



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACION**

**CARACTERIZACIÓN DE LOS CRÉDITOS Y EL
DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MYPES DEL
GIRO VENTA DE ROPA DEL MERCADO CENTRAL
DE CHICLAYO – 2016**

**TESIS PARA OPTAR EL TITULO DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACION**

**AUTOR:
JUAN FRANCISCO LUDEÑA ORBEGOSO**

**ASESOR:
MGTR. SEGUNDO JHONATHAN SILVA VASQUEZ**

**CHICLAYO – PERÚ
2017**

TITULO DE LA TESIS

“CARACTERIZACIÓN DE LOS CRÉDITOS Y EL DESARROLLO
EMPRESARIAL DE LAS MYPES DEL GIRO VENTA DE ROPA DEL
MERCADO CENTRAL DE CHICLAYO – 2016”.

JURADO EVALUADOR

Mgr. Adm. Vilela Vargas Víctor Hugo
Presidente

Mgr. Adm. Chumacero Ancajima Maritza
Secretario

Mgr. Adm. Patiño Niño Víctor Helio
Miembro

AGRADECIMIENTO

Agradecer en primer lugar **a Dios** por darme la vida, **a mis padres:** Víctor Raúl Ludeña Anteparra y Bertha Angélica Orbegoso Doig, **a mi esposa** Cecilia del Pilar Usquiano Vilela, con quien llevo 11 años de casados; personas a quién amo y agradezco por estar apoyándome en mi superación personal y profesional, gracias a sus continuos aportes y buenos consejos hicieron de mi un hombre confiable, un buen hijo, un buen esposo y un buen padre y lo mejor de todo un hombre emprendedor y proactivo para enfrentar los retos que la vida me tiene preparado, sinceramente muchas gracias.

Un agradecimiento sincero para uno de mis **Ex-Gerentes** que tuve a inicios de mi vida laboral en el sistema financiero en especial en las Micro Finanzas y actualmente un gran amigo y guía profesional, quien también estuvo siempre presente en mi superación personal y profesional el Dr. Economista Jenry Hidalgo Lama.

Juan Francisco Ludeña Orbegoso.

DEDICATORIA

A mi familia, A mis Padres, Esposa y **en especial a mis lindas Hijas** Luana Fernanda Ludeña Usquiano de 11 años de edad y Alejandra Fernanda Ludeña Usquiano de 6 años de edad a quienes les esquivé parte de mi tiempo, que debí estar con ellas para lograr ser reconocido con un Título Profesional Universitario.

Juan Francisco Ludeña Orbegoso.

RESUMEN

El Objetivo General es Determinar la Caracterización de los Créditos y el Desarrollo Empresarial de las MYPEs del giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo – 2016.

Con respecto a la formulación del problema tenemos: ¿Cuáles son las Características de los Créditos y el Desarrollo Empresarial de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo – 2016?, el enfoque metodológico es cuantitativo con un diseño no experimental, para la recolección de datos se aplicó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario, la población total es de 72 MYPEs y la muestra de 37 MYPEs, las apreciaciones finales tenemos que las MYPEs en su estudio; Primero: cuentan con un excelente estado crediticio actual, es decir son poseionario, cuentan con créditos, disponen de capital propio, así como crecimiento de su micro empresa, lo cual le permite ser un excelente cliente potencial para las líneas de crédito; Segundo: los factores influyentes del desarrollo empresarial, son los créditos bancarios y el crecimiento de las ventas; Tercero: La evolución del desarrollo empresarial, se debe a la diversificación de productos, desarrollo tecnológico, adquisición de nuevos conocimientos, y mejora de su imagen.

Palabras Clave

Créditos, Entidad Financiera, Caracterización, Desarrollo Empresarial.

ABSTRACT

The General Objective is to Determine the Characterization of the Credits and the Business Development of the MYPEs of the Sale of Clothes of the Central Market of Chiclayo - 2016.

With respect to the formulation of the problem we have: What are the Credit Characteristics and Business Development of the MYPEs of the Garment Sale of the Central Market of Chiclayo - 2016 ?, the methodological approach is quantitative with a non-experimental design, to Data collection was applied as a survey technique and as a questionnaire instrument, the total population is 72 MYPEs and the sample of 37 MYPEs, the final assessments we have the MYPEs in their study; Firstly, they have an excellent current credit status, that is to say they are possessor, they have credits, they have their own capital, as well as the growth of their micro-enterprise, which allows them to be an excellent potential client for the lines of credit; Second, the influential factors of business development are bank credit and sales growth; Third: The development of business development is due to the diversification of products, technological development, acquisition of new knowledge, and improvement of its image.

Keywords

Credits, Financial Entity, Characterization, Business Development.

CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS	8
ÍNDICE DE GRÁFICOS	9
ÍNDICE DE CUADROS	10
I. INTRODUCCIÓN.....	11
II REVISIÓN DE LITERATURA	18
2.1. ANTECEDENTES.....	18
2.2. BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
2.2.1. Créditos.....	24
2.2.2. Desarrollo empresarial.....	34
2.2.3. Ley MYPE.....	43
III. HIPÓTESIS	46
IV. METODOLOGIA.....	46
4.1. DISEÑO DE CONTRASTACION.....	46
4.2. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	47
4.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	50
4.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	52
4.6. MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	53
4.7. PRINCIPIOS ÉTICOS.....	54
V. RESULTADOS.....	55
5.1. Resultados:.....	55
5.2. Análisis de los resultados.....	65
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS:.....	88
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	89
ANEXO N°01: CUESTIONARIO.....	93
ANEXO N°02: CONSTANCIAS DE VAIDACIÓN DEL INSTRUMENTO.....	96
ANEXO N°03: LISTA DE MYPES DE GIRO DE VENTA DE ROPA	
MERCADO CENTRAL – CHICLAYO – 2016	101

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Situación del Establecimiento	55
Tabla 2: Tiempo de Funcionamiento del Negocio.....	55
Tabla 3: Es Único Dueño de su Negocio.....	56
Tabla 4: Inicio su Negocio con qué Tipo de Capital.	56
Tabla 5: Cuantos Créditos tiene Actualmente	57
Tabla 6: Con qué Tipo de Entidad Financiera Trabaja.....	57
Tabla 7: Si Obtuvo un Crédito, en que fue Invertido.....	58
Tabla 8: Cual fue su Influencia para Obtener un Crédito.	58
Tabla 9: Su Negocio ha Crecido en los 02 últimos Años	59
Tabla 10: Influencia de los Créditos en su Negocio.	59
Tabla 11: Sus Productos están Diversificados por el apoyo de Créditos.....	60
Tabla 12: Ha Crecido el N° de Trabajadores en su Negocio	60
Tabla 13: Su Negocio cuenta con nuevas Sucursales.	61
Tabla 14: Ha adquirido nuevos Conocimientos para su Negocio.....	61
Tabla 15: Ha adquirido Nueva Tecnología para su Negocio.....	62
Tabla 16: Su Negocio adquirió Nueva Imagen.....	62
Tabla 17: A Título personal Ud. Cree que los Créditos hacen Crecer un Negocio... ..	63
Tabla 18: Las Ventas han Crecido en los Últimos Meses	63
Tabla 19: Cuenta con Fuertes Competidores	64
Tabla 20: Se siente a gusto con su Negocio en el Mercado Central	64

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Situación del Establecimiento	65
Gráfico 2. Tiempo de Funcionamiento del Negocio.....	66
Gráfico 3. Es Único Dueño de su Negocio	67
Gráfico 4. Inicio su Negocio con qué Tipo de Capital.	68
Gráfico 5. Cuantos Créditos tiene Actualmente	69
Gráfico 6. Con qué Tipo de Entidad Financiera Trabaja	70
Gráfico 7. Si Obtuvo un Crédito, en que fue Invertido.....	71
Gráfico 8.Cuál fue el motivo para Obtener un Crédito.....	72
Gráfico 9. Su Negocio Creció en los 2 últimos Años con el apoyo de Créditos.	73
Gráfico 10. Impacto de los Créditos en su Negocio.	74
Gráfico 11. Sus Productos están Diversificados por el apoyo de Créditos.....	75
Gráfico 12. Ha Crecido el N° de Trabajadores en su Negocio	76
Gráfico 13. Su Negocio cuenta con nuevas Sucursales.	77
Gráfico 14. Ha adquirido nuevos Conocimientos para su Negocio.....	78
Gráfico 15. Ha adquirido nueva Tecnología para su Negocio.....	79
Gráfico 16. Su Negocio adquirió nueva Imagen.....	80
Gráfico 17. A Título personal Ud. Cree que los Créditos hacen Crecer un Negocio.	81
Gráfico 18. Las Ventas han Crecido en los Últimos Meses	82
Gráfico 19. Cuenta con Fuertes Competidores	83
Gráfico 20. Se siente a gusto con su Negocio en el Mercado Central	84

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Factores de Crecimientos	36
Cuadro 2: Características, número de trabajadores, niveles de ventas anuales	44
Cuadro 3: Pasos para constituir una empresa	45
Cuadro 4. Operacionalización de Variables.	51
Cuadro 5. Matriz de Consistencia.....	53
Cuadro 6. Consolidado de resultados por objetivo	85

I. INTRODUCCIÓN.

Hoy en día el mundo financiero tiene dos pilares fundamentales, que son el crédito y el comercio, con respecto al primero “Quien no tenga crédito está perdido, no existe o simplemente es una persona o entidad poco fiable” (Gunther, 2010).

Se aprecia entonces como el crédito es un elemento primordial en el desarrollo de las entidades financieras en el mundo, entidad que no tenga crédito, pierde muchas posibilidades de desarrollo.

En América Latina, las MYPEs son los motores del crecimiento económico, por ello es preocupación de los gobiernos y de la sociedad civil en general, generar los instrumentos adecuados para apoyarlas (Bernilla, 2006). Estos instrumentos son fundamentalmente el financiamiento (Préstamos) y como segundo punto la capacitación empresarial. Sin embargo, recién en los últimos tiempos las instituciones financieras bancarias y no bancarias están tomando algunas medidas positivas para mejorar el financiamiento hacia las MYPEs.

En la economía peruana las Micro y pequeñas empresas MYPEs, son las mayores generadoras de empleo, además de contribuir con un alto porcentaje del PBI. Sin embargo, también es uno de los sectores con menos apoyo por parte del gobierno; teniendo que acudir a las entidades financieras para poder lograr un crecimiento económico y patrimonial sostenido en el tiempo.

En el Perú el crédito promedio de las MYPEs en el sistema financiero a mayo del 2016 ascendió a S/.56, 458, que significó un retroceso de 1,5% frente a los S/.57, 295 de mayo del año anterior, indicó un reporte de la Central Sentinel. (El_Comercio, 2016)

Por otro lado, el saldo deudor de las MYPEs al cierre del quinto mes del año es de S/.24, 349 millones, monto que aumenta en 3.2% con respecto al mismo mes del año anterior. "En los 12 últimos meses la variación mensual presenta leves fluctuaciones, en un rango de 2%", dijo Sentinel. (El_Comercio, 2016)

Las micro y pequeñas empresas (MYPEs) se constituyen como el eje del desarrollo, debido a su capacidad para crear empleos, flexibilidad en la estructura organizacional, adaptabilidad a la innovación y a los movimientos del mercado; sin embargo las MYPEs no tienen acceso a los apoyos financieros preferenciales que ofrece la banca de desarrollo debido a que éstos se otorgan a través de intermediarios financieros. (Bazán, 2014)

Las grandes empresas, nacieron de empresas familiares, micro empresa o pequeña empresa. Las micro y pequeñas empresas (MYPEs) surgen de la necesidad que no ha sido satisfechas por el estado, tampoco por las grandes empresas nacionales, ni las inversiones de las grandes empresas internacionales en la generación de puestos de trabajo y por lo tanto estas personas guiadas por esa necesidad buscan la manera de poder generar sus propias fuentes de ingresos y para ello recurren de diferentes medios para

conseguirlo, creando sus propios negocios a través de pequeñas empresas, con el fin de auto-emplearse, emplear a sus familiares o dar trabajo a otros.

Con respecto a la problemática tenemos: En nuestro Perú tenemos cada vez un número más grande de personas naturales y de pequeñas empresas, así como microempresarios como son los comerciantes de Venta de Ropa del mercado central de Chiclayo, que requieren crédito. Esta creciente forma de generar ingresos económicos viene siendo una alternativa de subsistencia en nuestro país ante la falta de empleo.

El crédito a microempresarios consiste en el otorgamiento de un financiamiento de corto o mediano plazo para satisfacer necesidades de capital de trabajo, equipos, máquinas y otros. Por fortuna ahora conceden una amplia variedad de créditos comerciales, adaptados a las necesidades específicas del prestatario.

Podemos decir, según Van, J. (1996) que “El crédito a corto plazo sigue siendo una fuente popular de financiamiento de los negocios en particular en aquellos de actividades pequeñas”

El término microempresa o micro negocio “está referido genéricamente a las unidades económicas de baja productividad y de baja capitalización que por lo general, nacen de la necesidad de sobrevivencia de sus propietarios. Así tenemos, que al microempresario peruano lo podremos definir como un trabajador por cuenta propia o trabajador cuyas características según Rosales

(2001) “más comunes se vinculan al número de trabajadores que emplea, el tamaño de sus activos y los volúmenes de sus ventas o ingresos anuales”

Estos microempresarios del mercado central, desarrollan principalmente actividades de servicios, comercio, fabricación en sus diversas modalidades, y que surgen como distribuidoras de las empresas de mayor tamaño, agentes de servicios y proveedores, además que estas pequeñas empresas resuelven las necesidades especiales de los consumidores.

Perú es un país “En donde tres de cada cuatro personas que trabajan pertenecen al sector micro empresarial, las instituciones micro financieras (IMF) han encontrado un nicho perfecto para desarrollarse” (Van, 1996). Las microempresas requieren así de acceso a financiamiento en condiciones apropiadas a sus especiales circunstancias y características. “La promoción del microcrédito ocupa un lugar destacado, ya que el acceso al financiamiento puede incrementar la productividad, el volumen de producción y/o ventas y la inversión, fomentando así una mejora de los ingresos familiares y la creación de nuevos puestos de trabajo”

De preferencia se debe solicitar créditos a las instituciones financieras, que cuenta con autonomía administrativa, económica y financiera supervisada por la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS), regulada por el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), controlada por el Fondo de Seguros de Depósitos (FSD) y Contraloría General de la Republica (CGR).

En el ámbito local, las empresas del giro de Venta de Ropa del mercado central, han presentado en su mayoría serios problemas para desarrollarse empresarialmente, debido a factores externos e internos como por ejemplo, burocracia de la administración del mercado, del municipio y de la misma SUNAT, así como los engorrosos controles de Defensa Civil, en resumen las empresas dedicadas a la Venta de Ropa se ven un poco impedidas de desarrollar o crecer, teniendo entre las alternativas los créditos financieros de las diferentes entidades financieras como Bancos, Cajas Municipales, Cajas Rurales, Financieras, Cooperativas, Edpymes, entre otros. Por tal motivo se realiza un proyecto de investigación formulándose la siguiente pregunta:

Por lo anteriormente expresado, el enunciado del problema de investigación es el siguiente: ¿Cuáles son las Características de los Créditos y el Desarrollo Empresarial de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo – 2016?

Por todo lo mencionado es que se ha creído conveniente realizar un proyecto de investigación, para lo cual nos hemos planteado el siguiente Objetivo General: Determinar la Caracterización de los Créditos y el Desarrollo Empresarial de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo – 2016.

Para poder alcanzar el propósito general planteado se proponen los siguientes objetivos: Primero: Identificar el Estado Crediticio Actual de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo. Segundo: Identificar los

Factores Influyentes en el Desarrollo Empresarial de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo y Tercero: Identificar la Evolución del Desarrollo Empresarial de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, en los últimos 2 años.

Finalmente la investigación se justifica porque permitirá determinar si los créditos intervienen en el desarrollo empresarial de las MYPEs del giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo – 2016, para que se pueda tener muy claro la ventaja o desventaja de los créditos en los micro y pequeños empresarios del mencionado rubro, asimismo conocer verdaderamente si los prestamos adquiridos por estos negocios contribuyeron significativamente a su desarrollo económico, las cuales forman parte del motor de la economía peruana, del cual desarrollan miles de empleos a nivel nacional, contribuyendo de esta manera al mejoramiento de calidad de vida de miles de familias en el ámbito local, regional y nacional.

La presente investigación está estructurada de la siguiente manera:

I. Introducción: Se describe la problemática, se menciona los objetivos, la justificación entre otros. II Revisión de la Literatura: Se describe los trabajos previos o antecedentes de estudio, así como las bases conceptuales que fundamentan la investigación. En el Apartado III se indica que la investigación no lleva Hipótesis, luego se desarrolla el Capítulo IV Metodología, donde se describe el diseño de investigación, la población, muestra, variables, Técnicas e instrumentos, se describe el Plan de análisis, entre otros. Luego se presentan

los resultados en el Capítulo V Resultados donde se muestran tablas con sus respectivas frecuencias, porcentajes y resúmenes, para luego pasar al análisis mediante gráficos e interpretaciones de los datos obtenidos a través de la encuesta. Finalmente se presentan las conclusiones en el Apartado VI Conclusiones para luego presentar aspectos complementarios la cual consiste en la presentación de recomendaciones, para luego presentar las fuentes bibliográficas utilizadas en esta investigación y asimismo los anexos como son el cuestionario usado en la encuesta.

II REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES.

Azahar (2006) El Salvador; En su tesis titulada: Investigación sobre la demanda de crédito bancario por parte de las pequeñas y medianas empresas en el salvador, Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas”. En su trabajo de investigación, Las pequeñas y medianas empresas en el salvador son un motor importante en la economía del país, ya que representan un alrededor del 32.9% del producto interno bruto y el 45.3% del empleo nacional.

