidos complementado con el uso de bibliografía, y así generar un mayor sustento a los resultados.

Tabla 2. Matriz de Consistencia de la Investigación.

CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO, LA CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO RUBRO VENTA DE PRENDAS DE VESTIR EN LA PROVINCIA DE LEONCIO PRADO, PERIODO 2016.

PROBLEMA			OBJETIVOS	
¿Cuáles son las características del Financiamiento, la capacitación y la rentabilidad en las MYPE del sector comercio rubro venta de prendas de vestir en la provincia de Leoncio Prado, año 2016?			GENERAL: Determinar las características del financiamiento, la capacitación y la Rentabilidad en las MYPE del sector comercio rubro venta de prendas de vestir en la provincia de Leoncio Prado, año 2016	
			ESPECIFICOS: Describir las características del Perfil de los representantes legales de las MYPE; Describir las características de la MYPE en estudio; Describir las características del Financiamiento de las MYPE en estudio; Describir las características de la capacitación de las MYPE en estudio; Describir las características de la rentabilidad de las MYPE en estudio.	
VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADORES	METODOLOGÍA	INSTRUMENTOS
INDEPENDIENTE: Financiamiento de la MYPE del sector comercio rubro venta de prendas de vestir en la provincia de Leoncio Prado, año 2016?	Mejoramiento continuo del financiamiento empresarial. Importancia para el país, la inversión de las MYPE.	Nivel de Importancia del financiamiento del sector comercio rubro venta de prendas de vestir en la provincia de Leoncio Prado, año 2016?	NIVEL DE LA INVESTIGACION: La investigación que proponemos es Descriptiva TIPO DE LA INVESTIGACIÓN: Cuantitativa, no experimental.	ENCUESTA: + Cuestionario + Lista de cotejo
INDEPENDIENTE: Capacitación de los representantes de las MYPE del sector comercio rubro venta de prendas de vestir en la provincia de Leoncio Prado, año 2016?	Satisfacción de los Miembros de las MYPE por la generación de alta calidad de preparación de los trabajadores a través de las capacitaciones	Grado de Capacitación del personal del sector comercio rubro venta de prendas de vestir en la provincia de Leoncio Prado, año 2016?	UNIVERSO Y MUESTRA: Universo: Microempresas de la provincia de Leoncio Prado Total de Microempresas: 24 unidades Muestra: 12 unidades	EL CUESTIONARIO COMPRENDE LAS SIGUIENTES ÁREAS + Datos de identificación del encuestado + Nombre de la Empresa + Pregunta sobre las veces de capacitación + Pregunta sobre los cursos de capacitación
DEPENDIENTE Rentabilidad de las MYPE del sector servicio rubro venta de prendas de vestir en la provincia de Leoncio Prado, año 2016?	Rentabilidad empresarial en la Provincia de Leoncio Prado, periodo 2016.	Grado de rentabilidad empresarial del sector comercio rubro venta de prendas de vestir en la provincia de Leoncio Prado, año 2016?	TÉCNICAS UTILIZADAS: +Análisis documental + Aplicación de Encuestas	CUESTIONARIO COMPRENDE LAS SIGUIENTES ÁREAS: + preguntas sobre la rentabilidad
DEPENDIENTE: Desarrollo del sector comercio rubro venta de prendas de vestir en la provincia de Leoncio Prado, año 2016?	Incremento de MYPE del sector comercio rubro venta de prendas de vestir en la provincia de Leoncio Prado.	Grado de desarrollo de la MYPE del sector comercio rubro venta de prendas de vestir en la provincia de Leoncio Prado, año 2016? .	+Análisis documental +Aplicación de cuestionario +Entrevistas con microempresarios	Filmación del Tesista con los microempresarios de la provincia de Leoncio Prado.

V. RESULTADOS

4.1 Resultados

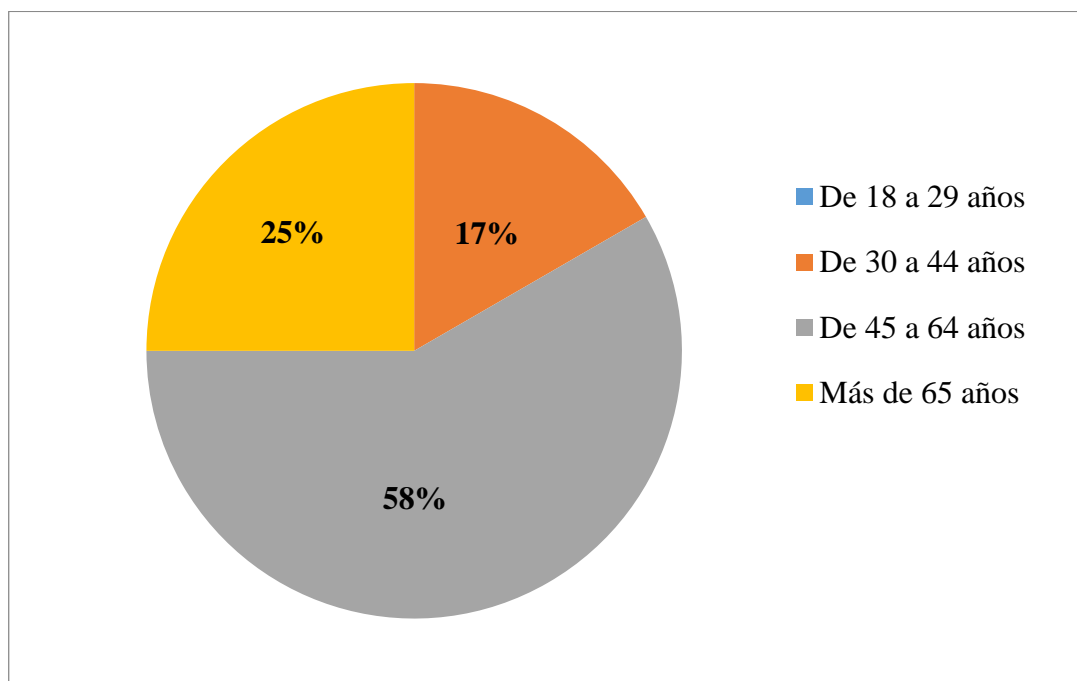
Respecto al Perfil de los empresarios

Tabla 3 . ¿Edad de los representantes legales de la MYPE ?

Edad (años)	Frecuencia	Porcentaje
De 18 a 29 años	0	0.0
De 30 a 44 años	2	16.7
De 45 a 64 años	7	58.3
Más de 65 años	3	25.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE , 2016.

Gráfico 1. Edad de los representantes legales de la MYPE .



Fuente: Tabla 3

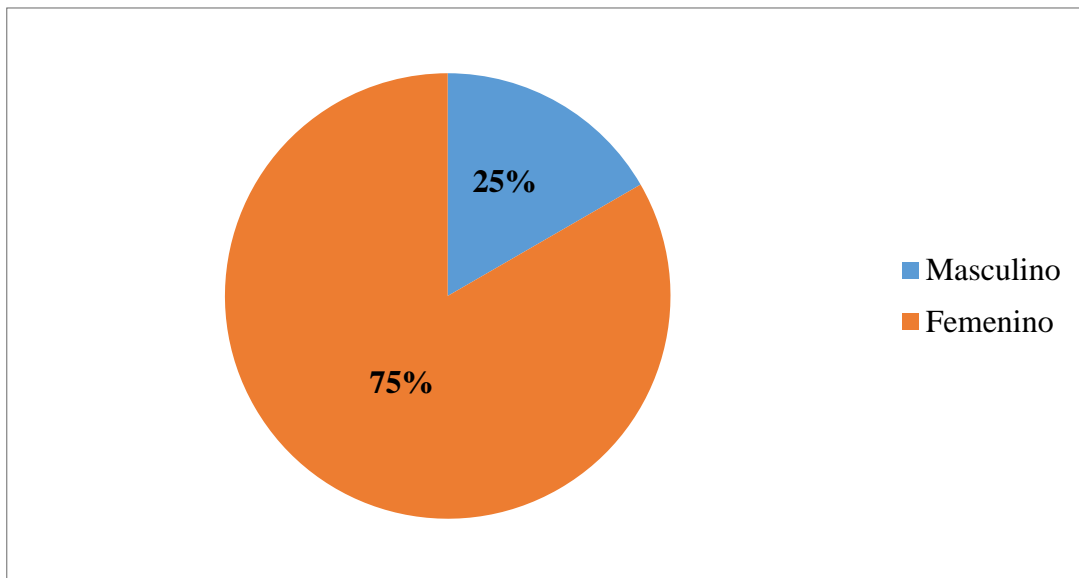
Del 100% de la muestra, se obtuvo que, el 58 % de los representantes de las MYPE tienen entre 45 a 64 años de edad y el 17 % de 30 a 44 años de edad; un 25% está entre los más de 65 años de edad.

Tabla 4. ¿Género de los representantes legales de la MYPE ?

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	3	25.0
Femenino	9	75.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de la MYPE ,2016.

Gráfico 2. Género de los representantes legales de la MYPE .



Fuente: Tabla 4

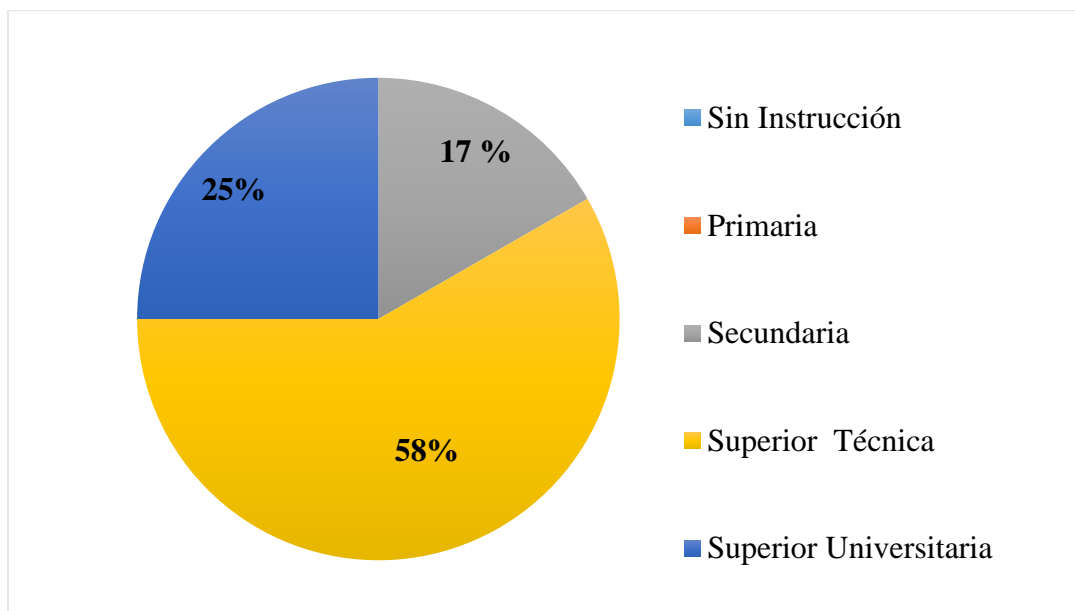
Del 100% de la muestra, se obtuvo que, el 75 % de los representantes de la MYPE son de género femenino y el 25 % son del género Masculino.