Por lo tanto, los regímenes de América Latina, y en el caso particular de El Salvador, se está dando un afirmación a las PYMEs creando marcos regulatorios y políticas públicas que faciliten el desarrollo de las PYMEs.

Además, es posible localizar los estudios de fundaciones son dedicadas a la promoción del desarrollo de la PYMES, de las cuales son: al Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la fundación para el desarrollo sostenible (FUNDES), Fundación Empresarial para el Desarrollo Razonable de la pequeña y mediana empresa (FUNDAPYME), Comisión Nacional de la Micro y pequeña Empresa (CONAMYPE) y la fundación Salvadoreña para el desarrollo económico y social (FUSADES).

Según lo expuesto por las instituciones antes indicadas, la falta de acceso al financiamiento de las PYMEs Salvadoreñas es el principal limitante para su desarrollo. Pero las personas empresarias que consideran que el acceso al financiamiento es el segundo principal obstáculo para el desarrollo de ellas. Según lo identificado por FUNDAPYME (2002) el 50% del total de PYMEs expresaron haber tenido insuficiencias de crédito, pero de las PYMEs que demandaron crédito, el 91% lo obtuvo. De tal manera, a pesar que las empresarias y los empresarios del sector en estudio asemejan el acceso al crédito como el segundo principal obstáculo para la mejora de sus asociaciones y sin embargo su nivel de petición de crédito es respectivamente

bajo en relación a la demanda permitió que consumieran tenerlo. Por tanto las PYMEs tienen una insuficiencia de Crédito, pero esas insuficiencias no se podían estar retransmitiendo en demanda efectiva de crédito hacia las existencias financieras. Así pues, el ecuánime general de la averiguación es que a partir de las diferencias de oferta de intervención hacia las PYMEs, se busca asemejar los principales factores que decreten qué las necesidades de financiamiento de las pequeñas y medianas empresas salvadoreñas no se traducen en una demanda efectiva de crédito. Para cumplir con el objetivo general de la investigación, se han establecido los siguientes objetivos específicos:

1. Identificar las características de cada oferta de crédito para PYMEs Salvadoreñas.
2. Evaluar la oferta crediticia para la perspectiva de los actores asociativos para las claves vinculados a la promoción del desarrollo del sector PYMEs.
3. Evaluación de la oferta crediticia desde la perspectiva de los empresarios y empresarias del sector PYME.

Para concretizar los objetivos antes aludidos, se realizó un estudio de la oferta de crédito hacia las PYMEs desde la perspectiva de las financieras y los financieros, y de las fundaciones relacionadas a las PYMEs; con la intención de analizar el suceso de las condiciones para acceder al crédito y sus implicaciones en la demanda efectiva de crédito de las PYMEs. Al finalizar el proceso de investigación fue posible asemejar que dicha demanda de crédito no está relacionada a la falta de necesidad del mismo por parte de las PYMEs, sino que, son las condiciones bajo las cuales la banca comercial ofrece crédito y el mal record crediticio con que cuentan las empresas, las causas de la baja demanda de crédito por parte de éstas.

Filippo (2011) Argentina, En su tesis titulada; Financiamiento del desarrollo económico diversificación de instrumentos financieros en una economía en desarrollo; Universidad de Buenos Aires – Argentina, En su trabajo de investigación; Limitación del campo de indagación: A partir de las experiencias de desarrollo económico y de las teorías existentes de la relación

entre evolución financiera e incremento económico, se busca mejorar la definición del rol que compete a la política financiera en un programa de desarrollo económico.

Objeto de estudio: En este trabajo el objeto de estudio es una “totalidad” económica de un país en desarrollo imaginario, que abarca sus aspectos reales y financieros. De esta economía, se realizara el proceso de crecimiento y cambio de la estructura productiva y financiera.

El objeto de estudio no es la economía Argentina. En muchos casos, los esquemas analíticos y conceptuales utilizados en esta tesis pueden ser utilizados para la comprensión de recorrido económica y financiera de economías de diverso grado de desarrollo. Sin embargo el interés principal y el rango preferido de aplicación refieren a economías sobre las cuales pesa la amenaza de una “trampa de desarrollo”.

Berberisco (2013) Lima, En su tesis titulado: Los créditos de las Cajas Municipales y el Desarrollo Empresarial de las MYPEs del sector Metalmecánica en el Distrito de Independencia, Universidad San Martín de Porres, En su trabajo de investigación: El objetivo general del presente trabajo de investigación fue determinar la intervención de los créditos de las Cajas Municipales en el desarrollo corporativo de las MYPEs del sector metalmecánica en el Distrito de Independencia, teniendo en cuenta que el punto crítico es el acceso al crédito por un número razonable de micro y pequeñas empresas del sector metalmecánica. Este trabajo de investigación se desarrolló bajo la orientación de investigación descriptiva, explicativa y cuantitativa en donde se ha respetado los aportes e indagaciones de diferentes personalidades que han facilitado la nutrición en la investigación del tema. El universo estuvo conformado por 31 empresas de metalmecánica del distrito de Independencia.

Los resultados del trabajo de campo mostraron que las MYPEs tienen enormes dificultades para cumplir con los requisitos que les son exigidos. Por una parte, muestran falencias técnicas asociadas a la presentación de las solicitudes de crédito ante las entidades financieras; esto incluye el armado del proyecto, el diseño de una estrategia y la capacidad de reunir la documentación pertinente. Por otra, tienen dificultades que se centran en la falta de garantías suficientes, a los elevados costos del financiamiento y a las exigencias de las entidades financieras.

Gomero (2003) Lima, En su tesis titulada: Participación de los intermediarios financieros bancarios y no bancarios en el desarrollo de las PYMES Textiles en Lima Metropolitana de 1990 al 2000. Universidad Mayor de San Marcos, En su trabajo de investigación: Como se sabe, afrontando los retos de la globalización, las PYMES surgieron en nuestro país como fenómeno socioeconómico que buscaba responder a muchas de las necesidades insatisfechas de los sectores más pobres de la población. Desde el inicio fueron una alternativa frente al desempleo, a los bajos recursos económicos y a la falta de oportunidades de desarrollo, entre otros; pero actualmente se han constituido en toda una fortaleza productiva para el país, que según muchos analistas económicos, lo consideran como el colchón social y económico de la sociedad.

Las PYMES, han ganado y acumulado fortalezas en el mercado, a base de iniciativa e ingenio empresarial, por eso se les conoce como micro emprendedores, pero este esfuerzo ha estado lejos de ser complementados, por organizaciones, como los intermediarios financieros, especialmente los bancos, quienes los han considerado como marginal en su cartera de colocaciones, basando este hecho en el argumento del riesgo y el costo.

No solo de los mediadores financieros, los microempresarios no han recibido el apoyo estratégico, sino también este grado de exclusión se extendió a las entidades del Estado, como es el caso de PROMPERU o PROMPEX, que

justamente tienen por función promover externamente a las empresas nacionales; para demostrar lo afirmado solo basta ver las estadísticas de exportación, que en el caso del sector textil y de confecciones, se encuentran concentradas en un minoritario grupo de grandes empresas; no llegando así los beneficios de la globalización a las PYMES. Pero a pesar de todas estas limitaciones las PYMES salieron adelante.

Rengifo (2009) Pucallpa, En su tesis titulada: 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. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, En su trabajo de investigación: La presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general, describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPEs del sector comercio - rubro Artesanía Shipibo - Conibo del Distrito de Callería. La investigación fue descriptiva, para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 14 microempresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: Respecto a los empresarios y las MYPEs: Los empresarios encuestados manifestaron que: el 100% de los encuestados son adultos, el 57% es masculino y el 50% tiene secundaria completa. Así mismo, las principales características de las MYPEs del ámbito de estudio son: El 100% afirman que tienen más de 03 años en la actividad empresarial y el 71% tienen trabajadores eventuales. Respecto al financiamiento: Los empresarios encuestados manifestaron que: el 86% financia su actividad económica con créditos de terceros y el 33% lo invirtió en progreso y/o ampliación de su local. Respecto a la capacitación: Los administradores encuestados manifestaron que: el 86% no recibió capacitación antes del otorgamiento de créditos, el 7% si recibió capacitación y el 71% recibió un sólo curso de capacitación. Respecto a la Rentabilidad: el 93% afirma que con el crédito conferido ha mejorado su negocio, 57% comenta que la aprendizaje mejoró la rentabilidad de las empresas y el 57% afirmó que el año 2010 fue mejor que el año anterior:

Eusebio (2015) En su Tesis Factores que influyen en las decisiones financieras de los microempresarios para tomar un financiamiento en la Caja Municipal del Santa en Chimbote periodo 2013 – 2014. Básicamente fue un estudio necesario porque la búsqueda del financiamiento constituye un problema real en las finanzas y porque nunca antes se ocuparon de estudiar variables tan complejas pero muy dinámicas cuando se otorgan créditos en Chimbote, era necesario prestar atención a ellas, su importancia radica en su condición de pionera en la profesión contable. El método empleado fue el deductivo Es una investigación descriptiva y de acuerdo al enfoque cuantitativo, La muestra estudiada se conformó de los 350 Micro Empresarios clientes de la CMACS, todos colaboraron previo conocimiento de los objetivos de investigación. Para el estudio de variables se consideró la técnica de encuesta, por lo que se diseñó y aplicó un cuestionario. Los resultados fueron procesados con la estadística descriptiva siguiendo los objetivos. La discusión estableció la concatenación de los principales aportes teóricos corroborados por las evidencias del trabajo de campo. El procesamiento estadístico se desarrolló en una hoja de cálculo con el programa SPSS versión 20. Se concluyó que los factores influyentes en la decisión financiera del microempresario para tomar un financiamiento en la Caja Municipal de la Santa son básicamente la tasa de interés, rapidez del servicio, el servicio personalizado y especializado.

Kong (2014) Chiclayo, En su tesis titulada; Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las MYPEs del distrito de San José – Lambayeque en el período 2010-2012, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, En su trabajo de investigación; El presente trabajo de investigación se concentra principalmente en determinar la relación que existe entre las fuentes de financiamiento y el desarrollo de las MYPES, por lo que su metodología fue de tipo correlacionar y el diseño de investigación de tipo Ex post facto, ya que el análisis se da en un tiempo determinado.

Tuvo como sujetos de estudio a 130 gestores de las MYPEs y a 4 representantes de las fuentes de financiamiento que tuvieron mayor participación en el mercado del Distrito de San José, obteniendo resultados medidos a través de encuestas y entrevistas.

Principalmente se analizó la situación del sector micro empresarial de San José, determinándose que el sector comercial es el de mayor concentración, evidenciado por las bodegas quienes producto de sus ahorros dieron inicio a sus pequeños negocios, pero con el afán de desplegar y obtener un crecimiento en el tiempo decidieron optar por otras alternativas para poder financiarse; dando inicio al protagonismo de las fuentes de financiamiento.

Con ello se pudo determinar que una proporción considerable de MYPEs han sabido gestionar su financiamiento reflejado en el aumento de su producción y en el de sus ventas, considerando favorable la intervención de las fuentes de financiamiento.

Por otro lado, existe una parte de pequeños negocios que no han destinado de manera correcta su financiamiento, limitando su desarrollo en el tiempo, básicamente afectado por una incompleta gestión empresarial. Ante esta situación se recomendó promover actividades de gestión empresarial con el apoyo de nuevos programas de financiamiento o la reformulación de los ya existentes, que les permita un correcto direccionamiento del financiamiento contribuyendo en el desarrollo y crecimiento empresarial de las MYPES.

2.2. BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN.

2.2.1. Créditos

- a. Créditos: “Se refiere a la suma de los créditos directos más indirectos” (Resolución SBS N° 11356-2008).
- b. Créditos directos: Representa los financiamientos que bajo cualquier modalidad, las empresas del sistema financiero otorguen a sus clientes,

originando a cargo de éstos la obligación de entregar una suma de dinero determinada, en uno o varios actos, comprendiendo inclusive las obligaciones derivadas de refinanciamientos y reestructuraciones de créditos o deudas existentes (Resolución SBS N° 11356-2008).

c. Créditos indirectos o créditos contingentes: “Representan los avales, las cartas fianza, las aceptaciones bancarias, las cartas de crédito, los créditos aprobados no desembolsados y las líneas de crédito no utilizadas, otorgados por las empresas del sistema financiero” (Resolución SBS N° 11356-2008).

d. Créditos a bancos multilaterales de desarrollo: “Créditos a organismos constituidos por un conjunto de estados, que brindan financiamiento y servicios complementarios para el desarrollo” (SBS, 2008).

e. Créditos soberanos: Créditos con bancos centrales, tesoros públicos y otras entidades del sector público que posean partidas asignadas por el tesoro público para pagar específicamente dichas exposiciones (Resolución SBS N° 11356-2008).

f. Créditos a entidades del sector público: Créditos a dependencias del sector público que no hayan sido considerados como soberanos. Incluye créditos a gobiernos locales y regionales, así como a empresas públicas o mixtas (Resolución SBS N° 11356-2008).

g. Créditos a intermediarios de valores: “Créditos a empresas cuyas principales líneas de negocios son la intermediación de valores, la administración de fondos, los servicios de asesoría financiera, banca de inversión y negociación de valores”. Incluye el financiamiento otorgado a las Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones, Bolsas de Valores, Sociedades Agentes de Bolsa, Fondos Mutuos y Fondos de Inversión, vehículos de propósitos especial, patrimonios fideicometidos y a las empresas que los administran; así como el financiamiento otorgado a otras instituciones que designe la Superintendencia (Resolución SBS N° 11356-2008).

h. Créditos a empresas del sistema financiero: Créditos a empresas comprendidas en los literales A y B del artículo 16° de la Ley General y sus similares del exterior. Incluye el financiamiento otorgado a FOGAPI,

COFIDE, Banco de la Nación, Banco Agropecuario y al Fondo MIVIVIENDA (Resolución SBS N° 11356-2008).

i. Créditos revolventes: “Son aquellos créditos en los que se permite que el saldo fluctúe en función de las decisiones del deudor. Incluye las modalidades de avances en cuenta corriente, tarjetas de crédito, sobregiros en cuenta corriente, préstamos revolventes y otros créditos revolventes”. Asimismo, se consideran dentro de este tipo de crédito los productos que permiten reutilizaciones parciales, es decir, que tienen un componente revolvente y otro no revolvente (Resolución SBS N° 11356-2008).

j. Créditos no revolventes: Son aquellos créditos reembolsables por cuotas, siempre que los montos pagados no puedan ser reutilizables por el deudor. En este tipo de crédito no se permite que los saldos pendientes fluctúen en función de las propias decisiones del deudor (Resolución SBS N° 11356-2008).

k. Deudor minorista: Persona natural o jurídica que cuenta con créditos directos o indirectos clasificados como de consumo (revolventes y no revolventes), a microempresas, a pequeñas empresas o hipotecarios para vivienda (Resolución SBS N° 11356-2008).

l. Deudor no minorista: “Persona natural o jurídica que cuenta con créditos directos o indirectos corporativos, a grandes empresas o a medianas empresas” (Resolución SBS N° 11356-2008).

m. Endeudamiento total en el sistema financiero: Para fines de esta norma, es la suma de los créditos directos, avales, cartas fianza, aceptaciones bancarias y cartas de crédito que posee un deudor en el sistema financiero, sin incluir los créditos castigados (Resolución SBS N° 11356-2008).

n. Exposición equivalente a riesgo crediticio de los créditos indirectos: Es el resultado de multiplicar los créditos indirectos que posee un deudor en la empresa por los factores de conversión crediticios (Resolución SBS N° 11356-2008).

o. Días: Días calendario (Resolución SBS N° 11356-2008).

p. Manual de Contabilidad: Manual de Contabilidad para las Empresas del Sistema Financiero aprobado mediante Resolución SBS N° 895-98 del 1 de

septiembre de 1998 y sus normas modificatorias (Resolución SBS N° 11356-2008).

q. Superintendencia: Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones (Resolución SBS N° 11356-2008).

Tipos de créditos Según Resolución SBS N° 11356-2008

a. Créditos Corporativos

Son aquellos créditos otorgados a personas jurídicas que han registrado un nivel de ventas anuales mayor a S/. 200 millones en los dos (2) últimos años, de acuerdo a los estados financieros anuales auditados más recientes del deudor. Si el deudor no cuenta con estados financieros auditados, los créditos no podrán ser considerados en esta categoría.

Si posteriormente, las ventas anuales del deudor disminuyesen a un nivel no mayor a S/. 200 millones durante dos (2) años consecutivos, los créditos deberán reclasificarse como créditos a grandes empresas.

Adicionalmente, se considerarán como corporativos a los créditos soberanos, a los créditos concedidos a bancos multilaterales de desarrollo, a entidades del sector público, a intermediarios de valores, a empresas del sistema financiero, a los patrimonios autónomos de seguro de crédito y a fondos de garantía constituidos conforme a Ley.

b. Créditos a Grandes Empresas

Son aquellos créditos otorgados a personas jurídicas que poseen al menos una de las siguientes características:

Ventas anuales mayores a S/. 20 millones pero no mayores a S/.200 millones en los dos (2) últimos años, de acuerdo a los estados financieros más recientes del deudor.

El deudor ha mantenido en el último año emisiones vigentes de instrumentos representativos de deuda en el mercado de capitales.

Si posteriormente, las ventas anuales del deudor excediesen el umbral de S/. 200 millones durante dos (2) años consecutivos, los créditos del deudor deberán reclasificarse como créditos corporativos, siempre que se cuente con estados financieros anuales auditados. Asimismo, si el deudor no ha mantenido emisiones vigentes de instrumentos de deuda en el último año y sus ventas anuales han disminuido a un nivel no mayor a S/. 20 millones durante dos (2) años consecutivos, los créditos deberán reclasificarse como créditos a medianas empresas, a pequeñas empresas o a microempresas, según corresponda, en función del nivel de endeudamiento total en el sistema financiero en los últimos (6) meses. (Resolución SBS N° 11356-2008)

c. Créditos a Medianas Empresas

Son aquellos créditos otorgados a personas jurídicas que tienen un endeudamiento total en el sistema financiero superior a S/. 300.000 en los últimos seis (6) meses y no cumplen con las características para ser clasificados como créditos corporativos o a grandes empresas.

Si posteriormente, las ventas anuales del deudor fuesen mayores a S/.20 millones durante dos (2) años consecutivos o el deudor hubiese realizado alguna emisión en el mercado de capitales, los créditos del deudor deberán reclasificarse como créditos a grandes empresas o corporativos, según corresponda. Asimismo, si el endeudamiento total del deudor en el sistema financiero disminuyese posteriormente a un nivel no mayor a S/. 300,000 por seis (6) meses consecutivos, los créditos deberán ser reclasificados como créditos a pequeñas empresas o a microempresas, dependiendo del nivel de endeudamiento. (Resolución SBS N° 11356-2008)

Se considera también como créditos a medianas empresas a los créditos otorgados a personas naturales que posean un endeudamiento total en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda) superior a S/. 300,000 en los últimos seis (6) meses, siempre que una parte de dicho endeudamiento corresponda a créditos a pequeñas empresas o a microempresas, caso contrario permanecerán clasificados como créditos de consumo. (Resolución SBS N° 11356-2008)

Si posteriormente, el endeudamiento total del deudor en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda), se redujera a un nivel no mayor a S/. 300,000 por seis (6) meses consecutivos, los créditos deberán reclasificarse como créditos de consumo (revolvente y/o no revolvente) y como créditos a pequeñas empresas o a microempresas, dependiendo del nivel de endeudamiento y el destino del crédito, según corresponda. (Resolución SBS N° 11356-2008)

d. Créditos a Pequeñas Empresas

Son aquellos créditos destinados a financiar actividades de producción, comercialización o prestación de servicios, otorgados a personas naturales o jurídicas, cuyo endeudamiento total en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda) es superior a S/.20,000 pero no mayor a S/. 300,000 en los últimos seis (6) meses. (Resolución SBS N° 11356-2008)

Si posteriormente, el endeudamiento total del deudor en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda) excediese los S/. 300,000 por seis (6) meses consecutivos, los créditos deberán ser reclasificados como créditos a medianas empresas. Asimismo, en caso el endeudamiento total del deudor en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda) disminuyese posteriormente a un nivel no mayor a S/. 20,000 por seis (6) meses consecutivos, los

créditos deberán reclasificarse a créditos a microempresas. (Resolución SBS N° 11356-2008)

e. Créditos a Microempresas

Son aquellos créditos destinados a financiar actividades de producción, comercialización o prestación de servicios, otorgados a personas naturales o jurídicas, cuyo endeudamiento total en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda) es no mayor a S/. 20,000 en los últimos seis (6) meses. (Resolución SBS N° 11356-2008)

Si posteriormente, el endeudamiento total del deudor en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda) excediese los S/. 20,000 por seis (6) meses consecutivos, los créditos deberán ser reclasificados al tipo de crédito que corresponda, según el nivel de endeudamiento. (Resolución SBS N° 11356-2008)

f. Créditos de Consumo Revolvente

Son aquellos créditos revolventes otorgados a personas naturales, con la finalidad de atender el pago de bienes, servicios o gastos no relacionados con la actividad empresarial. (Resolución SBS N° 11356-2008)

En caso el deudor cuente adicionalmente con créditos a microempresas o a pequeñas empresas, y un endeudamiento total en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda) mayor a S/. 300,000 por seis (6) meses consecutivos, los créditos deberán ser reclasificados como créditos a medianas empresas. (Resolución SBS N° 11356-2008)

Lo señalado en el párrafo anterior no es aplicable a los créditos otorgados a personas naturales que sólo posean créditos de consumo

(revolventes y/o no revolventes) y/o créditos hipotecarios para vivienda, debiendo permanecer clasificados como créditos de consumo (revolventes y/o no revolventes) y/o créditos hipotecarios para vivienda, según corresponda. (Resolución SBS N° 11356-2008)

g. Créditos de Consumo No-Revolvente

Son aquellos créditos no revolventes otorgados a personas naturales, con la finalidad de atender el pago de bienes, servicios o gastos no relacionados con la actividad empresarial. (Resolución SBS N° 11356-2008)

En caso el deudor cuente adicionalmente con créditos a pequeñas empresas o a microempresas, y un endeudamiento total en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda) mayor a S/. 300,000 por seis (6) meses consecutivos, los créditos deberán ser reclasificados como créditos a medianas empresas. (Resolución SBS N° 11356-2008)

Lo señalado en el párrafo anterior no es aplicable a los créditos otorgados a personas naturales que sólo posean créditos de consumo (revolventes y/o no revolventes) y/o créditos hipotecario para vivienda, debiendo permanecer clasificados como créditos de consumo (revolventes y/o no revolventes).y/o créditos hipotecarios para vivienda, según corresponda. (Resolución SBS N° 11356-2008)

h. Créditos Hipotecarios para Vivienda

Son aquellos créditos otorgados a personas naturales para la adquisición, construcción, refacción, remodelación, ampliación, mejoramiento y subdivisión de vivienda propia, siempre que tales créditos se otorguen amparados con hipotecas debidamente inscritas; sea que estos créditos se otorguen por el sistema convencional de

crédito hipotecario, de letras hipotecarias o por cualquier otro sistema de similares características. (Resolución SBS N° 11356-2008).

Se incluyen también en esta categoría los créditos para la adquisición o construcción de vivienda propia que a la fecha de la operación, por tratarse de bienes futuros, bienes en proceso de independización o bienes en proceso de inscripción de dominio, no es posible constituir sobre ellos la hipoteca individualizada que deriva del crédito otorgado. (Resolución SBS N° 11356-2008)

Asimismo, se consideran en esta categoría a:

1. Los créditos hipotecarios para vivienda otorgados mediante títulos de crédito hipotecario negociables de acuerdo a la Sección Séptima del Libro Segundo de la Ley N° 27287 del 17 de junio de 2000; y

2. Las acreencias producto de contratos de capitalización inmobiliaria, siempre que tal operación haya estado destinada a la adquisición o construcción de vivienda propia. (Trejos , 2003)

Para determinar el nivel de endeudamiento en el sistema financiero se tomará en cuenta la información de los últimos seis (6) Reportes Crediticios Consolidados (RCC) remitidos por la Superintendencia. El último RCC a considerar es aquel que se encuentra disponible el primer día del mes en curso. (Trejos , 2003)

En caso el deudor no cuente con historial crediticio, el nuevo crédito será tomado como criterio para determinar su nivel de endeudamiento en el sistema financiero. Asimismo, si el deudor cuenta con historial crediticio, pero no ha sido reportado en todos los RCC de los últimos seis (6) meses que haya remitido la Superintendencia, se tomará en cuenta sólo la información de los RCC antes mencionados, en que figure el deudor. (Trejos , 2003)

Según el Manual de Políticas y Reglamento de Créditos de la Caja Sipán (2015, p.3). Se considera como sujetos de crédito a personas naturales y jurídicas que cumplan con los requisitos establecidos para las diferentes modalidades de créditos que ofrece la Caja, sean directos o indirectos. Para minimizar el riesgo inherente al proceso crediticio, previo al otorgamiento de un crédito debe evaluarse la capacidad de pago del cliente, su nivel de endeudamiento, antecedentes crediticios, entorno económico, capacidad para cumplir sus obligaciones frente a variaciones cambiarias y garantías ofrecidas según corresponda. (CajaSipán, 2015)

No pueden ser sujetos de crédito, aquellas personas que: - Figuren en INDECOPI como insolventes, sometidas a junta de acreedores, en proceso de reestructuración, en proceso de liquidación o que sean funcionarios o gerentes de empresas declaradas insolventes.

Tengan o hayan tenido juicio con la Caja u otras instituciones financieras. - Hubieran dispuesto de los bienes dados en garantía real cuando mantuvieron créditos vigentes y/o vencidos en la institución. - Tengan una clasificación SBS en categoría deficiente, con calificación mayor al 10% del total de sus obligaciones, y dudoso, pérdida o con créditos castigados en el sistema financiero nacional.

Hayan sido ingresadas en el archivo negativo de la Caja, por intento de fraude, estafa u otra situación similar.

Se vean restringidas por las condiciones de las líneas de financiamiento que la Caja intermedie.

Persona natural:

La persona natural o física son todos los ente de la especie humana que sólo por el hecho de existir las características dadas por

el derecho desde el punto de vista jurídico que tienen como atributo que son domicilio, nacionalidad, etc. estas personas poseen un patrimonio personal que no se puede separar de su dueño y puede contraer nuevas obligaciones o derechos que pueden ser transferido entre unos y otros pero el patrimonio continuará vinculado indefinidamente a el individuo mientras persiste el patrimonio que es el único que las personas nunca pierden sea cual sea.

Persona jurídica

La persona jurídica o moral es una persona ficticia capaz de ejercitar los derechos y adquirir las obligaciones para realizar actividades que ocasionan plena responsabilidad jurídica que es la imputabilidad jurídica de un hecho jurídico causada por la culpabilidad de la responsabilidad objetiva que es un tipo de responsabilidad civil que se produce con independencia de toda culpa por parte del sujeto responsable que supone el nacimiento de obligaciones para el imputado y el nacimiento de derechos donde el sujeto se encuentre en posición de reclamarlas, la persona natural o jurídica no es más que la jurisdicción por el ordenamiento jurídico de derechos y obligaciones por sujetos diferentes de los seres humanos.

2.2.2. Desarrollo empresarial

2.2.2.1. Concepto

Según Montero (2011, p.19 al 22) Las oportunidades en los negocios hay que aprovechar cuando la empresa puede aumentar su tamaño de producción a este se le conoce como el Desarrollo Empresarial, el desarrollo empresarial podemos tener dos estrategias teniendo como objetivo aumentar la producción y las ventas sin variar la actividad principal cuyo caso hablamos de “Expansión” el desarrollo puede consistir en una ampliación de sus actividades e introduciéndose y lo cual hasta ahora desconocemos.

2.2.2.2. Crecimiento de la empresa

El crecimiento de la empresa tiene dos tipos los cuales son interno y externo y estos son:

Crecimiento interno: la empresa se puede realizar inversiones por medio de los cuales se puede conseguir y aumentar las ventas; las estrategias de expansión, diversificación, apertura de sucursales en el extranjero.

Crecimiento externo: se podría producir entre uno o varias empresas lo cual una de ellas compra a la otra en esto podemos hacer las diferencias de varios tipos de agrupaciones y estos son:

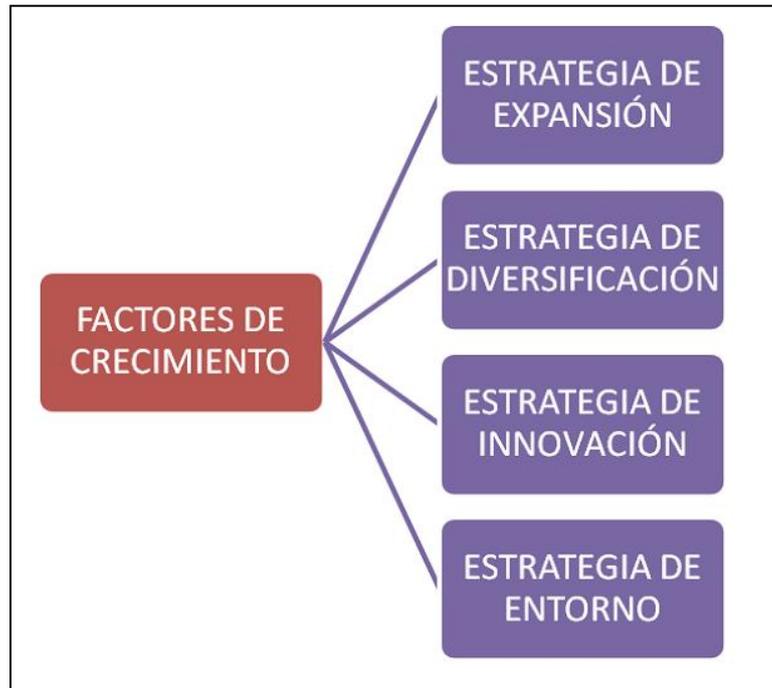
Fusión: Una o más empresas se pueden unir estableciendo una asociación completamente una nueva, esto es, con personalidad legal diferente de la existente antes de la fusión.

Absorción: La empresa puede adquirir a otra de forma que ésta última pasa a unir a la estructura de la primera, perdiendo su personalidad jurídica.

Agrupación horizontal (holding): Las empresas reunidas están por una de ellas, se obtiene más de la mitad de las acciones de la empresa de otras. La Sociedad matriz se encarga de controlar a las demás.

Agrupación vertical (trust): Esto se puede tratar la agrupación de las empresas bajo una misma dirección la cual tiene el objetivo de abarcar todo el proceso productivo. (Montero Caro, 2011)

Cuadro 1: Factores de Crecimientos



Fuente: Fuente: Desarrollo empresarial y emprendedores

<http://www.fudepa.org/FudepaWEB/Actividades/FSuperior/DesarrolloEmp.pdf>

2.2.2.3. Expansión

La expansión es una forma de dicho desarrollo empresarial lo cual se basa en una ruptura de con la situación actual de la compañía.

Estrategias de expansión:

Penetración en el mercado: el objetivo principal podría consiste en aumentar dichas ventas, y que para ello pueden acudir a nuevos clientes o a sus clientes habituales. Este tipo de estrategia de expansión suele acudir en porciones en fase de expansión o cuando se prevé una ampliación lo cual el nivel de su uso del producto por parte de los clientes.

Desarrollo del mercado: Puedo búsqueda de nuevos mercados para mercantilizar el producto o servicio prestado por la empresa. Para poder llevar a cabo el tipo de expansión es necesario que la empresa llevarla a cabo.

Desarrollo del producto: se podría mejorar sus productos tradicionales. Ya que este tipo de estrategia de expansión es muy común cuando se produce situaciones como la competencia tecnológica entre las empresas que distribuyen el mismo producto. (Montero Caro, 2011)

2.2.2.4. Diversificación

Las empresas se pueden introducir en los nuevos mercados ofertando nuevos productos que son procedentes de campo de actuación diferente. Lo cual en este sentido se puede considerar que ha podido producir una ruptura en la situación actual de la compañía. Hay tipos de diversificaciones estos son:

Cuando la empresa se introduce en una actividad similar a la que venía realizando.

Por ejemplo: una empresa que se dedica a la fabricación de bolsos de cuero, aprovecha sus instalaciones y sus clientes habituales para ofrecerles también cinturones de cuero.

La empresa se introduce en sectores totalmente diferentes a su actividad principal.

Por ejemplo: un hipermercado que ofrezca a sus clientes promociones para viajar.

Integración vertical: cuando una empresa realiza todos los procesos de la cadena productiva, desde la obtención de la materia prima hasta la distribución de los productos a los clientes.

Por ejemplo: una cooperativa olivarera se encarga del cultivo y recogida de la aceituna, tiene además su propia almazara donde se elabora y almacena el aceite de oliva y posteriormente distribuyen el producto a una serie de tiendas de venta al público, llegando así hasta el consumidor final.

2.2.2.5. Innovación

Si se persigue el incremento de la compañía es preciso que se estudie e averigüe firmemente todo aquello referido a nuevos servicios y procesos productivos.

La empresa debe ser innovadora aunque no debe olvidar que la innovación e investigación requiere un desembolso económico bastante elevado, de ahí que en la mayoría de los casos la empresa opte por aplicar preferentemente los conocimientos adquiridos y desarrollarlos con tecnología propia. (Montero Caro, 2011)

2.2.2.6. Estrategia de entorno

Este tipo de estrategia de crecimiento persigue el reconocimiento de la imagen pública de la empresa por encima de la propia comercialización de productos.

Por ejemplo: una empresa que opta por la creación de una institución benéfica o una fundación que promueve la investigación en cultura.

2.2.2.7. Objetivo

Identificar los diferentes factores de crecimiento de la empresa.

Conocer las ventajas e inconvenientes de las empresas multinacionales.

Diferenciar los tipos de diversidad existentes.

2.2.2.8. Desarrollo empresarial en la empresa

En la actualidad, las pequeñas empresas industriales constituyen un fragmento muy intrínco de la economía de cada país. Las instituciones del estado deben a manera de estrategia, poner más énfasis por desarrollar esta pequeña industria, ya que los negocios emprendedores ha surgido como un vibrante y dinámico sector de la economía.

Al respecto, Poornima M. Charantimath, manifiesta lo siguiente: “Entrepreneurship Development and Small Business Enterprise”, que los negocios emprendedores han logrado un lugar sobresaliente durante las últimas seis décadas en el despegue socio-económico. Este sector, añade Charantimath, ha mostrado una tendencia de crecimiento positivo, incluso durante los períodos cuando otros sectores de la economía experimentaron, ya sea un crecimiento negativo o nominal (Charantimath, 2006).

Muchos países tienen problemas de desempleo, ello es muy bien conocido y ante esta preocupante situación, los pequeños negocios son una forma simple y efectiva de ayudar a bajar los indicadores de desocupación y desempleo, pero para ello el pequeño comerciante debe contar con todas las ayudas que le pueda ofrecer los sectores como el estado y la empresa privada. Casi todas las pequeñas empresas están dirigidas por familiares o amigos, esto, incuestionablemente, ayuda a la unidad familiar y social (Charantimath, 2006).

En esta investigación se pretende demostrar la jerarquía de la industria de la empresa emprendedora para el desarrollo de un país.

¿Cuál es la importancia de la iniciativa empresarial?