Tabla 5 ¿Grado de instrucción de los representantes legales de la MYPE ?

Grado de Instrucción	Frecuencia	Porcentaje
Sin instrucción	0	0.0
Primaria	0	0.0
Secundaria	2	16.7
Superior Técnica	7	58.3
Superior Universitaria	3	25.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de la MYPE , 2016.

Gráfico 3. ¿Grado de Instrucción de los representantes legales de la MYPE ?



Fuente: Tabla 5

Del 100% de la muestra, se obtuvo que, el 58 % de los representantes de las MYPE tienen estudios superior técnica y el 25 % estudio Universitaria y un 16% estudio secundaria.

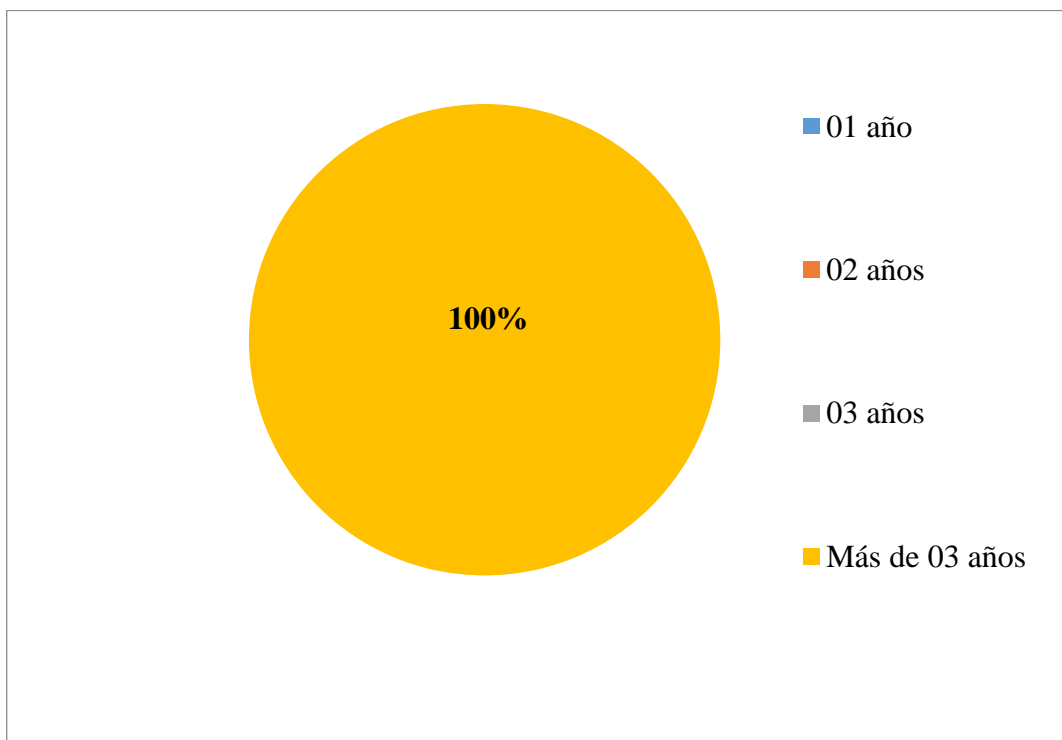
Respecto al Perfil de la MYPE

Tabla 6. ¿Hace cuánto se dedica a esta actividad empresarial?

Tiempo del negocio	Frecuencia	Porcentaje
01 año	0	0.0
02 años	0	0.0
03 años	0	0.0
Más de 03 años	12	100.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de la MYPE , 2016.

Gráfico 4. ¿Hace cuánto se dedica a esta actividad empresarial?



Fuente: Tabla 6

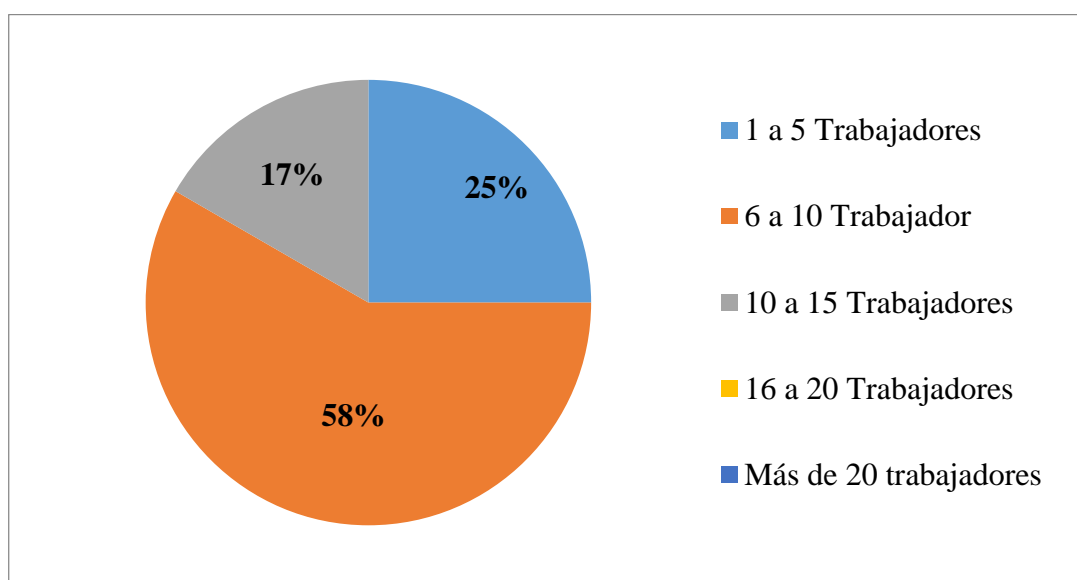
Del 100% de la muestra, se obtuvo que, el 100 % de los representantes de la MYPE tienen más de tres años dedicándose a esta actividad empresarial.

Tabla 7 ¿Con cuanto personal cuenta su empresa?

N° de trabajadores	Frecuencia	Porcentaje
1 a 5 Trabajadores	3	25.0
6 a 10 Trabajador	7	58.3
10 a 15 Trabajadores	2	16.7
16 a 20 Trabajadores	0	0.0
Más de 20 trabajadores	0	0.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE , 2016.

Gráfico 5. ¿Con cuanto personal cuenta su empresa?



Fuente: Tabla 7

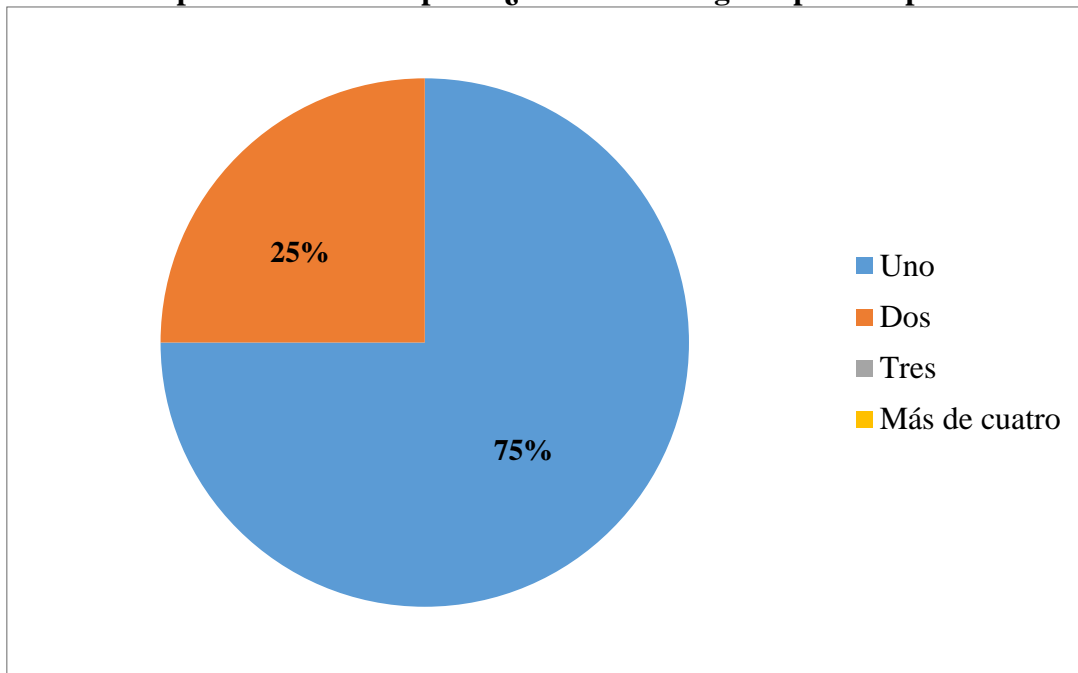
Del 100% de la muestra, se obtuvo que, el 58 % de los representantes de la MYPE tienen de 6 a 10 trabajadores, el 17% tienen de 10 a 15 trabajadores, el 25 % tienen de 1 a 5 trabajadores.

Tabla 8 . El personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?

Capacitación	Frecuencia	Porcentaje
Uno	9	75.0
Dos	3	25.0
Tres	0	0.0
Más de Cuatro	0	0.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE , 2016.

Gráfico 6. El personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?



Fuente: Tabla 8

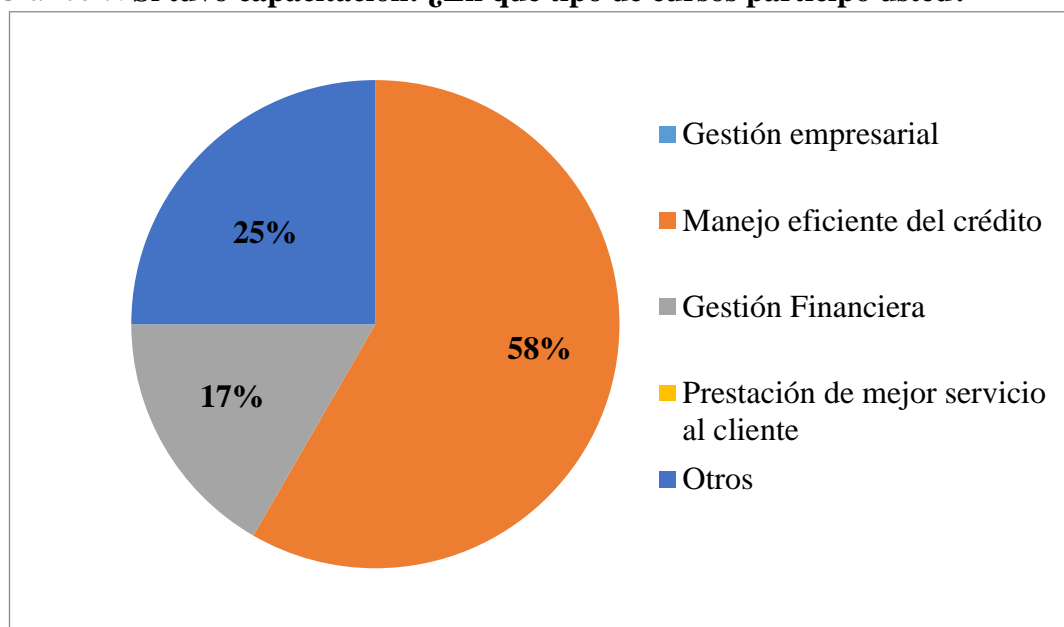
Del 100% de los encuestados, el 75 % recibieron capacitación en un curso, el 25% recibieron capacitación en dos cursos.