El crecimiento empresarial ha tomado hoy día un significado relevante, según afirma Poornima M. Charantimath, puesto que es una clave para el crecimiento de la economía. Las metas del aumento industrial, el desarrollo regional y la generación de empleos dependen del desarrollo empresarial. Los empresarios son, de este modo, la semilla del desarrollo industrial y los frutos de este desarrollo son oportunidades de empleo para la juventud desempleada; incremento en el ingreso per cápita, un estándar más alto de vida y un aumento en el ahorro individual; ingresos al gobierno por concepto de impuestos, impuestos de ventas, aranceles aduaneros de importación e importación, y un desarrollo regional balanceado (Charantimath, 2006).

Según Poornima M. Charantimath, “en la práctica, los empresarios han alterado la dirección de las economías nacionales, de las industrias, o de los mercados. Ellos han inventado nuevos productos y desarrollado organizaciones y los medios de producción para traerlos al mercado”. Ellos han introducido grandes adelantos en la tecnología y han creado más usos productivos. “Ellos han forzado la relocalización de los recursos, aparte de los usuarios ya existentes, a más y nuevos usuarios. Muchísimas innovaciones han transformado la sociedad y modificado nuestro patrón de vida” y muchos servicios han sido introducidos para alterar o crear nuevos servicios producidos por la industria (Charantimath, 2006).

¿Por qué debería una persona interesarse por ser un empresario de una pequeña empresa?

Según Poornima M. Charantimath, hay varias razones. Entre las que se destacan tenemos:

- Ser su propio jefe y jefe de otras personas y hará decisiones que serán cruciales para el éxito de la empresa o, por el contrario, para su fracaso.
- Tener la ocasión de poner sus ideas en práctica.
- Ganar dinero para uno mismo en lugar de para otro.
- Participar en cada aspecto de la administración de la empresa, así como aprender y ganar experiencia en una variedad de disciplinas.
- Tener la conformidad de trabajar directamente con los clientes de la empresa.
- Ser capaz de trabajar en un área o campo que uno disfrute verdaderamente.
- Tener la complacencia personal de crear y dirigir una empresa exitosa.
- Tener la oportunidad de darle valor a la jubilación (por ejemplo, al vender la empresa cuando se retire).

Importancia de las pequeñas empresas en relación con la macro-economía mundial.

Hodgetts y Kuratko (1995) indica que: “sugirieron que las pequeñas empresas no solamente crean empleos, sino que también son el motor que conduce a la

economía para lograr una calidad de vida global (véase Hills (1995)”. De hecho, Storey (1994) “observa específicamente que las pequeñas empresas, sin embargo, constituyen la mayor parte de las empresas en todas las economías del mundo. Indudablemente, las pequeñas empresas y sus iniciativas juegan un papel mayor en la economía mundial”. (Bygrave, 1994: Timmons, 1994).

La importancia de las industrias y entre ellas, a las pequeñas empresas en el mundo contemporáneo.

Procedo a desarrollar de un modo más analítico y detallado el impacto que tienen las pequeñas empresas en la economía de los países, no sin antes describir lo que es una empresa y los tipos que existen (Hodgetts, 1995).

¿Qué es una empresa?

Según Aguirre (2012), manifiesta que: “¿Cómo Crear Un Pequeño Negocio?”, un negocio es un vinculado de personas, materiales, recursos, técnicos y financieros organizados para alcanzar una meta previamente propuesta. Es decir, la empresa se considera “una unidad de producción de bienes y servicios destinados a la satisfacción de las necesidades humanas”. Añade Aguirre Parra, “Que la empresa, cualquiera que sea el sector productivo en el que actúe, aparece como un conjunto de personas que hacen aportaciones diferentes (ya sea capital, ya sea trabajo), realizan actividades distintas aunque complementarias y coordinadas, las que persiguen un fin común, que no es otro que el de ofrecer en el mercado de bienes y servicios un producto, a fin de satisfacer necesidades humanas y obtener como consecuencia de ello un beneficio” (Aguirre, 2012).

Tipos de empresas

Según S. Anil Kamar (6 - 7), manifiesta lo siguiente:” Small Business and Entrepreneurship”, las empresas se clasifican de la siguiente manera:

- a. La naturaleza de sus actividades empresariales.
- b. Su tamaño.

- c. El nivel de tecnología que utilizan.
- d. Su ubicación.

Explicación de las cuatro clasificaciones:

- a. La naturaleza de sus actividades empresariales:

Aquí las empresas son ampliamente clasificadas en tres categorías. Estas son las siguientes:

- 1. Industrial.
- 2. Especialización y negocio.
- 3. Servicios.
 - 1. Industrial: La sociedad industrial trata con manufactura y procesamiento.
 - 2. Especialización y negocio: Esta agrupación trata con distribución, compras y venta de bienes y servicios.
 - 3. Servicios: Satisface diferentes tipos de servicios que abarcan desde giras, información, salud, seguros, hotel, consultorías, etc.

- b. Su Tamaño:

El próximo significativo modo de categorización se basa en el tamaño de la empresa. Estas se agrupan en:

- 1. Micro-empresas
- 2. Pequeñas empresas (conocidas también como empresas a menor escala).
- 3. Empresas medianas.
- 4. Industrias grandes.

Esta programación varía en términos de inversión, empleo y escala de productividad y operación. Las Micro y Pequeñas Empresas tienden, luego de un tiempo, crecer verticalmente a medianas y grandes empresas.

- c. El nivel de tecnología que utilizan: Los negocios pueden también ser categorizadas como:
 - 1. Alta tecnología o de conocimiento basado en el alto riesgo.
 - 2. Tecnología de bajo riesgo.

- d. Su ubicación: En términos de su ubicación, la empresa puede ser clasificada en:
 - 1. Industria de la ruralía
 - 2. Industria de la zona urbana.

De modo que cualquiera que pueda ser en nombre y categoría, el aspecto empresarial en las últimas décadas ha experimentado una rápida expansión vertical y horizontal en términos de servicios, procedimientos; micro, pequeñas y medianas empresas por un lado y alta tecnología científica y conocimiento basado en empresas de servicios por el otro lado en zonas urbanas.

He entendido apropiado el comenzar este Ensayo explicando lo que constituye una empresa, así como los diferentes tipos que existen. Doy paso en este ensayo a concentrarme en uno de ellos: La Pequeña Empresa.

2.2.3. Ley MYPE

Según Aspilcueta (2014, pág. 1) nos dice que el Artículo 4º de la Ley MYPE, establece el concepto de Micro y Pequeña Empresa, a la letra dice:

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)

Es importante resaltar que, la microempresa no necesita constituirse como persona jurídica, pudiendo ser conducida directamente por su propietario persona individual. Podrá, sin embargo, adoptar voluntariamente la forma de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, o cualquiera de las formas societarias previstas por la ley. Las características que debe reunir una MYPE son las siguientes:

Cuadro 2: Características, número de trabajadores, niveles de ventas anuales

CARACTERÍSTICAS	NUMERO DE TRABAJADORES	NIVELES DE VENTAS ANUALES
MICROEMPRESA	De 1 hasta 10	El monto máximo de 150 UIT
PEQUEÑA EMPRESA	De 1 hasta 100	El monto máximo 1700 UIT

Fuente: MYPEs – Perú <http://www.monografias.com/trabajos93/MYPEs-peru/MYPEs-peru.shtml>

Por otro lado se consideran como características generales en cuanto al comercio y administración de las MYPES las siguientes:

- a. Su administración es independiente. Por lo general son dirigidas y operadas por sus propios dueños.
- b. Su área de operación es relativamente pequeña, sobre todo local. Tienen escasa especialización en el trabajo. No suelen utilizar técnicas de gestión.

- c. Emplean aproximadamente entre cinco y diez personas. Dependen en gran medida de la mano de obra familiar.
- d. 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.
- e. Disponen de limitados recursos financieros.
- f. Tienen un acceso reducido a la tecnología.
- g. Por lo general no separan las finanzas del hogar y las de los negocios.
- h. Tienen un acceso limitado al sector financiero formal, sobre todo debido a su informalidad.

Cuadro 3: Pasos para constituir una empresa



Fuente: (Alcantara, 2009) <http://es.slideshare.net/cmav/diapositiva-empresa>

Descripción:

Todo negocio parte de la idea, luego se plasma a través de documentos como es la elaboración de la minuta, la cual es llevada a una notaría para su autenticación y legalidad, el siguiente paso es inscribirla en registros públicos, luego se visita a la SUNAT para sacar el RUC respectivo de acuerdo al rubro de la empresa. Una vez que se obtiene el RUC, se visita al Ministerio de Trabajo para obtener el permiso o la autorización de los libros y planillas respectivas que le competen a la empresa, después de hacen los trámites en la municipalidad para obtener la licencia de funcionamiento. Finalmente se llevan los libros contables y planillas al notario para su legalización.

III. HIPÓTESIS

Para el presente estudio no se formularon hipótesis porque su alcance no implica una influencia o causalidad.

IV. METODOLOGIA

4.1. DISEÑO DE CONTRASTACION.

El tipo de investigación es descriptiva, porque busca especificar las características del problema y evalúa los hechos que se dan en un contexto determinado. Según Vara (2012) los diseños descriptivos están hechos para enumerar con mayor precisión y fidelidad posible, una realidad empresarial o un mercado.

Diseño No experimental - Transversal. No se intentará variar la realidad y se recolectan datos en un sólo momento y en un tiempo determinado.

$$\begin{array}{ccc} & & T \\ M_1 & & O_1 \\ M_2 & & O_2 \end{array}$$

Donde:

M₁, M₂: Son las muestras que se está observando: comerciantes dedicados al giro Venta de Ropa del Mercado Central.

O₁, O₂: Son las mediciones u observaciones a desarrollar en las muestras.

T: Es el mismo tiempo para todas las muestras.

Tipo Cuantitativa: Este tipo de investigación aglomera y examinan datos cuantitativos sobre variables. (Abdellah, 1994). En ese sentido se determinara cuantitativamente el desarrollo empresarial, económico entre otros de las MYPEs del giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo.

4.2. POBLACIÓN Y MUESTRA.

Universo: Para Wigodski, significa grupo total de sujetos, cosas o medidas que tienen propiedades comunes observables en un lugar y en un momento determinado (Wigodski, 2014).

Para el cálculo de tamaño de muestra cuando el universo es finito, es decir contable y la variable de tipo categórica, primero debe conocer "N" o sea la población total, en este caso 72 comerciantes.

Si la población es finita, es decir conocemos el total de la población y deseásemos saber cuántos del total tendremos que estudiar utilizamos la fórmula para poblaciones definidas propuesta por Fisher y Navarro (1997):

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Que es equivalente a:

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

Considerando $p * q = \sigma^2$

Donde:

- N = Total de la población
- $Z_{\alpha} = 1.96$ al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- σ = desviación estándar
- e = precisión (en esta investigación usamos un error de 5%).
- p = probabilidad de ocurrencia
- q = probabilidad de no ocurrencia

La fórmula del tamaño de la muestra Fisher y Navarro la obtuvieron de la fórmula para calcular la estimación del intervalo de confianza para la media, la cual es:

$$\bar{X} - Z \frac{\sigma}{\sqrt{n}} \sqrt{\frac{N-n}{N-1}} \leq \mu \leq \bar{X} + Z \frac{\sigma}{\sqrt{n}} \sqrt{\frac{N-n}{N-1}}$$

De donde el error es:

$$e = Z \frac{\sigma}{\sqrt{n}} \sqrt{\frac{N-n}{N-1}}$$

De esta fórmula del error de la estimación del intervalo de confianza para la media se despeja la n, para lo cual se sigue el siguiente proceso:

Elevando al cuadrado a ambos miembros de la fórmula se obtiene:

$$(e)^2 = \left(Z \frac{\sigma}{\sqrt{n}} \sqrt{\frac{N-n}{N-1}} \right)^2$$

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

Eliminando denominadores:

$$e^2 n (N-1) = Z^2 \sigma^2 (N-n)$$

Eliminando paréntesis:

$$e^2 n N - e^2 n = Z^2 \sigma^2 N - Z^2 \sigma^2 n$$

Transponiendo n a la izquierda:

$$e^2 n N - e^2 n + Z^2 \sigma^2 n = Z^2 \sigma^2 N$$

Factor común de n:

$$n(e^2 N - e^2 + Z^2 \sigma^2) = Z^2 \sigma^2 N$$

Despejando n:

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2 N}{e^2 N - e^2 + Z^2 \sigma^2}$$

Ordenando se obtiene la fórmula para calcular el tamaño de la muestra:

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

Lo que nos indica que esta fórmula de FISHER Y NAVARRO es válida ya

que se deduce de fórmulas validas ya utilizadas anteriormente por la estadística. El descubrimiento de estos autores nos permite fijar arbitrariamente los parámetros de error y probabilidad, pero basándonos en criterios científicos fijamos el error máximo en 5% y la desviación estándar en 0.5 lo que nos permite obtener el tamaño óptimo de muestra que se necesita.

Para aplicar esta fórmula se ha considerado que la probabilidad de ocurrencia es $p=0.95$ entonces $q=0.05$.

Aplicando la fórmula:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Parámetro	Símbolo	Valor
Nivel de confianza :	$1-\alpha =$	95
Población	$N =$	72
Probabilidad de ocurrencia:	$p =$	0.95
Probabilidad de no ocurrencia:	$q =$	0.05
Error :	$e =$	0.05
Límite del área de Probabilidad:	$Z =$	1.96
Tamaño de muestra	$n =$	37

Por lo tanto la muestra es de: 37 MYPEs.

4.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

Definición conceptual

Crédito: El crédito es un dinero por el que el beneficiado se comprometió a devolver el monto solicitado en el tiempo o plazo definido, según las condiciones establecidas para dicho crédito más los intereses, comisiones y otros costos asociados, si los hubiera (ASFI, 2016).

Desarrollo empresarial: El desarrollo empresarial lo podemos dividir en dos estrategias dependiendo de si el objetivo se centra en aumentar la producción y las ventas sin variar la actividad principal a la que se dedican en cuyo caso hablamos de “Expansión”, o si por el contrario, el desarrollo consiste en una ampliación de sus actividades introduciéndose en nuevos mercados hasta ahora desconocidos, en cuyo caso nos referimos a la estrategia de diversificación (Montilla, 2011).

Definición operacional:

Crédito: dinero prestado a un negocio para implementar sus operaciones comerciales.

Desarrollo empresarial: crecimiento productivo y económico de las empresas.

Cuadro 4. Operacionalización de Variables.

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO
CRÉDITOS	Persona natural	Negocio	1.- Situación del establecimiento: 2.- ¿Cuánto tiempo viene funcionando el negocio? 3.- ¿Es único dueño de su negocio? 4.- ¿Empezó su negocio con capital propio o créditos?	Cuestionario
	Crédito a Micro Empresas	Endeudamiento Financiero <= S/. 20,000 soles	5 ¿Cuantos préstamos tiene actualmente? 6 ¿Con que tipo de entidad financiera trabaja? 7 ¿Si Ud. adquirió un financiamiento, el destino de crédito para su negocio fue invertido en?	
	Crédito a Pequeñas Empresas.	Endeudamiento financiero > S/. 20,000 soles y <= 300,000 soles	8 ¿Qué influenció en tomar la decisión de un préstamo?	
DESARROLLO EMPRESARIAL	Expansión	Nuevos mercados	9 ¿Su negocio ha crecido en los dos últimos años con apoyo de créditos financieros? 10 ¿En qué medida influye el préstamo en su negocio? 13 ¿Su negocio cuenta con nuevas sucursales? 17 ¿En lo personal, los créditos son claves en el crecimiento de un negocio? 18 ¿Sus ventas han crecido en los últimos meses?	Cuestionario
	Diversificación	Penetración	11 ¿Ha diversificado sus productos con el apoyo de los créditos? 12 ¿Ha crecido el número de sus trabajadores en su negocio?	
	Innovación	Conocimiento adquirido Tecnología adquirida	14 ¿Ha adquirido nuevos conocimientos para su negocio? 15 ¿Ha adquirido nueva tecnología para su negocio?	
	Entorno	Imagen Competidores	16 ¿Su negocio adquirió nueva o mejor imagen? 19 ¿Tiene fuertes competidores? 20 ¿Se siente a gusto con su negocio en el Mercado Central?	

Fuente: Elaboración propia

4.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La técnica usada fue la encuesta de tipo personal y el instrumento fue el cuestionario con preguntas cerradas y estructuradas. (Ver anexo 01).

Técnica: “Son el conjunto de reglas y operaciones concretas para el manejo de los instrumentos, se sitúan a nivel de los hechos o de las etapas prácticas que permite la aplicación del método” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010). La técnica a emplear en el presente trabajo será la encuesta.

Encuesta: “Técnica en la cual se utiliza un conjunto de preguntas de ambas variables de estudio, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de las características objetivas y subjetivas de la población”. (Hernández, Fernández y Baptista, 2010). Para esta investigación se aplicará un cuestionario de 20 preguntas aplicadas a los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo.

Criterios de Inclusión:

Se incluyó a los empresarios que se encontraron en su negocio, en el momento de la recolección de datos por medio del cuestionario, ya que muchos de ellos no se encuentran porque cuentan con personal de confianza que administran su negocio.

Criterios de Exclusión

Se excluyó a los empresarios que no se encontraron en su negocio, en el momento de la recolección de datos por medio del cuestionario.

4.5 PLAN DE ANÁLISIS

Para el procesamiento de la información obtenida como resultado de la aplicación del cuestionario se utilizó el procesador de textos Microsoft Excel, con la finalidad de poder clasificar y ordenar la información de acuerdo a los objetivos específicos planteados para la investigación y de esta manera realizar el análisis y la interpretación correspondiente que permitió obtener las conclusiones de la investigación. Estos resultados obtenidos se muestran a través de gráficos y tablas.