Tabla 9. Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó usted?

Tipo de curso	Frecuencia	Porcentaje
Gestión empresarial	0	0.0
Manejo eficiente del crédito	7	58.3
Gestión Financiera	2	16.7
Prestación de mejor servicio al cliente	0	0.0
Otros	3	25.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de la MYPE , 2016.

Gráfico 7. Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó usted?



Fuente: Tabla 9

Del 100% de los encuestados el 58% ha participado en el curso manejo eficiente de crédito, el 25% ha recibido capacitación en el otros cursos, el 17 % recibieron capacitación en gestión financiera.

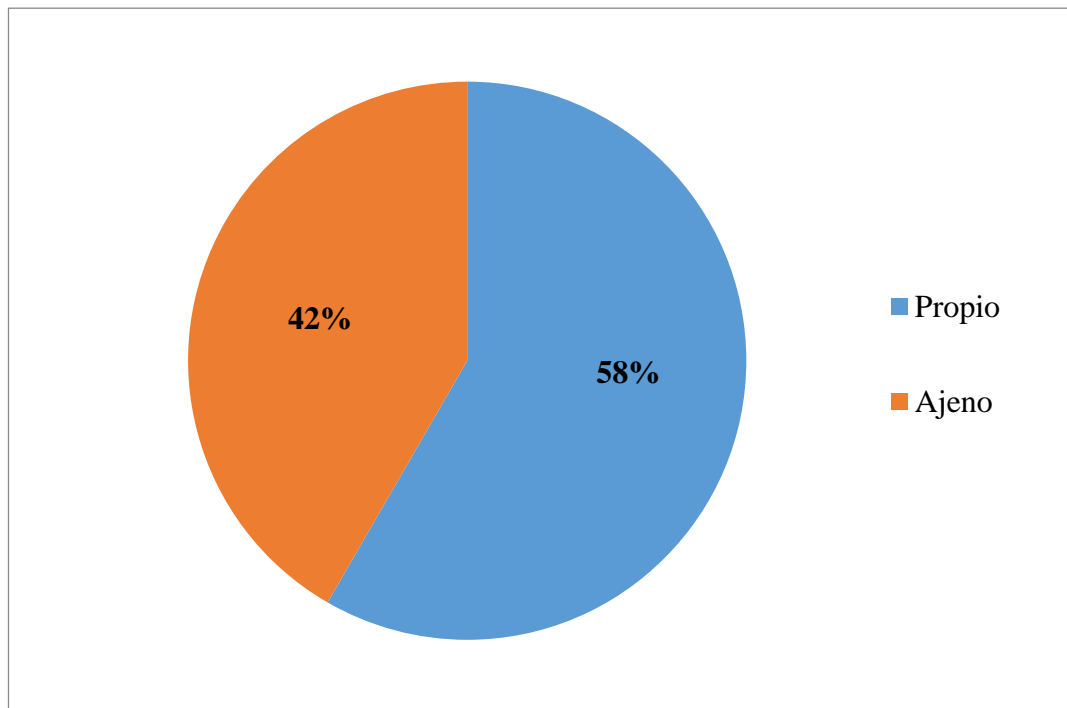
Del financiamiento de las MYPE :

Tabla 10 ¿Cuál es el tipo de financiamiento de su MYPE ?

Su financiamiento es	Frecuencia	Porcentaje
Propio	7	58.3
Ajeno	5	41.6
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de la MYPE , 2016.

Gráfico 8. ¿Cuál es el tipo de financiamiento de su MYPE ?



Fuente: Tabla 10

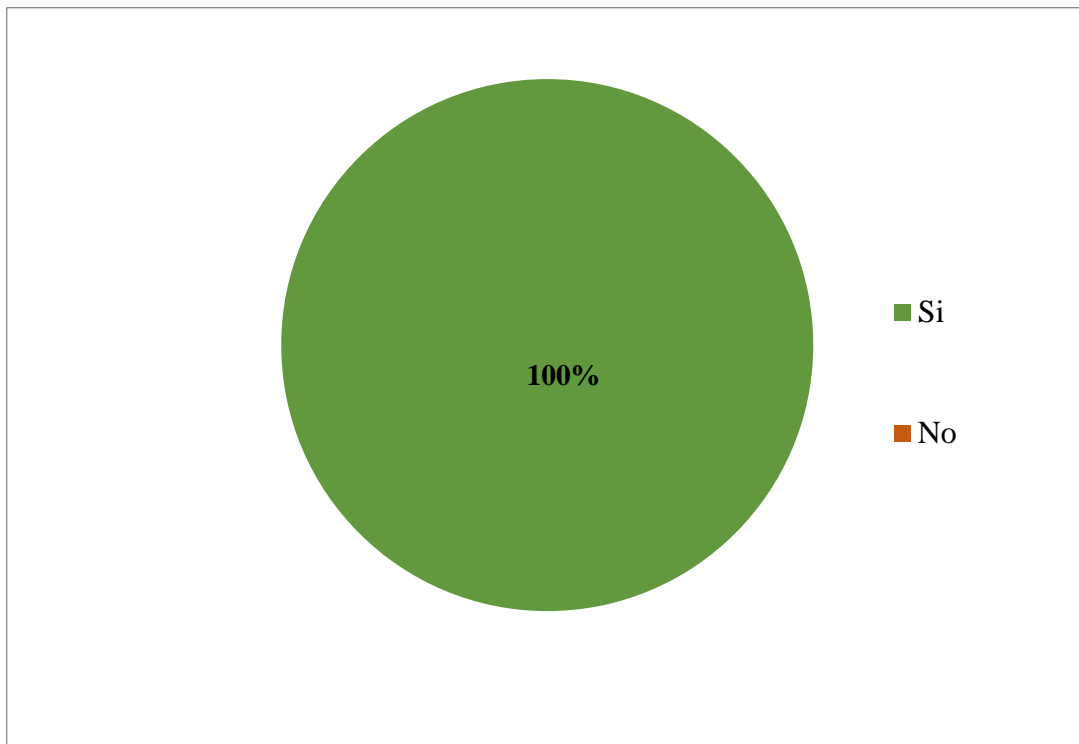
Del 100% de los encuestados el 58% su financiamiento es propio y el 42% su financiamiento es Ajeno.

Tabla 11 ¿Solicitó crédito para su negocio?

Solicitó Crédito	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	100.0
No	0	0.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de la MYPE , 2016.

Gráfico 9. ¿Solicitó crédito para su negocio?



Fuente: Tabla 11

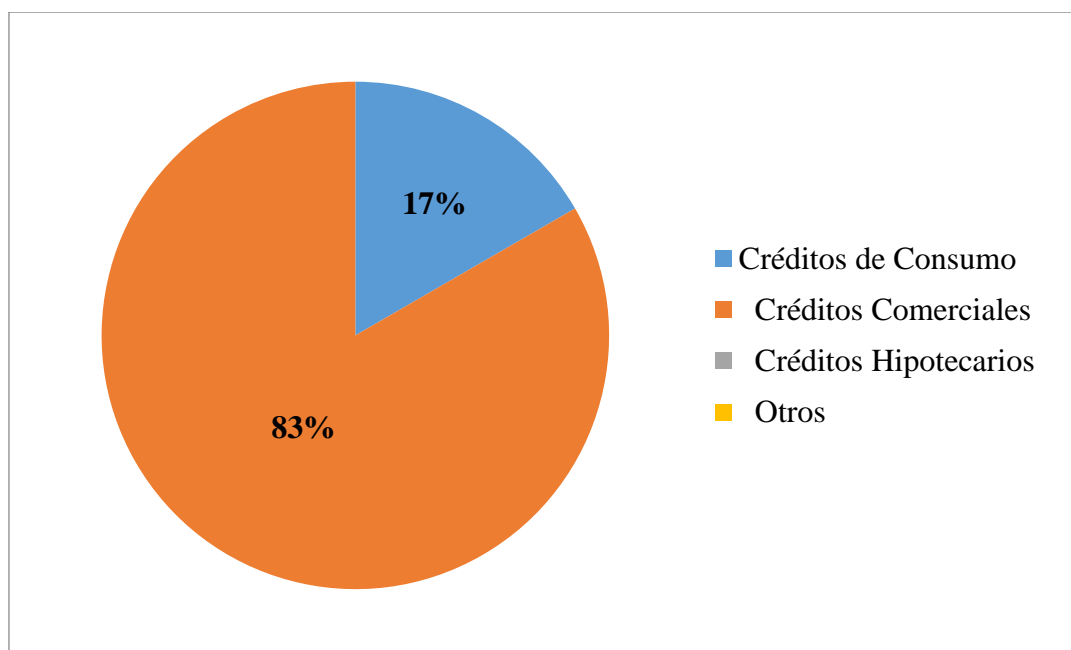
Del 100% de los encuestados, el 100% si solicitaron crédito para su negocio.

Tabla 12 ¿Cuál fue el tipo de crédito que obtuvo?

Tipo de Crédito	Frecuencia	Porcentaje
Créditos de Consumo	2	16.7
Créditos Comerciales	10	83.3
Créditos Hipotecarios	0	0.0
Otros	0	0.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de la MYPE , 2016.

Gráfico 10. ¿Cuál fue el tipo de crédito que obtuvo?



Fuente: Tabla 12

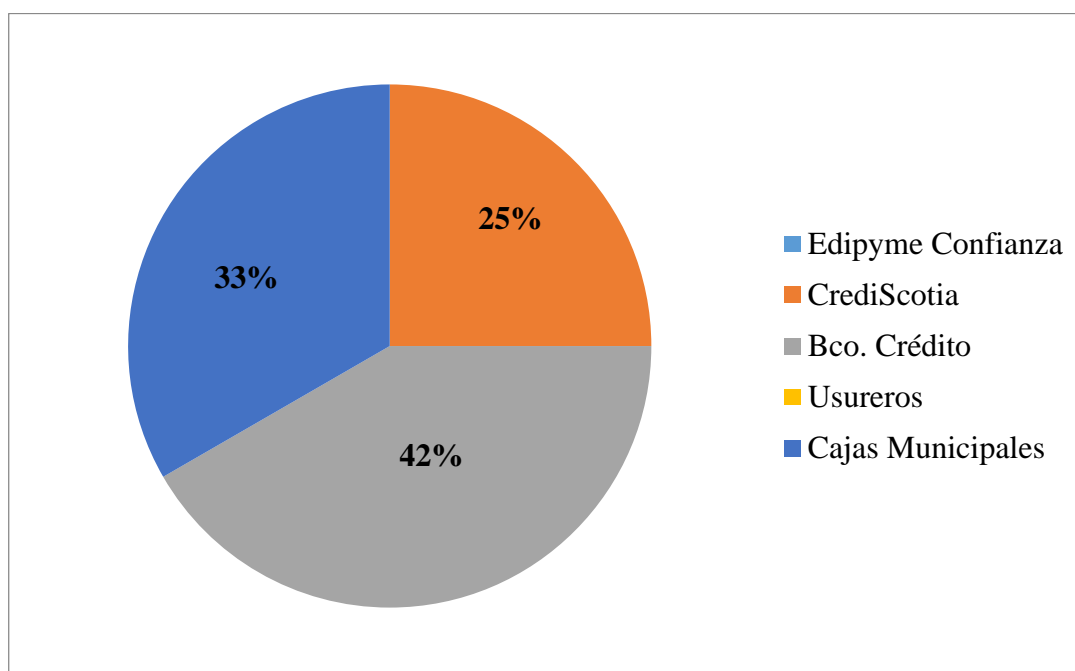
Del 100% de los encuestados, el 83% obtuvieron créditos comerciales y el 17% obtuvieron créditos de consumo.

Tabla 13 ¿De qué instituciones financieras ha obtenido el crédito?

Entidad financiera	Frecuencia	Porcentaje
EDIPYME Confianza	0	0.0
CrediScotia	3	25.0
Bco. Crédito	5	41.6
Usureros	0	0.0
Cajas Municipales	4	33.3
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de la MYPE , 2016.

Gráfico 11. ¿De qué instituciones financieras ha obtenido el crédito?



Fuente: Tabla 13

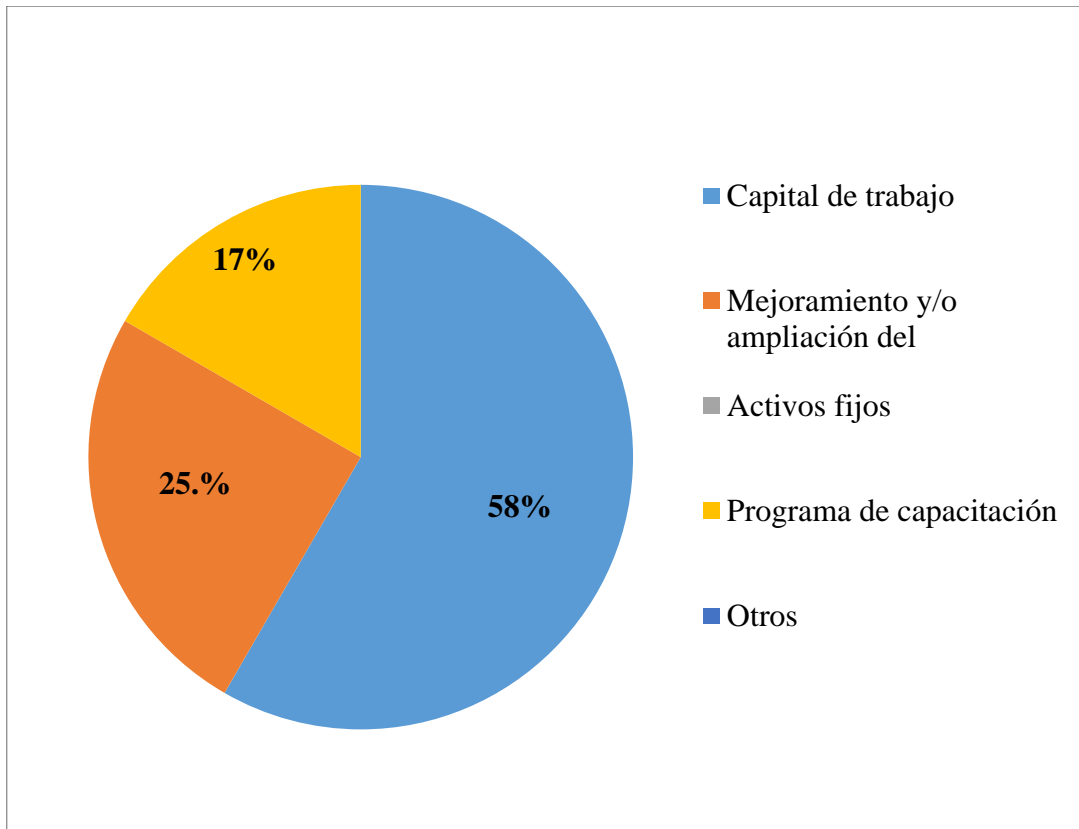
Del 100% de los encuestados, el 42% precisa que solicitaron crédito al banco de crédito, el 25% solicitaron crédito a Crediscotia, 33% solicitaron crédito a caja municipales.

Tabla 14 ¿En qué fue invertido el crédito financiero que Usted obtuvo?

En qué fue invertido el crédito	Frecuencia	Porcentaje
Capital de trabajo	7	58.3
Mejoramiento y/o ampliación del	3	25.0
Activos fijos	0	0.0
Programa de capacitación	2	16.7
Otros	0	0.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de la MYPE , 2016.

Gráfico 12. ¿En qué fue invertido el crédito financiero que Usted obtuvo?



Fuente: Tabla 14

Del 100% de los encuestados, el 58% precisa que solicitaron crédito para capital de trabajo, el 25% solicitaron crédito para el mejoramiento y/o ampliación del local, el 17% solicitaron crédito para capacitación de personal.

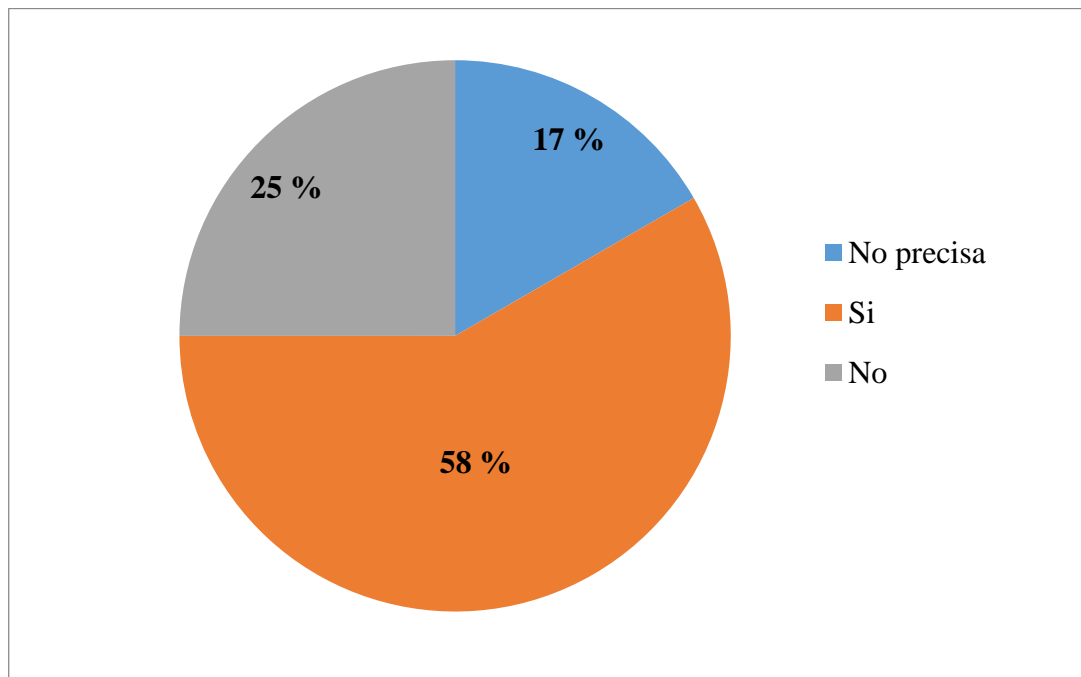
Respecto a la Capacitación de las MYPE :

Tabla 15 ¿Recibió Usted capacitación previa antes del otorgamiento del crédito?

Recibió capacitación	Frecuencia	Porcentaje
No precisa	2	16.7
Si	7	58.3
No	3	25.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de la MYPE , 2016.

Gráfico 13¿Recibió Usted capacitación previa antes del otorgamiento del crédito?



Fuente: Tabla 15

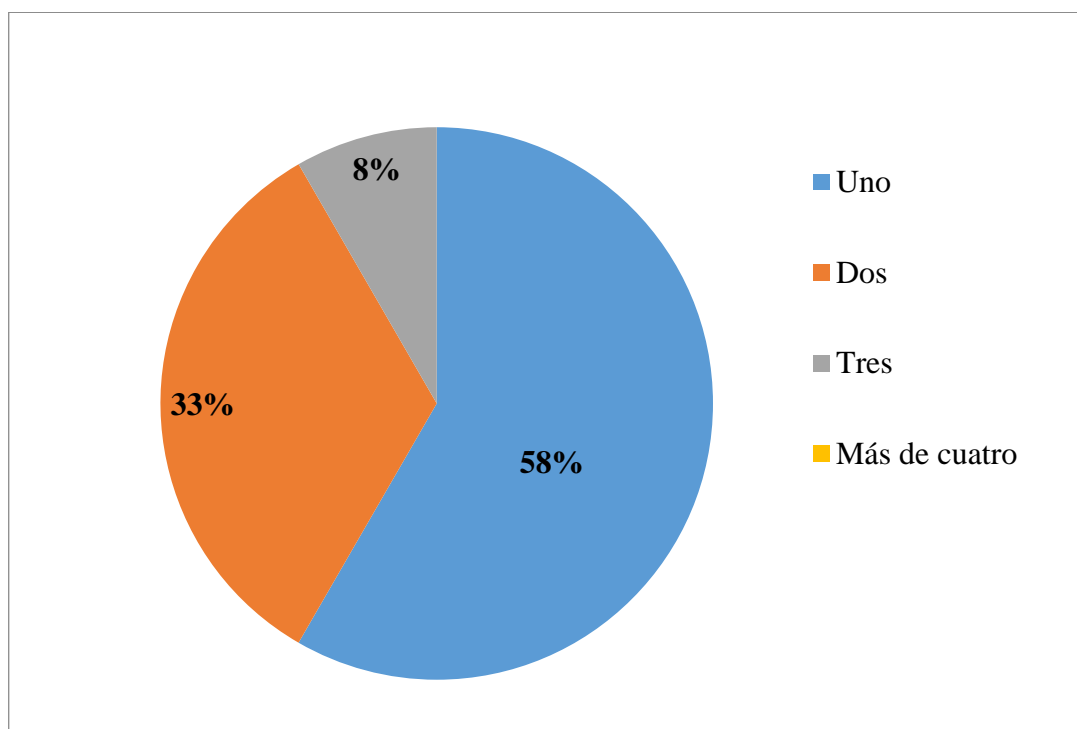
Del 100% de los encuestados, el 58% precisa si haber recibido capacitación previa antes del otorgamiento del crédito, el 25% no precisa si han Recibido capacitación previa antes del otorgamiento del crédito, el 17 % no precisan si han recibido capacitación previa antes del otorgamiento del crédito.

Tabla 16 ¿Cuántos cursos de capacitación ha tenido Usted en los últimos dos años?

Nº cursos de capacitación	Frecuencia	Porcentaje
Uno	7	58.3
Dos	4	33.3
Tres	1	8.3
Más de cuatro	0	0.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de la MYPE , 2016.

Gráfico 14. ¿Cuántos cursos de capacitación ha tenido Usted en los últimos dos años?