4.6. MATRIZ DE CONSISTENCIA.

TÍTULO: CARACTERIZACIÓN DE LOS CRÉDITOS Y EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MYPES DEL GIRO VENTA DE ROPA DEL MERCADO CENTRAL DE CHICLAYO – 2016

Cuadro 5. Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	TÉCNICA E INSTRUMENTO
¿Cuáles son las Características de los Créditos y el Desarrollo Empresarial de las MYPES del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo – 2016?	<p>GENERAL: Determinar la Caracterización de los Créditos y el Desarrollo Empresarial de las MYPES del giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo – 2016.</p> <p>ESPECÍFICO Identificar el Estado Crediticio Actual de las MYPES del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo.</p> <p>Identificar los Factores del Desarrollo Empresarial de las MYPES del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo.</p> <p>Identificar la Evolución del Desarrollo Empresarial de las MYPES del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, en los últimos 2 años.</p>	No se plantea hipótesis	<p>Créditos</p> <p>Desarrollo Empresarial</p>	Cuestionario

Fuente: Elaboración propia

4.7. PRINCIPIOS ÉTICOS.

Medioambiente: La investigación que desarrollo no tuvo absolutamente nada que ver con el medio ambiente es un proyecto que se desarrolló de forma administrativa y documental sin producción de agentes orgánicos que afecten al medio ambiente.

Confidencialidad: La investigación guarda la reserva del caso de los actores que contribuyeron con información para la elaboración de esta investigación.

Objetividad: Basado en la metodología de la investigación científica se aseguró la objetividad de este estudio.

Originalidad: La investigación que se realizo tiene fundamento teórico, pero de acciones originales por el tesista.

Veracidad: La veracidad de la información está sustentada en la recolección de la información mediante los instrumentos y técnicas confiables.

Lenguaje inclusivo: Durante el levantamiento de la información se usó un lenguaje inclusivo como por ejemplo señor empresario, señora empresaria, señorita, caballero, entre otros.

Derechos laborales: absoluto respeto a los derechos laborales que tienen los trabajadores de la empresa.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados:

Tabla 1: Situación del Establecimiento

Variable: Créditos; **Objetivo 1:** Identificar el estado crediticio actual de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Categoría	n!	%
Posionario	27	73%
Alquilado	10	27%
Compartido	0	0%
Total	37	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo.

Resumen: Se observa en la Tabla 1. Con respecto a la Situación del Establecimiento de los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, que el 73% de dichos establecimientos son Posionarios, el 27% son Alquilados y un 0% son compartidos.

Tabla 2: Tiempo de Funcionamiento del Negocio.

Variable: Créditos; **Objetivo 1:** Identificar el estado crediticio actual de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Categoría	n!	%
< de 1 año	0	0%
De 1 a 5 años	7	19%
De 6 a 10 años	12	32%
De 11 a 15 años	7	19%
> de 16 años	11	30%
Total	37	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Resumen: Se observa en la Tabla 2. Con respecto al Tiempo de Funcionamiento del Negocio de los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, que el 0% tienen menos de 1 año, el 19% De 1 a 5 años, el 32% De 6 a 10 años, el 19% De 11 a 15 años y el 30% tienen más de 16 años funcionando su negocio.

Tabla 3: Es Único Dueño de su Negocio.

Variable: Créditos; **Objetivo 1:** Identificar el estado crediticio actual de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Categoría	n!	%
Si	26	70%
No	11	30%
Total	37	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Resumen: Se observa en la Tabla 3. Con respecto a que son Únicos Dueños de su Negocio los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, que el 70% SI, es dueño de su negocio y el 30% NO, ya que en algunos casos son capitales familiares compartidos.

Tabla 4: Inicio su Negocio con qué Tipo de Capital.

Variable: Créditos; **Objetivo 1:** Identificar el estado crediticio actual de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Categoría	n!	%
Capital Propio	22	59%
Créditos	3	8%
Ambos	12	32%
Total	37	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Resumen: Se observa en la Tabla 4. Con respecto a con que Tipo Capital inicio su Negocio los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, que el 59% se inició con Capital Propio, el 8% con apoyo de los Créditos y el 32% Con Ambos, tanto con capital propio como con créditos.

Tabla 5: Cuantos Créditos tiene Actualmente

Variable: Créditos; **Objetivo 1:** Identificar el estado crediticio actual de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Categoría	n!	%
Uno	9	24%
Dos	13	35%
Tres	7	19%
> de Tres	1	3%
Ninguno	7	19%
Total	37	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Resumen: Se observa en la Tabla 5. Con respecto a Cuantos Créditos tienen Actualmente los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, se observa que el 24% tiene solo 01 crédito, el 35%. Tiene hasta 02 créditos, el 19% tiene 03 créditos, con más de 03 créditos el 3% y el 19% No tienen créditos.

Tabla 6: Con qué Tipo de Entidad Financiera Trabaja

Variable: Créditos; **Objetivo 1:** Identificar el estado crediticio actual de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Categoría	n!	%
Banco	20	34%
Caja Rural	8	14%
Caja Municipal	14	24%
Edpyme	1	2%
Cooperativa	0	0%
Financiera	9	15%
Otros	2	3%
Ninguno	5	8%
Total	59	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Resumen: Se observa en la Tabla 6 (respuesta de selección múltiple por eso el total es diferente a 37 MYPEs). Con respecto a Con qué Tipo de Entidad Financiera Trabajan los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, que el 34% trabajan con Bancos, el 14% con Cajas Rurales, el 24% con Cajas Municipales, el 2% con Edpymes, el 0% con Cooperativas de Créditos, el 15% con Financieras, el 3% con otro tipo de entidades y un 8% con Ninguno.

Tabla 7: Si Obtuvo un Crédito, en que fue Invertido.

Variable: Créditos; **Objetivo 1:** Identificar el estado crediticio actual de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Categoría	n!	%
Capital de Trabajo	34	55%
Activo Fijo	8	13%
Consumo	14	23%
Capacitación	3	5%
Publicidad	3	5%
Total	62	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Resumen: Se observa en la Tabla 7 (respuesta de selección múltiple por eso el total es diferente a 37 MYPEs). Con respecto a Si Obtuvieron un Crédito los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, en que fue Invertido: El 55% lo invirtió en Capital de Trabajo, el 13% en Activo Fijo, el 23% en Gastos de Consumo, el 5% en Capacitaciones y el otro 5% en Publicidad.

Tabla 8: Cual fue su Influencia para Obtener un Crédito.

Variable: Créditos; **Objetivo 1:** Identificar el estado crediticio actual de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Categoría	n!	%
Interés Financiero	22	37%
Trámite Rápido	19	32%
Facilidad de Pago	11	19%
Otro	7	12%
Total	59	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Resumen: Se observa en la Tabla 8 (respuesta de selección múltiple por eso el total es diferente a 37 MYPEs). Cual fue su Influencia de los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo Para Obtener un Crédito: El 37% se inclinó por un buen Interés Financiero, el 32% por un Trámite Rápido, el 19% por la Facilidad de Pago que ofrecen y un 12% por Otros Motivos, en muchos casos por la afinidad con los analistas de créditos que migran de una entidad a otra.

Tabla 9: Su Negocio ha Crecido en los 02 últimos Años con el apoyo de Créditos.

Variable: Créditos; **Objetivo 3:** Identificar la evolución del Desarrollo Empresarial de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, en los últimos 2 años.

Categoría	n!	%
Si	30	81%
No	7	19%
Total	37	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Resumen: Se observa en la Tabla 9. Con respecto a que los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, han visto Crecer su Negocio en los 02 últimos Años con el apoyo de Créditos: El 81% menciona que SI y un 19% que NO han crecido sus negocios con el apoyo de créditos.

Tabla 10: Influencia de los Créditos en su Negocio.

Variable: Desarrollo empresarial; **Objetivo 2:** Identificar los factores influyentes en el Desarrollo Empresarial de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Categoría	n!	%
Poco	10	27%
Regular	20	54%
Mucho	7	19%
Total	37	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Resumen: Se observa en la Tabla 10. En qué medida a los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo han Influenciado los Créditos en sus Negocios, se aprecia que el 27% menciona que Poco, el 54% nos dice que de una manera Regular y un 19% manifiesta que los Créditos han Influenciado Mucho en su Negocio.

Tabla 11: Sus Productos están Diversificados por el apoyo de Créditos

Variable: Desarrollo empresarial; **Objetivo 3:** Identificar la evolución del Desarrollo Empresarial de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, en los últimos 2 años.

Categoría	n!	%
Si	33	89%
No	4	11%
Total	37	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Resumen: Se observa en la Tabla 11, con respecto a que los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, han Diversificado sus Productos con el apoyo de Créditos, el 89% afirma que SI, fue necesario obtener créditos para diversificar sus inventarios y el 19% menciona que NO, fue necesario obtener créditos para diversificar sus productos.

Tabla 12: Ha Crecido el N° de Trabajadores en su Negocio

Variable: Desarrollo empresarial; **Objetivo 3:** Identificar la evolución del Desarrollo Empresarial de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, en los últimos 2 años.

Categoría	n!	%
Si, de 1 a 5	14	38%
Si, de 6 a 10	0	0%
No	23	62%
Total	37	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Resumen: Se observa en la Tabla 12. Con respecto a que si los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, Han tenido que contratar personal y por ende ha Crecido el N° de Trabajadores en su Negocio, el 38% afirma que SI, entre 1 a 5 trabajadores han aumentado, Un 0% No han solicitado trabajadores en un rango de 6 a 10 y el 62% la gran mayoría NO han contratado más Colaboradoras para su Negocio.

Tabla 13: Su Negocio cuenta con nuevas Sucursales.

Variable: Desarrollo empresarial; **Objetivo 1:** Identificar los factores influyentes en el Desarrollo Empresarial de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Categoría	n!	%
Si	1	3%
No	36	97%
Total	37	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Resumen: Se observa en la Tabla 13. Con respecto a si los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo Sus Negocios cuentan con Nuevas Sucursales, el 3% Afirma que SI cuenta con otra Sucursal, y el 97% que es la gran mayoría manifiesta que NO.

Tabla 14: Ha adquirido nuevos Conocimientos para su Negocio

Variable: Desarrollo empresarial; **Objetivo 3:** Identificar la evolución del Desarrollo Empresarial de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, en los últimos 2 años.

Categoría	n!	%
Si	33	89%
No	4	11%
Total	37	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Resumen: Se observa en la Tabla 14. Con respecto si los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo han Adquirido Nuevos Conocimientos para su Negocio, el 89% afirma que Si, han mejorado sus habilidades en Ventas, Manejo de Inventarios, Mantener a su Clientela Fija y Otros conocimientos más como conocer más de los Proveedores de los Productos y Fabricantes con Materiales de Buena Calidad, entre otros conocimientos más y el 11% manifestó que No.

Tabla 15: Ha adquirido Nueva Tecnología para su Negocio.

Variable: Desarrollo empresarial; **Objetivo 3:** Identificar la evolución del Desarrollo Empresarial de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, en los últimos 2 años.

Categoría	n!	%
Si	24	65%
No	13	35%
Total	37	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Resumen: Se observa en la Tabla 15. Con respecto si los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo han Adquirido nueva Tecnología para su Negocio, el 65% afirma que SI, manejan sus pedidos más rápidos por medio de sus Celulares, llevan sus controles de Ventas, Compras, lista de Clientes e Inventarios en sus Computadoras o Laptops, entre otros y el 35% manifiesta que NO, ya que por ser negocios no muy grandes no justifica hacer dichas inversiones.

Tabla 16: Su Negocio adquirió Nueva Imagen

Variable: Desarrollo empresarial; **Objetivo 3:** Identificar la evolución del Desarrollo Empresarial de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, en los últimos 2 años.

Categoría	n!	%
Si	31	84%
No	6	16%
Total	37	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Resumen: Se observa en la Tabla 16. Con respecto a si los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo han Adquirió Nueva Imagen en sus Negocios, el 84% afirma que SI, y el 16% que NO.

Tabla 17: A Título personal Ud. Cree que los Créditos hacen Crecer un Negocio.

Variable: Desarrollo empresarial; **Objetivo 2:** Identificar los factores influyentes en el Desarrollo Empresarial de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Categoría	n!	%
Poco	6	16%
Mucho	16	43%
Regular	15	41%
Total	37	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Resumen: Se observa en la Tabla 17. Con respecto A la pregunta que se les hizo a los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, a Título personal Ud. Cree que los Créditos hacen Crecer un Negocio, el 16% afirma que Poco; el 43% Mucho y el 41% de manera Regular.

Tabla 18: Las Ventas han Crecido en los Últimos Meses

Variable: Desarrollo empresarial; **Objetivo 2:** Identificar los factores influyentes en el Desarrollo Empresarial de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Categoría	n!	%
Si	23	62%
No	14	38%
Total	37	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Resumen: Se observa en la Tabla 18. Los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo se les consulto si sus Ventas han Crecido en los Últimos Meses, el 62% afirma que SI, y el 38% menciono que NO.

Tabla 19: Cuenta con Fuertes Competidores

Variable: Desarrollo empresarial; **Objetivo 2:** Identificar los factores influyentes en el Desarrollo Empresarial de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Categoría	n!	%
Si	18	49%
No	19	51%
Total	37	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Resumen: Se observa en la Tabla 19. Con respecto si los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo Cuentan con Fuertes Competidores, el 49% afirma que SI, ya que dentro del mercado existen algunos Micro Empresarios con mayor capital y se ve reflejado en su diversidad de productos y también cuentan con los competidores Externos como las grandes cadenas de venta de ropa tanto locales como las grandes cadenas Ripley, Sagafalabella, Oeschle, Topy Top, entre otros y el 51% manifestó que NO.

Tabla 20: Se siente a gusto con su Negocio en el Mercado Central

Variable: Desarrollo empresarial; **Objetivo 2:** Identificar los factores influyentes en el Desarrollo Empresarial de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Categoría	n!	%
Si	37	100%
No	0	0%
Total	37	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Resumen: Se observa en la Tabla 20. A la última pregunta que se les hizo a los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, Con respecto a si se siente A Gusto con su Negocio en el Mercado Central, el 100% afirma que SI, y ninguno dijo que NO.

5.2. Análisis de los resultados

Gráfico 1. Situación del Establecimiento

Variable: Créditos; **Objetivo 1:** Identificar el estado crediticio actual de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo.



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

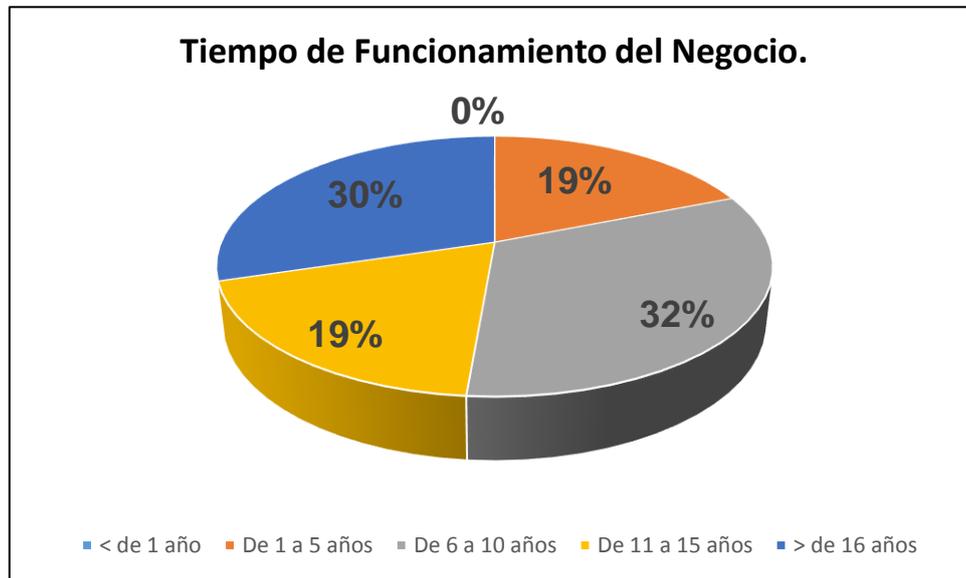
Interpretación:

Del 100% de Micro Empresarios encuestados del Mercado Central de Chiclayo del Giro de Venta de Ropa, 73% son Posesionarios, 27% son Establecimiento Alquilado y 0% son Establecimiento Compartido.

En resumen la mayoría de Micro Empresarios del Mercado Central tienen local en su posesión hace muchos años, la mayoría de Micro Empresarios lo tienen a su cargo, dichos puestos que ellos manifiestan que ya son locales propios (pero se sabe que el municipio es dueño de todo el mercado), pero por ser posesionarios les da una gran ventaja para entrar al sistema crediticio y ser beneficiados mediante créditos financieros para impulsar sus negocios. “Esa información es muy valiosa porque permite a los bancos saber qué tipo de acreditado es, con el fin de ofrecer mejores condiciones financieras a aquellas personas que son muy buenos pagadores y que muestran un comportamiento responsable en todos sus préstamos” (Economista, 2016)

Gráfico 2. Tiempo de Funcionamiento del Negocio.

Variable: Créditos; **Objetivo 1:** Identificar el estado crediticio actual de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

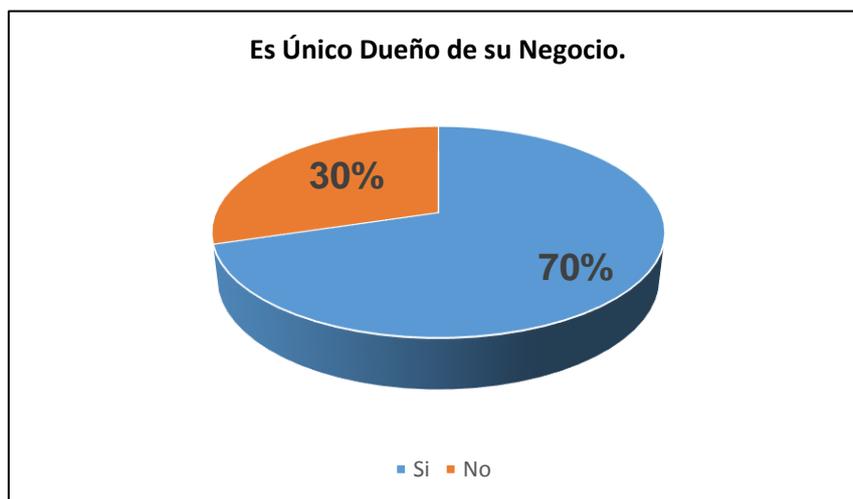
Interpretación:

Del 100% de Micro Empresarios encuestados del Mercado Central de Chiclayo del Giro de Venta de Ropa, el 0% tiene < de 1 año, 19% tiene De 1 a 5 años 32% tiene De 6 a 10 años, 19% tiene De 11 a 15 años, y 30% tiene > de 16 años.