Fuente: Tabla 16

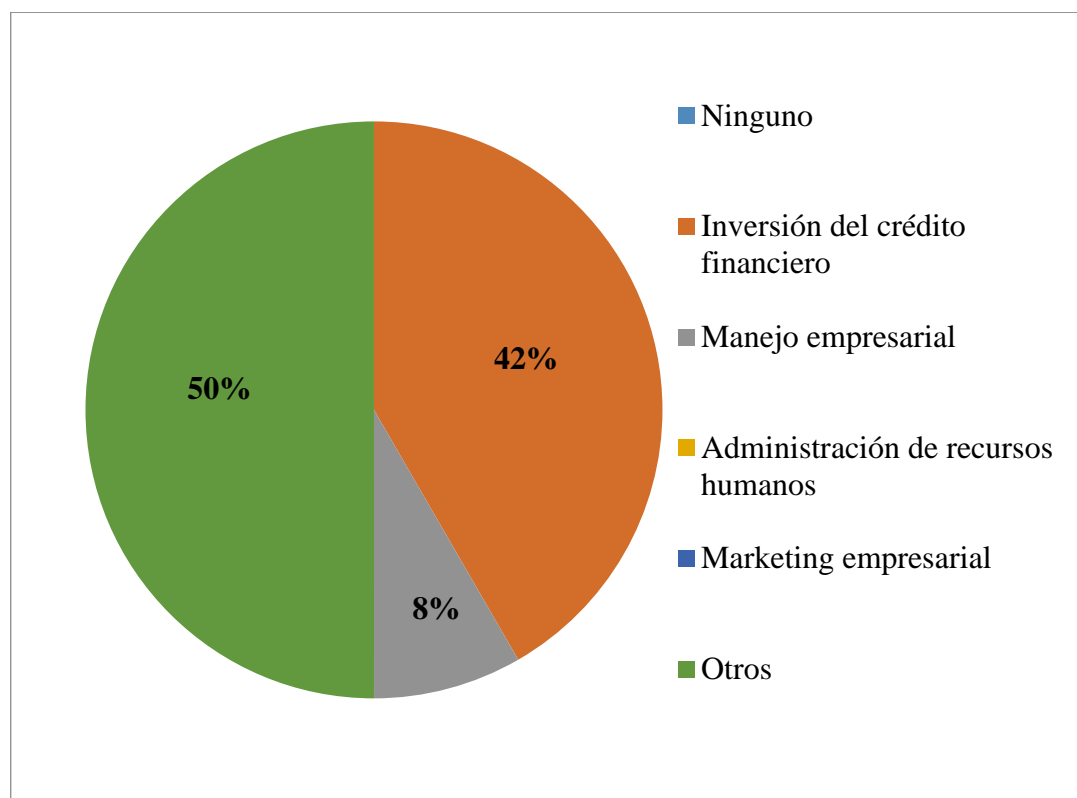
Del 100% de los encuestados, el 58% precisa que han recibido un curso de capacitación, el 33% precisa que han Recibido capacitación en dos cursos, el 8 % han recibido capacitación en tres cursos.

Tabla 17. Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó Ud.?

Tipo de curso	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	0	0.0
Inversión del crédito financiero	5	41.6
Manejo empresarial	1	8.3
Administración de recursos humanos	0	0.0
Marketing empresarial	0	0.0
Otros	6	50.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE , 2016.

Gráfico 15. Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó Ud.?



Fuente: Tabla 17

Del 100% de los encuestados, el 50% han recibido capacitación en otros cursos, el 42% han recibido capacitación en el curso inversión del crédito financiero, un 8% han recibido capacitación en el curso de manejo empresarial.

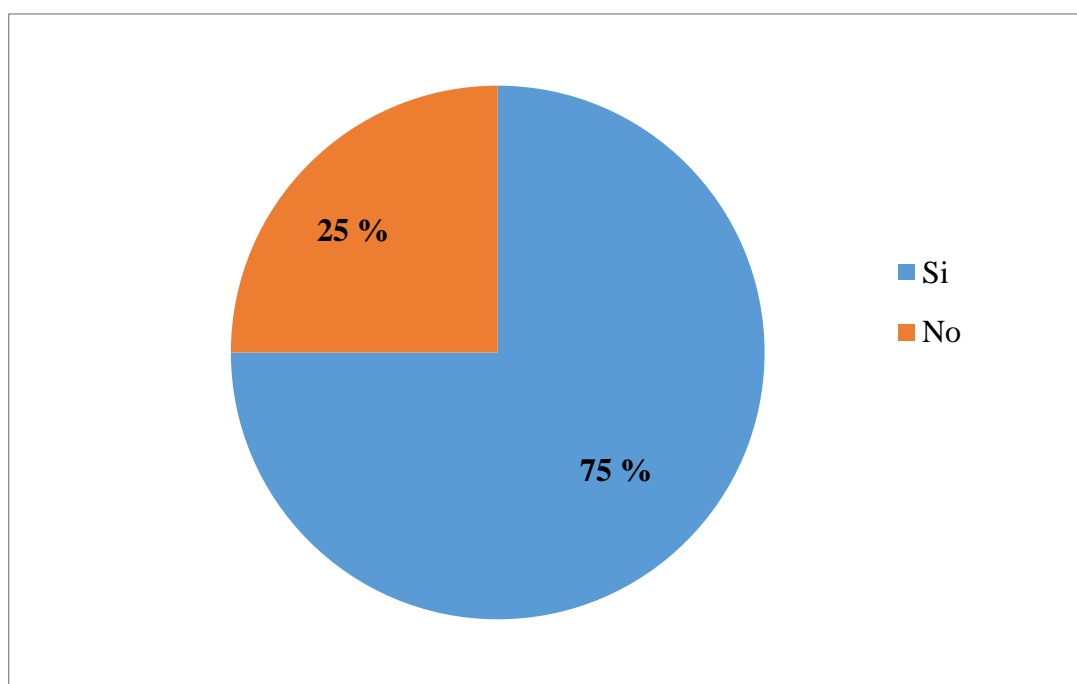
Respecto a la Rentabilidad De Las MYPE

Tabla 18. ¿Cree usted que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por el financiamiento recibido?

Mejorado la Rentabilidad	Frecuencia	Porcentaje
Sí	9	75.0
No	3	25.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE , 2016.

Gráfico 16. ¿Cree usted que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por el financiamiento recibido?



Fuente: Tabla 18

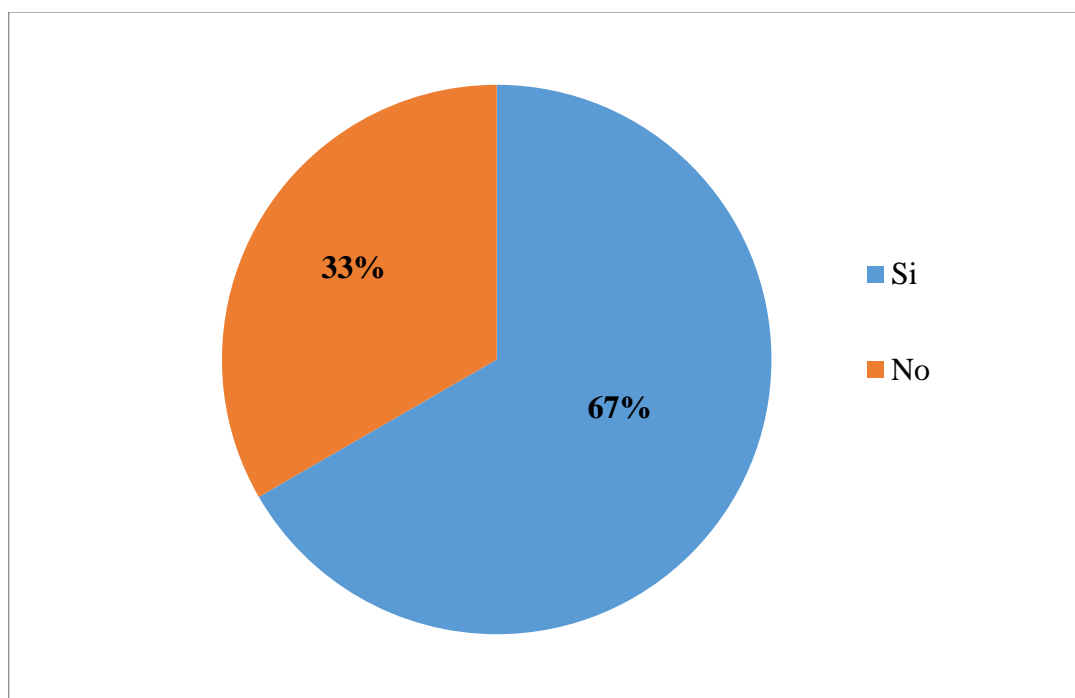
Del 100% de los encuestados, el 75% Cree que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por el financiamiento recibido y el 25% Cree que la rentabilidad de su negocio No ha mejorado por el financiamiento recibido.

Tabla 19. ¿Cree usted que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por la capacitación recibida hacia usted y su personal?

La capacitación ha mejorado	frecuencia	Porcentaje
Sí	8	66.7
No	4	33.3
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE , 2016.

Gráfico 17. ¿Cree usted que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por la capacitación recibida hacia usted y su personal?



Fuente: Tabla 19

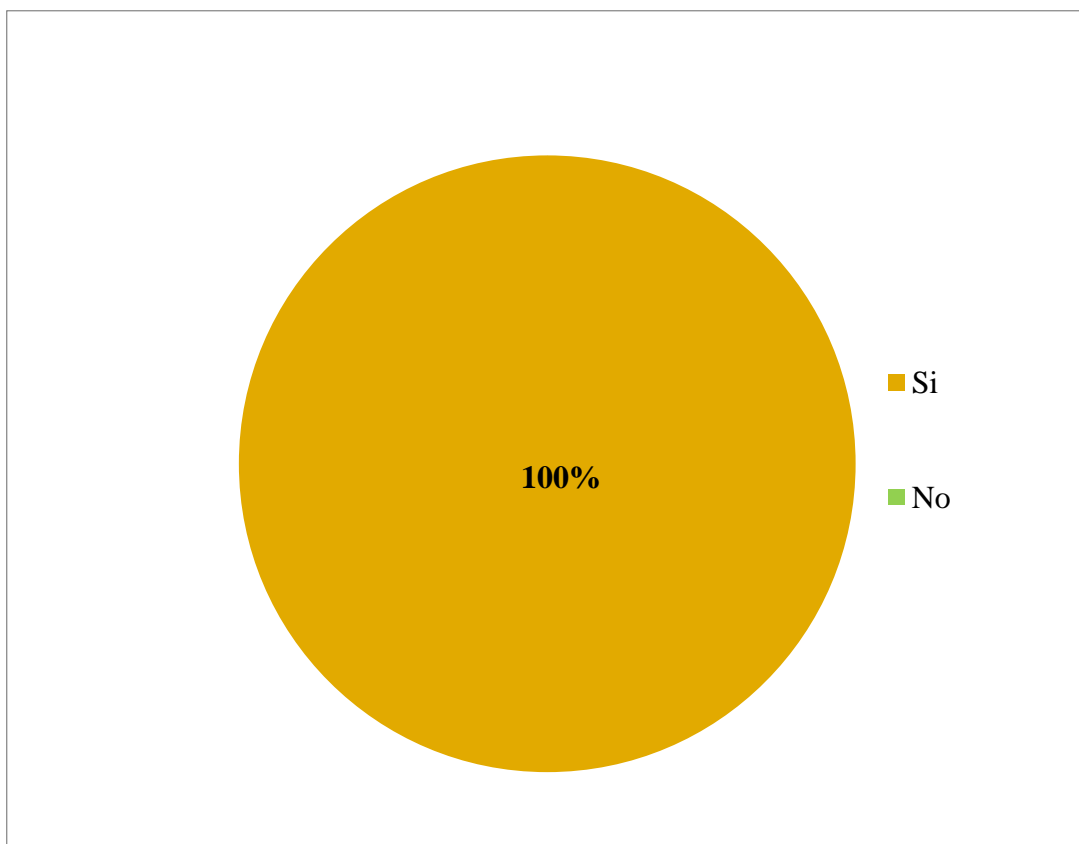
Del 100% de los encuestados, el 67% Cree que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por la capacitación recibido y el 33% Cree que la rentabilidad de su negocio No ha mejorado por la capacitación recibido.

Tabla 20. ¿Cree usted que la capacitación recibida es una inversión o un gasto?

La capacitación es una inversión	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	100.0
No	0	0.0
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE , 2016.

Gráfico 18. ¿Cree usted que la capacitación recibida es una inversión o un gasto?



Fuente: Tabla 20

Del 100% de los encuestados, el 100% si Cree que la que la capacitación recibida es una inversión o un gasto.

4.2 Análisis de los Resultados

Respecto a los Empresarios

En la Tabla(3), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100% de la muestra, se obtuvo que, el 58 % de los representantes de las MYPE tienen entre 45 a 64 años de edad y el 17 % de 30 a 44 años de edad; un 25% está entre los más de 65 años de edad.

En la Tabla (4), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100% de la muestra, se obtuvo que, el 75 % de los representantes de la MYPE son del género femenino y el 25 % son del género Masculino.

En la Tabla (5), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100% de la muestra, se obtuvo que el 58 % de los representantes de las MYPE tienen estudios superior técnica y el 25 % estudio Universitaria y un 16% estudio secundaria.

Respecto al perfil de la MYPE

En la Tabla (6), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100% de la muestra, se obtuvo que, el 100 % de los representantes de la MYPE tienen más de tres años dedicándose a esta actividad empresarial.

En la Tabla (7), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100% de la muestra, se obtuvo que el 58 % de los representantes de la MYPE tienen de 6 a 10 trabajadores, el 17% tienen de 10 a 15 trabajadores, el 25 % tienen de 1 a 5 trabajadores.

En la Tabla (8), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100% de los encuestados, el 75 % recibieron capacitación en un curso, el 25% recibieron capacitación en dos cursos.

En la Tabla (9), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100% de los encuestados el 58% ha participado en el curso manejo eficiente de crédito, el 25% ha recibido capacitación en el otros cursos, el 17 % recibieron capacitación en gestión financiera.

Respecto al Financiamiento

En la Tabla (10), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100% de los encuestados, el 58% su financiamiento es propio y el 42% su financiamiento es Ajeno.

En la Tabla (11), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100%, el 100% si solicitaron crédito para su negocio.

En la Tabla (12), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100%, el 83% obtuvieron créditos comerciales y el 17% obtuvieron créditos de consumo.

En la Tabla (13), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100%, el 42% precisa que solicitaron crédito al banco de crédito, el 25% solicitaron crédito a Crediscotia, 33% solicitaron crédito a caja municipales.

En la Tabla (14), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100%, el 58% precisa que solicitaron crédito para capital de trabajo, el 25% solicitaron crédito para el mejoramiento y/o ampliación del local, el 17 % solicitaron crédito para capacitación de personal.

Respecto a la Capacitación de las MYPE :

En la Tabla (15), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100%, el 58% precisa si haber recibido capacitación previa antes del

otorgamiento del crédito, el 25% no precisa si han Recibido capacitación previa antes del otorgamiento del crédito, el 17 % no precisan si han recibido capacitación previa antes del otorgamiento del crédito.

En la Tabla (16), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100%, el 58% precisa que han recibido un curso de capacitación, el 33% precisa que han Recibido capacitación en dos cursos, el 8 % han recibido capacitación en tres cursos.

En la Tabla (17), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100%, el 50% han recibido capacitación en otros cursos, el 42% han Recibido capacitación en el curso inversión del crédito financiero, un 8% han recibido capacitación en el curso de manejo empresarial.

Respecto a la Rentabilidad de la MYPE

En la Tabla (18), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100%, el 75% Cree que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por el financiamiento recibido y el 25% Cree que la rentabilidad de su negocio No ha mejorado por el financiamiento recibido.

En la Tabla (19), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100%, el 67% Cree que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por la capacitación recibido y el 33% Cree que la rentabilidad de su negocio No ha mejorado por la capacitación recibido.

En la Tabla (20), de la MYPE encuestadas se establece que los representantes legales del 100%, el 100% si Cree que la que la capacitación recibida es una inversión o un gasto.

V. CONCLUSIONES

Se pudo ver que todos los representantes legales son adultas y que Más de la mitad de los representantes legales de la MYPE encuestados sus edades oscilan entre 45 a 64 años de edad y el 17 % de 30 a 44 años de edad; un 25% está entre los más de 65 años de edad y un 0% de 18 a 29 años de edad, el 75 % de los representantes de la MYPE son de Género femenino y el 25 % son del género Masculino. El 58 % de los representantes de las MYPE tienen estudios superior técnica y el 25 % estudio Universitaria y un 16% estudio secundaria.

En cuanto a las principales características de la MYPE del ámbito de estudio, el 100 % de los representantes de la MYPE tienen más de tres años dedicándose a esta actividad empresarial. El 58 % (7) de los representantes de la MYPE tienen de 6 a 10 trabajadores, el 17% (2) tienen de 10 a 15 trabajadores, el 25 % (3) tienen de 1 a 5 trabajadores. El 75 % recibieron capacitación en un curso, el 25% recibieron capacitación en dos cursos. El 58% (7) ha participado en el curso manejo eficiente de crédito, el 25% (3) ha recibido capacitación en el otros cursos, el 17 % (2) recibieron capacitación en gestión financiera.

En cuanto a las principales características del financiamiento, los empresarios encuestados, el 58% (7) su financiamiento es propio y el 42%(5) su financiamiento es Ajeno. el 100% (12) si solicitaron crédito para su negocio, el 83% (10) obtuvieron créditos comerciales y el 17% (2) obtuvieron créditos de consumo, el 42% (5) precisa que solicitaron crédito al banco de crédito, el 25% (3) solicitaron crédito a Crediscotia, 33%(4) solicitaron crédito a caja municipales, el 58% (7) precisa que solicitaron crédito para capital de trabajo, el 25% (3) solicitaron crédito para el mejoramiento y/o ampliación del local, el 17 % (2) solicitaron crédito para capacitación de personal.

En cuanto a las principales características de la capacitación se obtuvieron que el 58% (7) precisa no haber recibido capacitación previa antes del otorgamiento del crédito, el 25% (3) no precisa si han Recibido capacitación previa antes del otorgamiento del crédito, el 17 % (2) Si han recibido capacitación previa antes del otorgamiento del crédito. El 67% (8) precisa que han recibido un curso de capacitación, el 25% (3) precisa que han Recibido capacitación en dos cursos, el 8 % (1) han recibido capacitación en tres cursos. El 50% (6) han recibido capacitación en otros cursos, el 33% (4) han Recibido capacitación en el curso de manejo empresarial, el 17 % (2) han recibido capacitación en el curso de inversión del crédito financiero.

En cuanto a las principales características de la rentabilidad los empresarios encuestados se obtuvieron, el 75% (9) Cree que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por el financiamiento recibido y el 25% (3) Cree que la rentabilidad de su negocio No ha mejorado por el financiamiento recibido. El 67% (8) Cree que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por la capacitación recibido y el 33% (4) Cree que la rentabilidad de su negocio No ha mejorado por la capacitación recibido. El 100% (12) si Cree que la capacitación recibida es una inversión o un gasto.

Referencias Bibliográficas.

- Ábalos,R. & Dávila,M. (2013). Tesis Titulada “Factores influyentes en la decisión de financiamiento en empresas no Financieras pertenecientes a economías emergentes”.
- Aquino y otros. (1997). La capacitación en el Perú. [Extraído el 02 de Mayo Del 2016]. Disponible en: https://www.google.com.pe/?gws_rd=cr&ei=6dnqUtXpObPhsAS5voH4AQ#q=concepto+de+capacitación&start=10.
- Alvarado, J, Portocarrero, F, Trivelli, C, Gonzáles, E, Galarza, F y Venero, H. (2001). El financiamiento informal en el Perú. 1ra ed. Lima: IEP, COFIDE, CEPES.
- Albújar H., Janampa L., Odar R., Osorio M. (2008). Sistema Nacional de Capacitación para la MYPE peruana. Gerencia para el desarrollo .Lima: Universidad ESAN Abril 2008. – 130 p. [Extraído el 02 de Mayo Del 2016]. Disponible en: [ww.esan.edu.pe.esanediciones @esan.edu.pe](http://www.esan.edu.pe/esanediciones@esan.edu.pe)
http://www.esan.edu.pe/publicaciones/2011/04/28/sistema_nacional_de_capacitaci%c3%b3n.
- Ancajima, I. (2013). Tesis Titulado “Caracterización del Financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas (MYPE) del sector comercio– rubro distribuidoras de ropa y calzado distrito de Chulucanas, periodo 2011”.Biblioteca ULADECH.
- Aspilcueta J.(s.f). MYPE en el Perú [Extraído el 02 de Mayo Del 2016]. Disponible en: http://www.monografias.com/trabajos93/MYPE_s-peru/MYPE_s-peru.shtml

- Baldeón, Johan; Yamakawa, Peter ; Del Castillo, Carlos ; Espinoza, Luis Miguel ; Granda, Juan Carlos ; Vega, Lidia.(2010). Modelo tecnológico de integración de servicios para la mype peruana. – Lima : Universidad ESAN, 2010. – 165 p. – (Serie Gerencia para el Desarrollo) [Extraído el 11 de Mayo del 2016]. <http://www.esan.edu.pe/publicaciones/2010/10/20/libro%20mype%201.pdf>
- Baldeon, J.(2010). Modelo tecnológico de integración de servicios para la MYPE peruana, [Extraído 04 de Mayo del 2016] Disponible en: [http://www.esan.edu.pe/publicaciones/2010/10/20/libro%20MYPE %201.pdf](http://www.esan.edu.pe/publicaciones/2010/10/20/libro%20MYPE%201.pdf)
- Bernabé (2012). Diferencia Entre Una Línea De Crédito Y Un Préstamo. , [Extraído 04 de Mayo del 2016] Disponible en: <http://www.eoi.es/blogs/carmenrosabernabe/2012/01/28/diferencia-entre-una-linea-de-credito-y-un-prestamo/>
- Blake, O, (1997). La capacitación orientada a las organizaciones. [Extraído Mayo del 2016] Disponible en: <http://www.repositorio.ehtc.cu/jspui/bitstream/ehtc/82/1/impactocap.pdf>.
- Bohlander, G. y otros. (1999). El término capacitación. [Extraído Mayo del 2016] Disponible en: <http://julieta-capacitacion-empresarial.blogspot.com/2010/03/definiciones-de-capacitacion.html>.
- By, G. Lima (2007-2008). Financiamiento Bancario. [Extraído Mayo del 2016] Disponible en: [http://puntocontable.blogspot.com/el-financiamiento-y-las-MYPE s.html](http://puntocontable.blogspot.com/el-financiamiento-y-las-MYPEs.html).