En resumen se puede decir que los establecimientos encuestados tienen en su mayoría más de 1 año de actividad comercial, a ello se suman el indicador de la gráfica anterior en donde la mayoría tienen establecimientos posesionarios el cual les abre las puertas al sistema crediticio y tener mayor oportunidad de crecimientos, ante un mercado comercial que cada vez se vuelve más exigente. “Esa información es muy valiosa porque permite a los bancos saber qué tipo de acreditado es, con el fin de ofrecer mejores condiciones financieras a aquellas personas que son muy buenos pagadores y que muestran un comportamiento responsable en todos sus préstamos” (Economista, 2016)

Gráfico 3. Es Único Dueño de su Negocio

Variable: Créditos; **Objetivo 1:** Identificar el estado crediticio actual de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

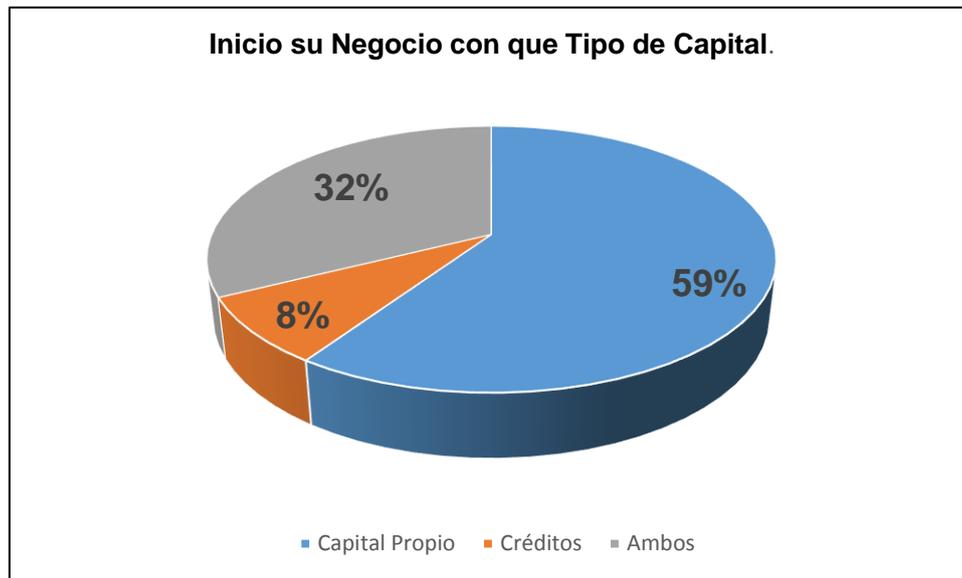
Interpretación:

Del 100% de Micro Empresarios encuestados del Mercado Central de Chiclayo del Giro de Venta de Ropa, 70% Si es dueño y 30% No es dueño.

En resumen se puede observar que la mayoría dirige su propio negocio, es decir son dueños, esto significa que tienen mejores oportunidades de mejorar su gestión empresarial gracias a los beneficios de los préstamos o créditos, el cual representan un aporte muy significativo en el crecimiento de cualquier negocio. Al respecto Ramírez (2017) nos dice: “Una empresa necesita ser objeto de crédito, para conseguir financiamiento para proyectos productivos, y para lograrlo debe acumular activos que tengan cierta facilidad de liquidez, como por ejemplo propietario de tu negocio. Esta situación es un ejemplo en la gran mayoría de los negocios.” (p, 1)

Gráfico 4. Inicio su Negocio con qué Tipo de Capital.

Variable: Créditos; **Objetivo 1:** Identificar el estado crediticio actual de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

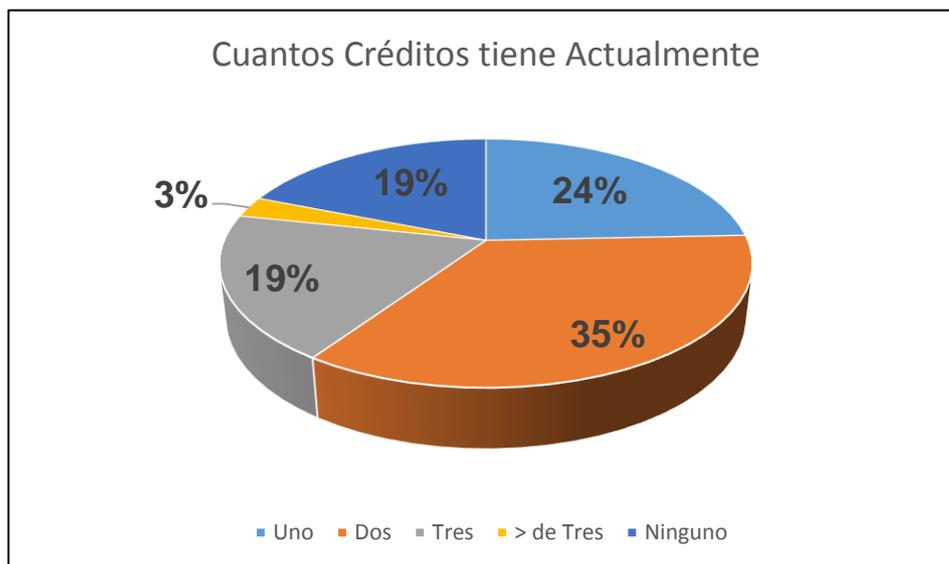
Interpretación:

Del 100% de Micro Empresarios encuestados del Mercado Central de Chiclayo del Giro de Venta de Ropa, 59% inicio con Capital Propio, 8% inicio con Créditos y 32% inicio con Ambos.

En resumen se puede decir que la mayoría de Micro Empresarios, iniciaron sus negocios con Capital Propio, eso representa capacidad de liquidez y seguridad para las entidades financieras para otorgarles créditos y mejoren su gestión empresarial. A todo ello se suma el aporte de Paradisus (2017) quién comenta: “La importancia del capital propio es el ahorro de esfuerzo, incremento de productividad, facilita la explotación de recursos naturales, exige la especialización de un trabajador, obliga a una persistente investigación tecnológica, disminuye los gastos de producción y permite el desarrollo económico”

Gráfico 5. Cuantos Créditos tiene Actualmente

Variable: Créditos; **Objetivo 1:** Identificar el estado crediticio actual de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

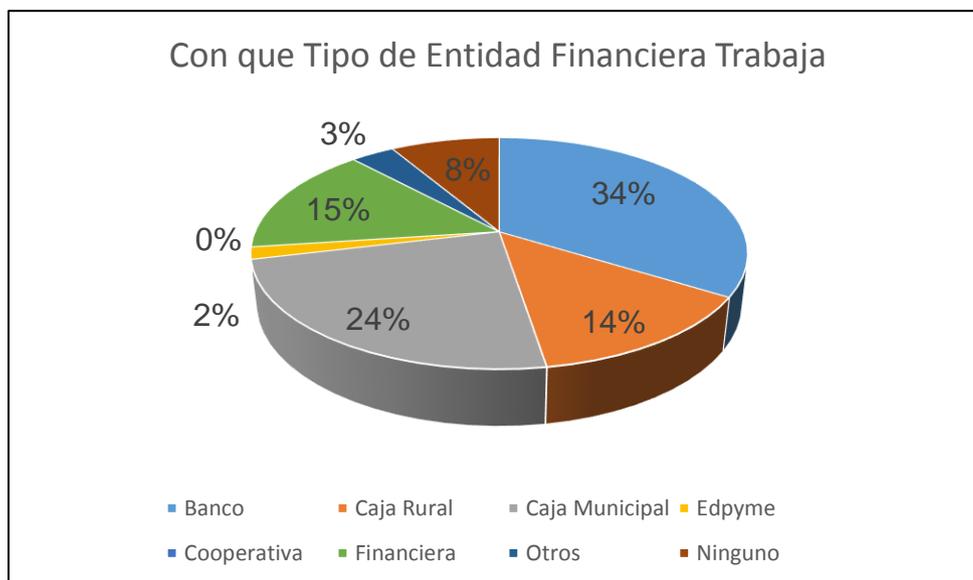
Interpretación:

Del 100% de Micro Empresarios encuestados del Mercado Central de Chiclayo del Giro de Venta de Ropa, 24% tiene Un crédito, 35% tiene Dos créditos, 19% tiene Tres créditos, 3% tiene > de Tres créditos y 19% tiene Ningún crédito.

En resumen se puede decir que los Micro Empresarios en su mayoría debido a la estabilidad que tienen en sus negocios propios y capital propio tienen entre 1 y 3 créditos, lo que significa que se encuentran evolucionando en el tiempo en cuanto a gestión empresarial. “Quien no tenga crédito está perdido, no existe o simplemente es una persona o entidad poco fiable” (Gunther, 2010).

Gráfico 6. Con qué Tipo de Entidad Financiera Trabaja

Variable: Créditos; **Objetivo 1:** Identificar el estado crediticio actual de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

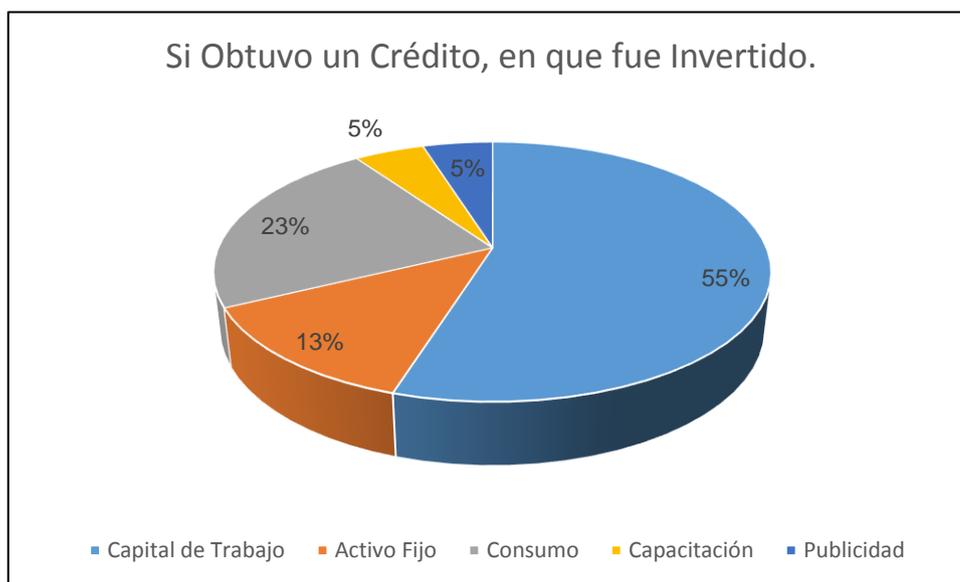
Interpretación:

Del 100% de Micro Empresarios encuestados del Mercado Central de Chiclayo del Giro de Venta de Ropa, 34% trabaja con Banco 14% trabaja con Caja Rural 24% trabaja con Caja Municipal, 2% trabaja con Edpyme, 0% trabaja con Cooperativa 15% trabaja con Financiera, 3% trabaja con Otros y 8% trabaja con Ninguno.

En resumen se puede observar que el 34% trabaja con Bancos, los cuales han creado bancas especiales para atender a los Micro Empresarios dando mejores facilidades en su atención y sin descuidar las demás bancas a las que atienden hace muchos años, el 24% trabaja con Cajas Municipales y el 14% con Cajas Rurales, estas son las entidades más enérgicas con respecto al sistema crediticio para los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, “Contrario a lo que comúnmente se piensa, todas las personas que tenemos, hemos tenido algún crédito o incluso tenemos contratado algún servicio de telecomunicaciones estamos en Buró de Crédito (o en alguna otra sociedad de información crediticia). Ese lugar no es ninguna lista negra, simplemente concentra la información que reportan los otorgantes de crédito a los que usted se acercó” (Ecnomista, 2016).

Gráfico 7. Si Obtuvo un Crédito, en que fue Invertido

Variable: Créditos; **Objetivo 1:** Identificar el estado crediticio actual de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

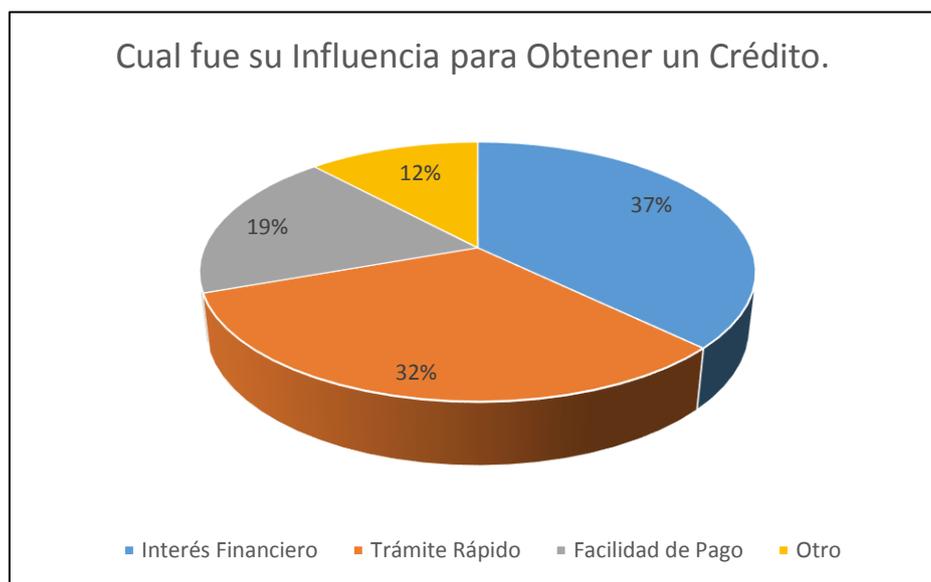
Interpretación:

Del 100% de Micro Empresarios encuestados del Mercado Central de Chiclayo del Giro de Venta de Ropa, 55% invirtió en Capital de Trabajo, 13% invirtió en Activo Fijo, 23% invirtió en Consumo, 5% invirtió en Capacitación, 5% invirtió en Publicidad.

En resumen se puede observar que la mayor inversión que hacen los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, lo invierten en Capital de Trabajo con la finalidad de diversificar sus productos y estar siempre a la moda. A todo ello se suma el consejo del Economista (2016), quien aporta: “Recordemos también que el crédito es un instrumento, uno que puede ser valioso si lo usamos de manera correcta, pero que también nos puede causar muchos dolores de cabeza si lo manejamos de forma equivocada. Hay que olvidarnos de ver los financiamientos como ingresos extras”.

Gráfico 8. Cuál fue el motivo para Obtener un Crédito.

Variable: Créditos; **Objetivo 1:** Identificar el estado crediticio actual de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

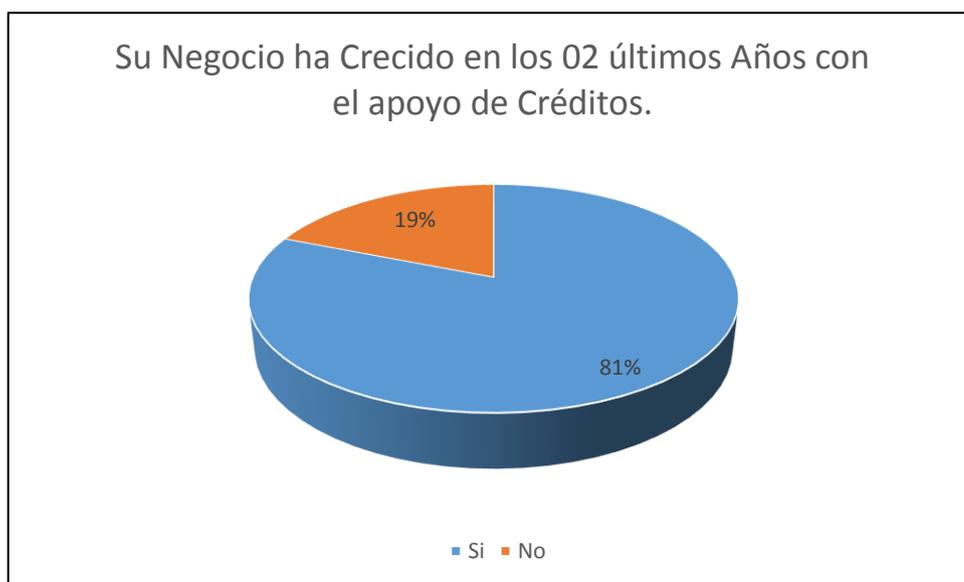
Interpretación:

Del 100% de Micro Empresarios encuestados del Mercado Central de Chiclayo del Giro de Venta de Ropa, 37% estuvo motivado por en Interés Financiero, 32% ivirtió en Trámite Rápido, 19% invirtió en Facilidad de Pago, 12% invirtió en Otro.