- CODEMYPE (2005), plan nacional de promoción y formalización de la competitividad y desarrollo de la micro y pequeña empresa 2005-2009. [Extraído el 16 de Julio del 2016]. Disponible en: <http://www2.trabajo.gob.pe/>
- Cook, A. (2007). Diseño de un centro articulador de servicios empresariales para MYPE S. Universidad de Chile [Extraído el 16 de Junio del 2016]. Disponible en: www.cybertesis.cl/tesis/uchile/2007/cook_ah/sources/cook_ah.pdf.
- Córdova V. (2006). Importancia de la ropa de moda en los jóvenes. Evolución de la moda e investigación de campo para el análisis de los factores de influencia en la sociedad tampiqueña. [Extraído el 24 de Agosto del 2016]. Disponible en: <http://modaesaniana.blogspot.pe/2011/10/marco-teorico.html>
- Díaz y Mondragón. (2010). Financiamiento para personas físicas y pequeñas empresas. [Extraído abril del 2016] Disponible en: <http://www.eumed.net/eve/resum/07-enero/aes.htm>.
- Echavarría, S. (2006). Alternativas de financiamiento para las pequeñas y medianas empresas (PYME). Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT), México.
- Kotler y Armstrong (2003). Manual del comercio electrónico. . [Extraído el 08 de Junio del 2016] Disponible en: <http://es.slideshare.net/MercadoNegroAD/fundamentos-de-marketing-by-kotler-armstrong> Pág. 82
- Emprende P. (2008 – 2013). Capacitación para actividades didácticas orientadas a suplir las necesidades de la empresa. [Extraído el 09 de Junio del 2016]

Disponible en: <http://www.emprendepyme.net/que-es-la-capacitacion.html>.

Enrique, V. (2007). La capacitación y su importancia. [Extraído el 09 de Junio del 2016] Disponible en: <http://www.azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num11y12/doc14.htm>.

Esteo, F. (2006). Medición contable de los factores determinantes de la rentabilidad empresarial, Universidad Complutense de Madrid (España). [Extraído Junio del 2016] desde: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=15443>.

Enfoque Estadístico PYME (2008). Boletín Informativo del Instituto Nacional de Estadísticas. [Extraído el 04 de Junio del 2016.] Disponible desde: <http://www.ine.cl/filenews/files/2008/abril/pdf/pymepagapag.pdf>.

Foschiatto, P. & Stumpo, G. (2006). Políticas municipales de microcrédito. Un instrumento para la dinamización de los sistemas productivos locales. Estudios de caso en América Latina. Italia: CEPAL. [Extraído el 04 de Junio del 2016.] Disponible desde: http://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=Q4XF_eVzL1kC&oi=fnd&pg=PA13&dq=Las+mypes&ots=SgKUvUXK9s&sig=xwoZUxbB6IGdrB15nmpL1-U9TE#v=onepage&q&f=false

Flores, A. (2006). Metodología de gestión para el micro, pequeñas y medianas empresas en lima metropolitana, tesis doctoral, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, [Extraído el 02 de Junio del 2016] Disponible

en: http://www.cybertesis.edu.pe/sisbib/2004/flores_ka/html/index-frames.html.

Giman & Zutter. (2012). Principios de administración financiera Decimosegunda edición PEARSON EDUCACIÓN, México. [Extraído el 11 de Junio del 2016] Disponible en: <http://www.farem.unan.edu.ni/investigacion/wp-content/uploads/2015/04/1-Principios-de-Administracion-Financiera-12edi-Gitman.pdf>

Gore, E. (1998). La capacitación un agente de cambio y de productividad. [Extraído el 15 de Agosto del 2016] .Disponible en: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2012/jepa.html>.

Herrera G, Limón E, Suárez, Soto M., Ibáñez y García A. (2008). “Fuentes de financiamiento en época de crisis. O.E.L [Extraído el 04 de Julio del 2016].disponible en: www.cybertesis.cl/tesis/uchile/2007/cook_ah/sources/ <http://www.eumd.net/cursecon/ecolat/mx/2006/ghs.htm>

Hernández, s. Et. Al., (2003) . Concepto De Diseño De Investigación. [Extraído el 14 de Mayo del 2016]. Disponible desde: <http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.pe/2013/08/concepto-de-diseno-de-investigacion.html>

Hidalgo, J (2012). Tesis Titulada “caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro compra venta prendas de vestir del distrito de Tacna periodo 2011-2012”.

Hinojosa, C. (2012). Impacto de los Créditos otorgados por la caja municipal de ahorro y crédito de Piura S.A.C. en el desarrollo socioeconómico de las pequeñas

y microempresas de Chachapoyas. Perú. [Extraído el 14 de Mayo del 2016]. Disponible desde: <http://congreso.pucp.edu.pe/iberoamericoanocontabilidad/pdf/038.pdf>

Kotler, P y Armstrong, G. (2003) “Fundamentos de marketing”. Sexta edición, Pearson Education, México.

Lara, M. (2007). La influencia de la moda en la identidad de los adolescentes de 15-19 años [PDF]. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. . [Extraído el 04 de Mayo del 2016]. Desde http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/13/13_2456.pdf
<http://modaesaniana.blogspot.pe/2011/10/marco-teorico.html>

López, A. (2006). Tesis: “Demanda De Crédito Bancario Por Parte De Las Pequeñas Y Medianas Empresas En El Salvador; Presentada para optar el Grado Académico de Licenciado en Economía en la Universidad Centroamericana Jose Simeon Cañas.

Lucas, M. (2009). Influencia de la informalidad en la competitividad de la Micro y Pequeña Empresa. [Extraído el 09 de Agosto del 2016]. Disponible en: http://www.eumed.net/libros-gratis/2011e/1079/informalidad_peru.html.

Martínez. M. (2009). Taller de Capacitación. [Extraído el 15 de Agosto del 2016]. Disponible en: <http://nolycarrillo.jimdo.com/unidad-1/concepto-de-capacitaci%C3%B3n/>

Marco. R. (2013). Definición de las MYPE S. Recuperado de: Guía Tributaria SUNAT. [Extraído el 13 de Junio del 2016]. Disponible en:

<http://www.guiatributaria.sunat.gob.pe/index.php/contribuyentes/empresas-y-negocios/MYPEs>.

Maguiña, S.(2013).MYPE S Constituyen uno de los pilares de la economía nacional.

Medina L. y Flores M. (2008). Incidencia del Financiamiento y la Capacitación en la rentabilidad de las MYPE S del sector turismo de la localidad de Huancavelica año 2008. [Monografía en internet]. Huancavelica Centro de Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales Universidad Nacional de Huancavelica; [Extraído el 10 de Mayo del 2016]. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos87/incidencia-financiamiento-rentabilidad-MYPEs/incidencia-financiamiento-rentabilidad-y-pes.shtml#relacionados>

Mendivil, J. (2006).Análisis y propuestas para la formalización de las micro y pequeñas empresas. [Extraído el 07 de junio del 2016] .Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos41/formalizacion-pymes/formalizacion-pymes.shtml>

MTPE (2006), La Microempresa: Una Propuesta Tipológica Y Ejercicio De Aplicación En Lima Sur. [Extraído el 28 de Julio del 2016] Disponible desde : http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/estadisticas/peel/bel/BEL_34.pdf

Markowitz (2010). Annual Review of Financial Economics. [Extraído el 09 de Mayo del 2016] Disponible desde: <http://www.annualreviews.org/journal/financial>

Modigliani, F. y Miller, M. (2010). Corporate Income, Taxes and the Costo, Capital: A Correction”. The American Economic Review. ” [Extraído el 11de

Junio del 2016]. Disponible desde: <http://www.monografias.com/trabajos/competitividad/Competitividad.shtm>

Ocampo (2014). Tesis de investigación Titulada análisis del perfil del consumidor de las prendas de vestir gZUCK en la ciudad de Chiclayo basado en un enfoque etnográfico. [Extraído el 11 de Junio del 2016]. Disponible desde: http://tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/350/1/TL_Ocampo_Moreno_JuanMiguel.pdf

Ortiz, R. (2003). Tesis de investigación Titulada “Alternativas de financiamiento para las MYPE : el caso de Huajuapán de León y Chilapa de Díaz, Oaxaca”

Palacios, J. (2014), realizó la investigación Titulada “Caracterización de capacitación y competitividad en las MYPE rubro ropa de bebés del mercado modelo de Piura, año 2013” [Extraído el 11 de Junio del 2016]. Disponible desde: <http://www.slideshare.net>.

Pro Inversión. (2007). MYPE crece. Guía para el desarrollo de la micro y pequeña empresa. Lima: Agencia de Promoción de la Inversión Privada con el apoyo de ESAN.

Rojas, Y. (s.f) Fuentes y formas de financiamiento empresarial. [Extraído el 14 de Mayo del 2016]. Disponible desde: <http://www.monografias.com/trabajos82/fuentes-formas-financiamiento-empresarial/fuentes-formas-financiamiento-empresarial2.shtml>

Ramón, C. (1988). El estudio de la rentabilidad en la empresa. [Extraído el 16 de Mayo del 2016]. Desde: http://books.google.es/books/about/Planificaci%C3%B3n_y_rentabilidad_de_proyectos.html?id=6PNr1sPd-AoC.

- Rengifo J. (2010). Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro artesanía Shipibo-Conibo del distrito de Callería-provincia de Coronel Portillo, periodo 2009-2010. [Tesis para optar el título de contador público]. Chimbote: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote; [Extraído el 27 de Mayo del 2016]. Disponible en: <http://sigb.uladech.edu.pe/intranet-tmpl/prog/es-es/pdf/25225.pdf>
- Rivadeneira. (2012). COMERCIALIZACIÓN: Definición y Conceptos. [Extraído el 27 de Mayo del 2016]. Disponible en: <http://empresactualidad.blogspot.pe/2012/03/comercializacion-definicion-y-conceptos.html>
- Rubio A. y Aragón A.(2002). Factores Explicativos del éxito competitivo. Un estudio empírico en la Pyme. Cuadernos de Gestión Universidad de Murcia [Extraído el 07 de Mayo del 2016]. Disponible en: <http://www.ehu.es/cuadernosdegestion/documentos/213.pdf>
- Sandiga, L. (2006). Los Intermediarios bancarios y no bancarios en el desarrollo de las PYME. [Extraído el 15 de Mayo del 2016]. Disponible en: <http://www.dametareas.com/los-intermediarios-bancarios-y-no-bancarios-en-el-desarrollo-de-las-MYPES/>.
- Sánchez, B. (2002). Análisis de Rentabilidad de la empresa. [Extraído el 17 de Mayo del 2016]. Disponible en: <http://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/ analisisR.pdf>.

- Santos, Q. (2006). Tesis: “Entidades de desarrollo para la pequeña Microempresa (EdPYME), como una alternativa de financiamiento para la micro y pequeña empresa (MYPE) de la región Tumbes.
- Sharpe. A. (1963). Teoría de la rentabilidad. [Extraído el 08 de Mayo del 2016].
Disponible en: <http://ciberconta.unizar.es/leccion/fin010/300.HTM>.
- Siliceo. P. (1996). La capacitación orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador. [Extraído el 13 de Mayo del 2016]. Disponible en: <http://julieta-capacitacion-empresarial.blogspot.com/definiciones-de-capacitacion.html>.
- Silupú,L.(2008). Fondos de capital riesgo: una alternativa de financiamiento para las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE S) en el Perú., Tesis de maestría Universidad nacional de Piura.
- Solís, L. (2014), realizo la investigación titulada “caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios. Rubro bazar de ropas del distrito de carhuaz. Periodo 2013”
- Trujillo, M. (2008). Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE s del sector industrial – rubro confecciones de ropa deportiva del distrito de cercado en la provincia de Arequipa periodo 2008-2009.
- TiposDe.Org (2012). Definición de financiamiento [Extraído el 21 de Mayo del 2016].
Disponible en: <http://www.tiposde.org/economia-y-finanzas/1013-definicion-de-financiamiento/> Capacitación

- USMP (2013), estudio de las Micro, pequeñas y medianas empresas, [Extraído el 04 de Mayo del 2016]. Disponible desde : [http://es.slideshare.net/arelyaracelidiazrebaza/manual-estudio-de-las-MYPE s-2013-i-ii](http://es.slideshare.net/arelyaracelidiazrebaza/manual-estudio-de-las-MYPE-s-2013-i-ii)
- Villarán, F. (2008), Contribución de las MYPE s al empleo decente y al desarrollo sostenible. [Extraído el 11 de Mayo del 2016]. Disponible desde: www.peru2021.org/repositorioaps/0/0/par/xiisimpfernandovillaran/simpso2008_fernandovillaran.pdf
- Wikipedia (2016). Historia de la moda. [Extraído el 15 de Mayo del 2016]. Disponible en : https://es.wikipedia.org/wiki/Historia_de_la_moda
- Wikipedia (2016) . Definición de Ropa. [Extraído el 15 de Mayo del 2016]. Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Ropa>
- Zorrilla & Torres (1993). La Investigación y el Método Científico. [Extraído el 15 de Mayo del 2016]. <http://mercedesalfonzo.blogspot.es/i2012-10/>

ANEXOS



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

“AÑO DE LA CONSOLIDACION DEL MAR DE GRAU”

Tingo María, 03 de Mayo 2016

CARTA N°0033-2016-D-EPE-ULADECH Católica

Señor

.....

Representante

.....

Presente

Asunto: Permiso para aplicación de encuestas

Tengo el agrado de dirigirme a usted expresándole nuestro cordial saludo y al mismo tiempo darle a conocer que nuestros estudiantes egresados de la Carrera Profesional de Contabilidad, se encuentran realizando el curso de Titulación por Tesis, con la finalidad de optar el Título profesional de Contador Público.

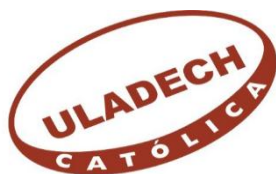
Los egresados se encuentran ejecutando la siguiente línea de investigación: **“Caracterización del Financiamiento, la capacitación y la Rentabilidad de las Micro Y pequeñas empresas del sector Comercio Rubro venta de prendas de vestir en la Provincia de Leoncio Prado, periodo 2016.”** los resultados de la investigación realizada serán publicados en eventos científicos a nivel nacional, y en el congreso de investigación que realiza nuestra casa superior de estudios una vez al año.

Es por ello que solicito a su despacho tenga a bien permitir el acceso a su institución para aplicar las encuestas de recogida de información a nuestro estudiante:

MAURY ROSALES TUCTO

Agradeciendo su gentil aceptación que redundara en beneficio de la formación de educadores, me suscribo de usted, reiterándole las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y**

ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

ENCUESTA APLICADA A PROPIETARIOS, GERENTE Y/O REPRESENTANTE LEGAL DE LAS MYPE S DEL SECTOR COMERCIO RUBRO VENTA DE PRENDAS DE VESTIR EN LA PROVINCIA DE LEONCIO PRADO, PERIODO 2016.

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de la micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado **“CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO, LA CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO RUBRO VENTA DE PRENDAS DE VESTIR EN LA PROVINCIA DE LEONCIO PRADO, PERIODO 2016.”**

La información que usted nos proporcionara será utilizada solo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración mediante este cuestionario.

Encuestado

Fecha...../...../.....

I. PERFIL DE LOS MICROEMPRESARIOS:

I.1 Edad del representante legal de la empresa:

De 18 a 29 años () De 30 a 44 años() De 45 a 64 años () Más de 65 años()

I.2 Sexo: a) Masculino... b) Femenino...

I.3 Grado de instrucción:

a) Sin instrucción..... ()

b) Primaria..... ()

c) Secundaria..... ()

d) Superior Técnica.....()

e) Superior universitaria..... ()

f) Otro..... ()

II. PERFIL DE LAS MYPE S

2.1. ¿Hace cuánto se dedica a esta actividad empresarial en el sector comercio rubro venta de prendas de vestir?

Un año () Dos años () Tres años () Más de Tres años ()

2.2. ¿Con cuanto personal cuenta su empresa?

1 a 5 () 6 a 10 () 10 a 15 () 16 a 20 () Más de 20 ()

2.3. El personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?

Si.... () No.... (); Si la respuesta es sí, indique la cantidad de cursos.

a) 1 curso b) 2 cursos c) 3 cursos d) Más de 3 cursos

2.4 ¿En qué temas se capacitaron sus trabajadores?

a) Gestión Empresarial..... () b) Manejo eficiente del

Crédito..... ()

c) Gestión Financiera..... () d) Prestación de mejor

Servicio al cliente... ()

e) Otros:

Especificar.....

III. DEL FINANCIAMIENTO DE LAS MYPE S:

3.1. ¿Cuál es el tipo de financiamiento de su MYPE ?

Propio () Ajeno ()

3.2. ¿Solicitó crédito para su negocio?

Si () No ()

3.3. ¿Cuál fue el tipo de crédito que obtuvo?

- Créditos de Consumo ()
- Créditos Comerciales ()
- Créditos Hipotecarios ()
- Otros.....

3.4. ¿De qué instituciones financieras ha obtenido el crédito?

a) Sistema Bancario..... ()

Indicar
institución.....

b) Sistema No Bancario. ()

Indicar
institución.....

3.5. ¿En qué fue invertido el crédito financiero que Usted obtuvo?

- a) Capital de trabajo.....% b) Mejoramiento y/o ampliación del local..... %
b) Activos fijos.....% d) Programa capacitación.....%
g) Otros.....% Especificar

IV. DE LA CAPACITACIÓN DE LAS MYPE S:

4.1. ¿Recibió Usted capacitación previa antes del otorgamiento del crédito?

- a) Si () b) No () c) no precisa ()

4.2. ¿Cuántos cursos de capacitación ha tenido Usted en los últimos dos años?

- a) Uno..... b) Dos..... c) Tres..... d) Cuatro..... e) Más de 4....

4.3. Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó Ud.?

- a) Inversión del crédito financiero () b) Manejo empresarial ()

c) Administración de recursos humanos () d) Marketing Empresarial ()

f) Otro:

Especificar:.....

V. DE LA RENTABILIDAD DE LAS MYPE S:

5.1. ¿Cree usted que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por el financiamiento recibido?

Si () No ()

¿En cuánto? En: 5%.... 10%..... 15%..... 20%..... 30%.... Más del 30%.....

5.2. ¿Cree usted que la rentabilidad de su negocio ha mejorado por la capacitación recibida hacia usted y su personal?

Si () No ()

Porqué.....

.....

.....

¿En cuánto? En: 5%.... 10%..... 15%..... 20%..... 30%.... Más del 30%.....

5.3. ¿Cree usted que la capacitación recibida es una inversión o un gasto?

a) Inversión

¿Por qué?.....

b) Gasto

¿Porqué?.....

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

.ACTIVIDADES DEL PROYECTO	DURACIÓN			
	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
Estudio de la Bibliografía				
Estudio del Abordaje Teórico-metodológico				
Elaboración del Proyecto				
Pruebas de los Instrumentos de Investigación				
Ejecución del Proyecto				
Análisis de Datos				
Interpretación de los resultados				
Elaboración del informe				

Presupuesto

DESCRIPCION	MESES DE ENVERSION				UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
	MAY	JUN	JUL	AGO				
MATERIAL DE ESCRITORIO								
Papel Bond A4 80 grs.	1			1	Paquete x 500 hojas	2	14.00	28.00
Bolígrafo	2		2	1	Unidad	5	1.00	5.00
Lápiz	2				Unidad	2	0.70	1.40
Clips mariposa de metal	1				Unidad	1	1.50	1.50
Perforador	1				Unidad	1	18.00	18.00
Engrapador	1				Unidad	1	22.00	22.00
USB - 4GB	1				Unidad	1	25.00	25.00
Folder manila		1			Paquete x 25 unidades	1	10.00	10.00
Laptop	1				Unidad	1	1,500.00	1,500.00
Resaltador		2			Unidad	2	4.00	2.00
Corrector		1			Unidad	1	3.00	3.00
Sub total								1,615.90
SERVICIOS DE IMPRESIÓN Y OTROS								
Espiralado				1	Servicio	1	18.00	18.00
Copias		95		190	Servicio	285	0.08	21.38
Internet	8	6	5	8	Horas	27	1.00	27.00
Sub total								66.38
SERVICIOS DE MOVILIDAD								
Gasolina	2	2	2	2	Galón	8	17.00	136.00
Mantenimiento de Movilidad		1			Servicio	1	30.00	30.00
Sub total								166.00
SERVICIOS DE ALIMENTACION								
Alimentación en General	1	1	1	1	Servicio	4	220	880
Sub total								880
TOTAL								2,728.28

Encuesta de MYPE del sector comercio rubro venta de prendas de vestir en la provincia de Leoncio Prado periodo 2016

N°	RAZON SOCIAL TIENDAS DE VESTIR	RUC
1	Exclusiva para ti sociedad anónima cerrada Jr. San martin N° 847. HUANUCO. Tingo María.	20573327439
2	Exclusividades Hema S.R.LTDA JR. HUANUCO N°382. – Tingo María	20404611080
3	Distribuidora san Benito SRL av. Tito Jaime Fernández N°238– Tingo María	20447321140
4	Modas Claudia Fashion Sociedad Comercial De Responsabilidad Limitada – Tingo María.	20532600040
5	CONFECCIONES, DECORACIONES Y AFINES CLAUDETH EIRL JR. ATAHUALPA N° 321 Huánuco– Tingo María	20529013915
6	women´ secret– Tingo María	20487531678
7	RUC: 10434038265 EXCLUSIVIDADES LUPITA–Tingo María.	10434038265
8	LATIDOS DE AMOR TINGO MARIA	10456329883
9	ANDREÁS BOUTIQUE TINGO MARIA	10759382884
10	NOVEDADES FABIOLA– Tingo María	10230029968
11	EVELYN– Tingo María	10405218467
12	DISTRIBUIDORA YOLITA– Tingo María	20529282738

Fuente. Encuesta aplicada a los representantes legales de la MYPE , 2016.