En resumen se puede observar que la mayoría de Micro Empresarios opta por trabajar con entidades que le ofrezcan las siguientes facilidades; en primer lugar una baja tasa de interés, en segundo lugar la rapidez en los trámites y tercero facilidades de pago. En ese sentido la Revista Consultas Financieras y Empresariales (2017) indican que: “La tasa de interés tiene una importancia fundamental en la economía, pues es el elemento principal de la política monetaria. Al elevarla o disminuirla, el Banco Central regula el costo del crédito, y por ende, influye en el nivel de la actividad económica” (p, 1)

Gráfico 9. Su Negocio Creció en los 2 últimos Años con el apoyo de Créditos.

Variable: Créditos; **Objetivo 3:** Identificar la evolución del Desarrollo Empresarial de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, en los últimos 2 años



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

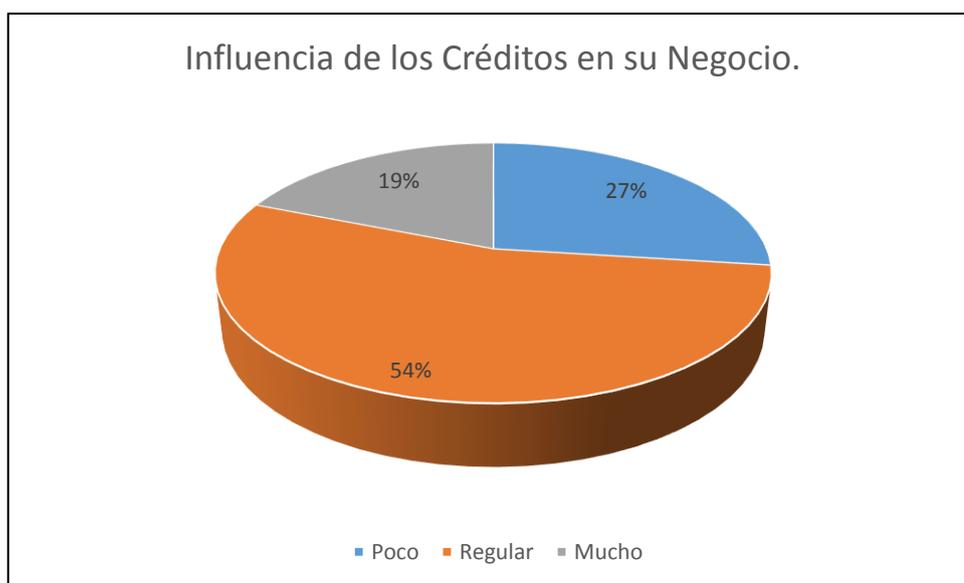
Interpretación:

Del 100% de Micro Empresarios encuestados del Mercado Central de Chiclayo del Giro de Venta de Ropa, 81% Si creció, 19% No creció.

En resumen se puede observar que la mayoría de los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, han podido desarrollar sus negocios en los dos últimos años gracias al crédito, obteniendo financiamientos con las muchas entidades financieras avocadas al crecimiento de los Micro Empresarios. A todo ello se suma el consejo del Economista (2016), quien aporta: “Recordemos también que el crédito es un instrumento, uno que puede ser valioso si lo usamos de manera correcta”

Gráfico 10. Impacto de los Créditos en su Negocio.

Variable: Desarrollo empresarial; **Objetivo 2:** Identificar los factores influyentes en el Desarrollo Empresarial de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Interpretación:

Del 100% de Micro Empresarios encuestados del Mercado Central de Chiclayo del Giro de Venta de Ropa, 27% tuvo poca ayuda, 54% tuvo regular ayuda y 19% tuvo mucha ayuda.

En resumen se puede observar que la mayoría de los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, consideran que el crédito si bien es importante, ha Impactándolo en forma regular ya que atribuyen a su iniciativa personal y otros factores el buen desempeño de su negocio. A ello se suma el aporte del Presidente de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito (CMAC) de Sullana, Siáncas (2017) “Solo el hecho de que el sistema financiero preste más de 3,500 millones de dólares a las mypes tiene un efecto muy positivo, pues replica hasta en cinco veces en la economía peruana”.

Gráfico 11. Sus Productos están Diversificados por el apoyo de Créditos

Variable: Desarrollo empresarial; **Objetivo 3:** Identificar la evolución del Desarrollo Empresarial de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, en los últimos 2 años.



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

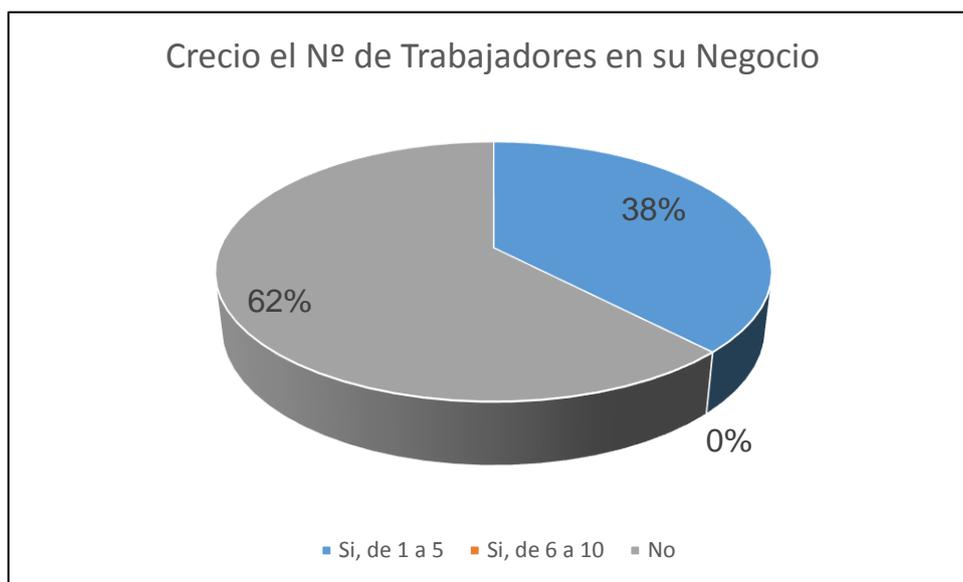
Interpretación:

Del 100% de Micro Empresarios encuestados del Mercado Central de Chiclayo del Giro de Venta de Ropa, 89% Si tuvo apoyo, 11% No tuvo apoyo.

En resumen se puede observar que la mayoría de los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, han podido desarrollar sus negocios en los dos últimos años, diversificando sus productos gracias a la obtención de créditos, que hacen que estén al día con la moda y diversificando sus inventarios. A ello se suma el aporte de Tea Yogurt (2017) quien indica: “Es importante la diversificación, para que de esta manera se puedan abarcar mayores deseos y necesidades de los clientes, la diversificación más que un gasto, es una inversión para poder adquirir un mayor número de clientes y por lo tanto un incremento importante en las ventas”, y todo lo expresado se puede lograr con el apoyo crediticio.

Gráfico 12. Ha Crecido el N° de Trabajadores en su Negocio

Variable: Desarrollo empresarial; **Objetivo 3:** Identificar la evolución del Desarrollo Empresarial de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, en los últimos 2 años.



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Interpretación:

Del 100% de Micro Empresarios encuestados del Mercado Central de Chiclayo del Giro de Venta de Ropa, 38% Si, de 1 a 5 creció el N° de trabajadores, 0% Si de 6 a 10 creció el N° de trabajadores, 62% No creció el N° de trabajadores.

En resumen se puede observar que la mayoría de los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, han aumentado el personal que labora en sus negocios en un rango que va de 1 a 5 trabajadores, mayormente por temporadas ya que su empresa no puede tener una planilla permanente de trabajadores y son contratados en las épocas de mayor movimiento como son día de la madre, Fiestas Patrias y por Navidad. A ello se suma el aporte de EOI (2017) “Una empresa está compuesta de seres humanos que se unen para beneficio mutuo, y la empresa se forma o se destruye por la calidad o el comportamiento de su gente. Lo que distingue a una empresa son sus seres humanos que poseen habilidades para usar conocimientos de todas clases. Sólo es a través de los recursos humanos que los demás recursos se pueden utilizar con efectividad”

Gráfico 13. Su Negocio cuenta con nuevas Sucursales.

Variable: Desarrollo empresarial; **Objetivo 2:** Identificar los factores influyentes en el Desarrollo Empresarial de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

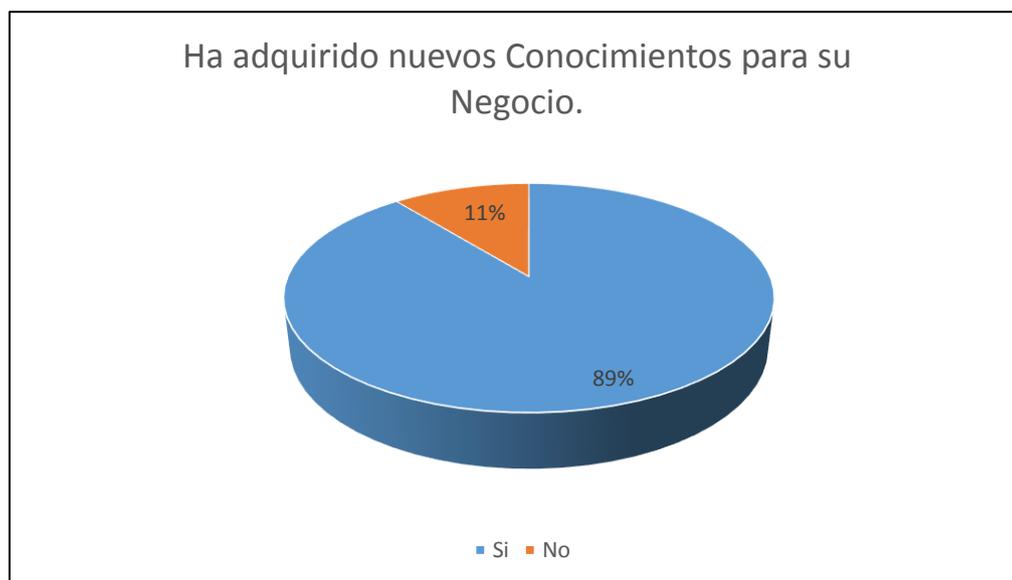
Interpretación:

Del 100% de Micro Empresarios encuestados del Mercado Central de Chiclayo del Giro de Venta de Ropa, 3% Si cuenta con nuevas Sucursales, y el 97% No cuenta con nuevas Sucursales.

Según Montero (2011, p.19 al 22) Las oportunidades en los negocios hay que aprovechar cuando la empresa puede aumentar su tamaño de producción a este se le conoce como el Desarrollo Empresarial. En resumen se puede observar que la mayoría de los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, han podido desarrollar sus negocios pero no han aperturado sucursales debido a que se mantiene su condición de microempresa.

Gráfico 14. Ha adquirido nuevos Conocimientos para su Negocio

Variable: Desarrollo empresarial; **Objetivo 3:** Identificar la evolución del Desarrollo Empresarial de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, en los últimos 2 años.



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

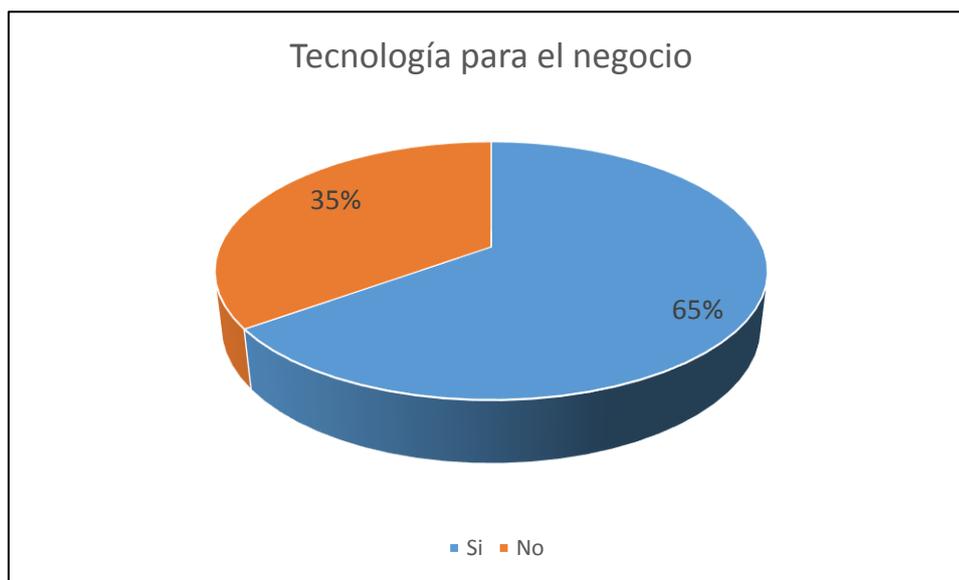
Interpretación:

Del 100% de Micro Empresarios encuestados del Mercado Central de Chiclayo del Giro de Venta de Ropa, 89% Si Ha adquirido nuevos Conocimientos para su Negocio y el 11% No Ha adquirido nuevos Conocimientos para su Negocio.

A ello se suma el aporte de Chavarría (2017) “Dicen por ahí que “la información es poder”, pero sí de tu negocio se trata, la investigación de mercados puede ser el factor clave para el éxito o fracaso de tu empresa. Entonces, ¿qué tan bien conoces a tu mercado?”. En resumen se puede observar que la mayoría de los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, han podido capacitarse para dirigir mejor sus negocios en los últimos años.

Gráfico 15. Ha adquirido nueva Tecnología para su Negocio.

Variable: Desarrollo empresarial; **Objetivo 3:** Identificar la evolución del Desarrollo Empresarial de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, en los últimos 2 años.



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

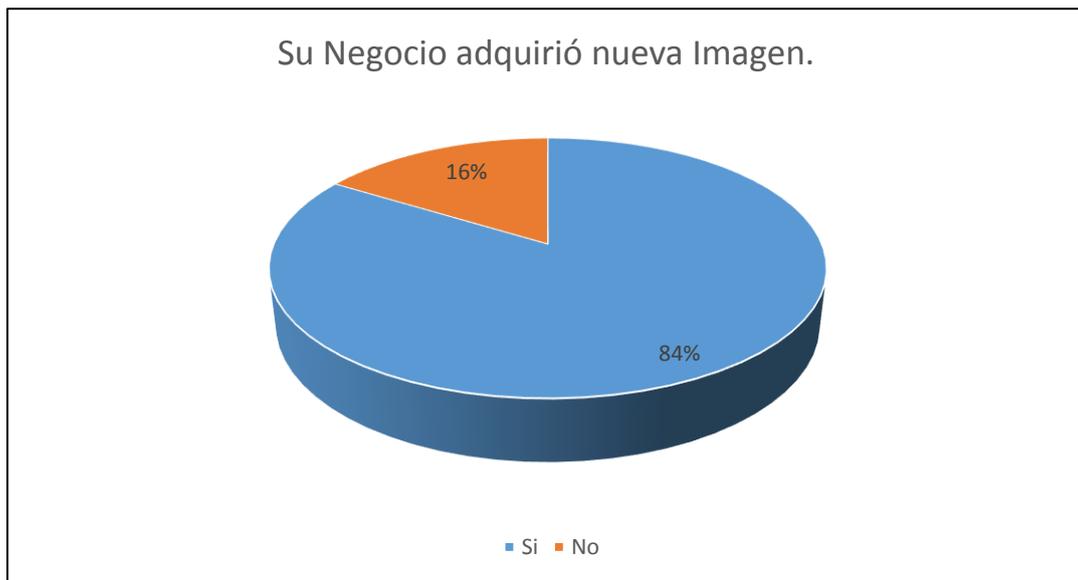
Interpretación:

Del 100% de Micro Empresarios encuestados del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, 65% No ha adquirido nueva Tecnología para su Negocio y el 35% Si ha adquirido nueva Tecnología para su Negocio.

Según Parra (2016) “La innovación tecnológica y su importancia para conquistar al consumidor. La revolución digital ha llevado a las empresas a comprender la importancia de innovar para que sus negocios no pasen al olvido. En resumen se puede observar que la mayoría de los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, han podido adquirir nueva Tecnología para dirigir mejor sus negocios en los últimos años gracias al crédito.

Gráfico 16. Su Negocio adquirió nueva Imagen

Variable: Desarrollo empresarial; **Objetivo 3:** Identificar la evolución del Desarrollo Empresarial de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, en los últimos 2 años.



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

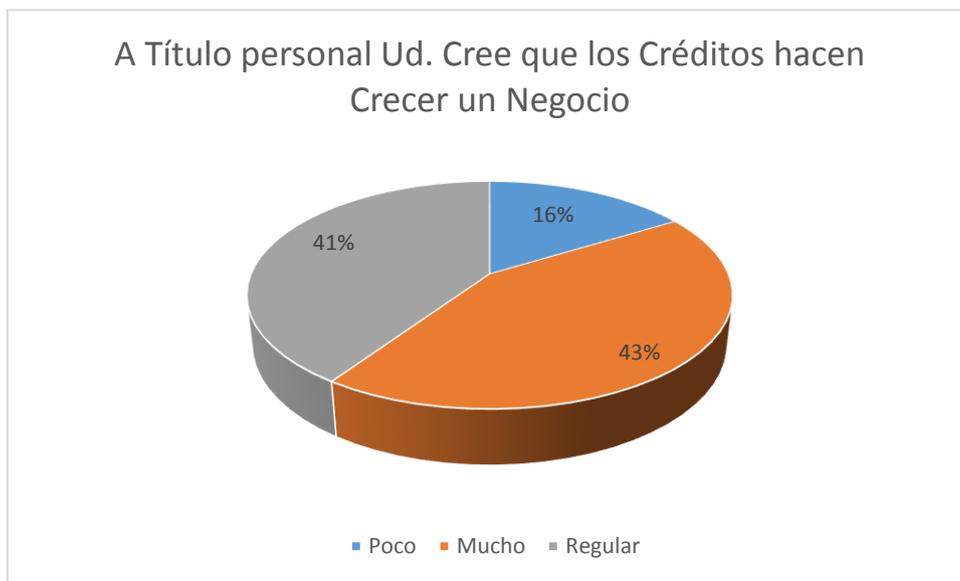
Interpretación:

Del 100% de Micro Empresarios encuestados del Mercado Central de Chiclayo del Giro de Venta de Ropa, 84% Si, su Negocio adquirió nueva Imagen y el 16% No adquirió nueva Imagen.

Luiggi (2015) “La imagen corporativa, o reputación, describe la manera cómo una empresa, sus actividades y sus productos o servicios son percibidos por los usuarios”. En resumen se puede observar que la mayoría de los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, aseguran que han podido adquirir nueva imagen para sus negocios en los últimos años gracias al crédito.

Gráfico 17. A Título personal Ud. Cree que los Créditos hacen Crecer un Negocio.

Variable: Desarrollo empresarial; **Objetivo 2:** Identificar los factores influyentes en el Desarrollo Empresarial de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

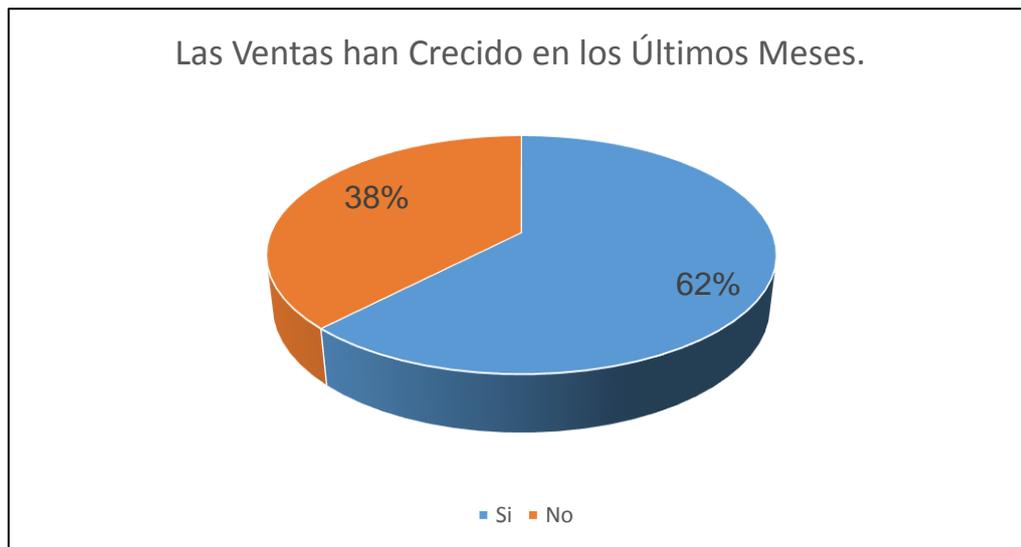
Interpretación:

Del 100% de Micro Empresarios encuestados del Mercado Central de Chiclayo del Giro de Venta de Ropa, 29% Poco cree en los créditos y el 43% manifiesta Mucho y el 41% indica Regular, con respecto a que los créditos hacen crecer el negocio.

En resumen se puede observar que la mayoría de los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, han podido hacer crecer sus negocios en los últimos años gracias al crédito. A ello se suma el aporte del Economista (2016), quien aporta: “Recordemos también que el crédito es un instrumento, uno que puede ser valioso si lo usamos de manera correcta”

Gráfico 18. Las Ventas han Crecido en los Últimos Meses

Variable: Desarrollo empresarial; **Objetivo 2:** Identificar los factores influyentes en el Desarrollo Empresarial de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

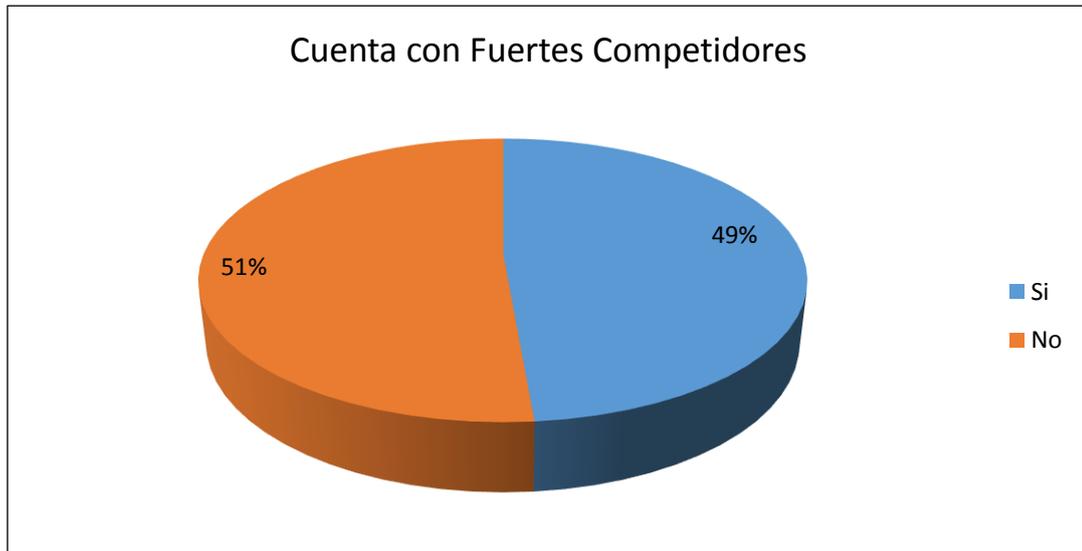
Interpretación:

Del 100% de Micro Empresarios encuestados del Mercado Central de Chiclayo del Giro de Venta de Ropa, 62% Si crecieron sus ventas y el 38% No creció sus ventas.

Según EAE (2017) El crecimiento del negocio puede lograrse de dos formas distintas: bien aumentando los ingresos percibidos por la organización gracias a un aumento del volumen de venta de sus productos o un incremento de los ingresos percibidos por sus servicios; bien mediante el incremento de la rentabilidad de las operaciones, que es el que se consigue al reducir de forma efectiva los costes. . En resumen se puede observar que la mayoría de los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, sus ventas han mejorado y por ende sus negocios en los últimos meses, debido a la diversificación de sus productos y la liquidez para invertir en publicidad y capacitación.

Gráfico 19. Cuenta con Fuertes Competidores

Variable: Desarrollo empresarial; **Objetivo 2:** Identificar los factores influyentes en el Desarrollo Empresarial de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

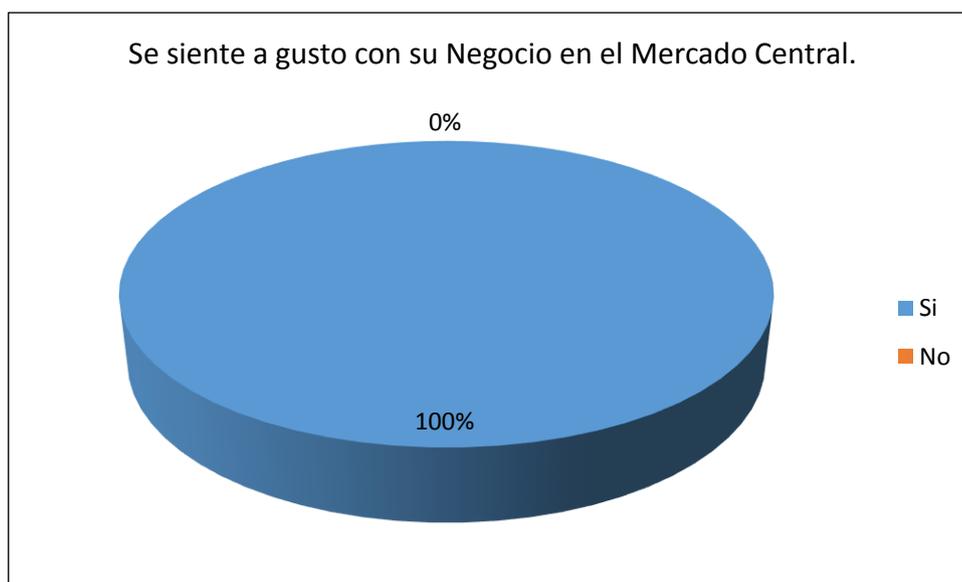
Interpretación:

Del 100% de Micro Empresarios encuestados del Mercado Central de Chiclayo del Giro de Venta de Ropa, 49% Si tiene fuertes competidores y el 51% No tiene fuertes competidores.

En resumen se puede observar que más de la mitad de los Micro Empresarios de ropa del Mercado Central en sus ventas consideran no tener fuertes competidores, mientras que casi la mitad considera que la competencia es fuerte y deben estar siempre diversificando y mejorando sus productos, ya que tienen competidores internos, aquellos Micro Empresarios con mayores capitales que los otros y también cuentan con competidores externos por las grandes cadenas con las que existen. Al respecto a la revista electrónica Importancia.org (2017) indica: “La importancia de la Competencia de Mercado reside en que dicha competencia es completamente necesaria para regular el mercado”

Gráfico 20. Se siente a gusto con su Negocio en el Mercado Central

Variable: Desarrollo empresarial; **Objetivo 2:** Identificar los factores influyentes en el Desarrollo Empresarial de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Interpretación:

Del 100% de Micro Empresarios encuestados del Mercado Central de Chiclayo del Giro de Venta de Ropa, 100% Si se siente a gusto con su Negocio en el Mercado Central y el 0% No.

En resumen se puede observar que la totalidad de los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, se sienten satisfechos y a gusto con sus negocios por la estabilidad económica que les proporciona, por la ubicación ya que está en todo el centro de la ciudad, en otros casos por un tema de herencia que paso de generación en generación, porque mantener un puesto en dicho mercado no es muy costoso y por ser unos de los mercados de la ciudad de Chiclayo más concurridos. En ese sentido “Satisfacción: Los resultados positivos de una actividad empresarial reportan una gran satisfacción al emprendedor que decide poner en marcha un negocio.” (EFE, 2017)

Cuadro 6. Consolidado de resultados por objetivo

OBJETIVOS	DESCRIPCIÓN	%
1. Identificar el Estado Crediticio Actual de las Mypes del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo	Gráfico 1. Posesionario	73%
	Gráfico 3. Dueño del negocio	70%
	Gráfico 4. Capital propio	59%
2. Identificar los Factores Influyentes en el Desarrollo Empresarial de las Mypes del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo	Gráfico 13. No tiene nuevas sucursales	97%
	Gráfico 18. Sus ventas han crecido	62%
	Gráfico 10. Impacto de los créditos en el negocio	54%
3. Identificar la Evolución del Desarrollo Empresarial de las Mypes del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, en los últimos 2 años.	Gráfico 20. Se siente a gusto con su negocio	100%
	Gráfico 11. Diversificación de productos	89%
	Gráfico 14. Nuevos conocimientos	89%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo

Comentario:

Primer Objetivo: Estado Crediticio Actual, el ser poseionario (73%), dueño del negocio (70%), disponer de capital propio (59%), los cuales permiten ser excelentes clientes potenciales para las líneas de crédito.

Segundo Objetivo: Factores Influyentes del Desarrollo Empresarial, entre los cuales destacan no tienen nuevas sucursales (97%), crecimiento de las ventas (62%) impacto del crédito en su negocio (54%) así. En resumen existe una intervención positiva de los créditos.

Tercer Objetivo: Evolución del Desarrollo Empresarial de las Mypes, entre los cuales destacan: Se siente a gusto con su negocio (100%), ha diversificado sus productos (89%) y tiene nuevos conocimientos (89%). En conclusión se puede decir que habido una evolución de las MYPEs de Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo.

VI. CONCLUSIONES

Conclusiones específicas

- A través de esta investigación se ha podido Identificar el Estado Crediticio actual de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, habiéndose hallado que cuentan con un buen estado crediticio. Asimismo los comerciantes han podido obtener créditos hasta dos entidades distintas, como Bancos especializados en micro créditos, Cajas municipales, financieras y otros, puesto que para ellos son más accesibles, principalmente porque manejan tasas de interés más bajas o tienen menos requisitos para otorgar créditos.

- Se logró Identificar los Factores Influyentes en el Desarrollo Empresarial de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo. Siendo las siguientes: ser dueños o propietarios de su negocio, contar con capital propio y apoyo de créditos, trabajar con más de una entidad financiera. En resumen se constata que si hay un desarrollo empresarial en estas Micros empresas y eso se debe a los créditos que han obtenido.

- Al Identificar la Evolución del Desarrollo Empresarial de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, se pudo indicar que si han diversificado sus productos, también el número de trabajadores ha crecido, se adquirido nuevos conocimientos, capacidades o destrezas, tecnologías, otro factor importante es la imagen ganada la cual representa una percepción muy importante en el cliente, en resumen se sienten realizados con sus negocios.

Conclusión general

- Como conclusión general de la presente investigación, se ha determinado que la caracterización de los créditos repercuten en el desarrollo empresarial de las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo – 2016 en forma Positiva, en donde han logrado mejorar su situación del establecimiento en tres aspectos fundamentales: Primero: Estado crediticio actual, el ser poseionario, contar con créditos, disponer de capital propio, así como crecimiento de su micro empresa, le permite ser un excelente cliente potencial para las líneas de crédito; Segundo: Factores influyentes del Desarrollo empresarial, entre los cuales destacan los créditos bancarios, y el crecimiento de las ventas; Tercero: Evolución del desarrollo empresarial, se ha constado la diversificación de productos, desarrollo tecnológico, adquisición de nuevos conocimientos, y mejora de su imagen.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS:

- Es importante que la empresa desarrolle dos elementos claves para alcanzar competencias y capacidades estos son: La creatividad y la innovación, estos dos recursos hacen a la organización diferente, y esto lo percibe el usuario o el cliente, es por ello que los Micro Empresarios del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo, deben estar constantemente innovando y creando nuevas estrategias para su empresa.
- El buen estado crediticio debe ser acompañado de un sólido respaldo financiero. Se debe solicitar créditos a las instituciones financieras, que cuenta con autonomía administrativa, económica y financiera supervisada por la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS), regulada por el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), controlada por el Fondo de Seguros de Depósitos (FSD) y Contraloría General de la Republica (CGR) y a la vez que dichas entidades financieras puedan ofrecer Seguros para coberturar sus negocios bajo cualquier eventualidad que les pueda pasar.
- El destino de crédito para su negocio debe ser para incrementar su capital de trabajo, destinar el crédito al negocio, para compra de mercadería y no para consumo. De este modo afianza su nivel de credibilidad frente a sus acreedores y realmente refuerzan su negocio haciendo que su patrimonio crezca, producto de la rentabilidad que obtendrán al hacer una buena inversión y que esta se vea reflejada en el crecimiento de su inventario.
- Para un mejor desarrollo empresarial: Se debe adquirir nuevos conocimientos para mejorar la administración de su negocio como estar en constante capacitación. Se debe adquirir nueva tecnología para mejorar el manejo de su negocio (modernización - estar a la vanguardia con la tecnología).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abdellah, F. (1994). *Preparing Nursing Research for the 21 st Century. Evolution. Methodologies*. New York: Chalgos. Springer.
- Aguirre, P. R. (2012). *¿Cómo Crear Un Pequeño Negocio?* . Huancayo, Perú: Universidad Nacional del Centro.
- Alcantara, V. C. (09 de Julio de 2009). *La empresa*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/cmav/diapositiva-empresa>
- ASFI, A. (15 de Septiembre de 2016). Obtenido de https://www.bancofie.com.bo/uploads/wys/files/09_credito.pdf
- Azahar Lopez , S. &. (19 de 10 de 2006). *Investigación sobre la demanda de credito bancario por parte de las pequeñas y medianas empresas en el salvador*. Obtenido de http://www.uca.edu.sv/deptos/economia/media/archivo/bf3a02_tesisdemandadecredito bancario pymes.pdf
- Barriga, H. C. (15 de julio de 2016). *En torno al concepto de Competencia*. Obtenido de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/educacion/n1_2004/a05.pdf
- Bazán, J. (14 de Septiembre de 2014). *La demanda de crédito en las mypes industriales de la provincia de Leoncio Prado*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos42/credito-mypes-industriales/credito-mypes-industriales.shtml>
- Berberisco, J. S. (11 de 09 de 2013). *Los créditos de las cajas municipales y el desarrollo empresarial de las mypes del sector metalmecánica en el distrito de independencia*. Obtenido de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/616/3/berberisco_js.pdf
- Bernilla, M. (2006). *Manual práctico para formar mype*. Lima: Edigraber.
- CajaSipán. (2015). *Manual de Políticas y Reglamento de Créditos*. Chiclayo: Caja Sipán.
- Charantimath, P. M. (2006). *Entrepreneurship Development and Small Business* . India: Pearson Education.
- Chavarría , M. (21 de julio de 2017). *Conocimiento del mercado: factor clave en el éxito de tu negocio*. Obtenido de http://www.ideasparapymes.com/contenidos/mercadotecnia_investigacion_mercados_qualitativa_quantitativa_pymes.html
- Consultas Financieras y Empresariales. (20 de julio de 2017). *Importancia de la Tasa de Interés en la Economía*. Obtenido de <http://consultasfinancierasypresariales.blogspot.pe/2007/09/importancia-de-la-tasa-de-inters-en-la.html>

- Directivos. (15 de julio de 2017). *La importancia de la satisfacción laboral para el éxito empresarial*. Obtenido de <http://retos-directivos.eae.es/la-importancia-de-la-satisfaccion-laboral-para-el-exito-empresarial/>
- EAE, E. (21 de julio de 2017). *Crecimiento empresarial: definición y modalidades*. Obtenido de <http://www.eaprogramas.es/internacionalizacion/crecimiento-empresarial-definicion-y-modalidades>
- Economista, E. (20 de enero de 2016). *Una buena calificación crediticia te brinda muchas ventajas*. Obtenido de <http://economista.com.mx/finanzas-personales/2016/01/20/buena-calificacion-crediticia-te-brinda-muchas-ventajas>
- EFE, e. (21 de julio de 2017). *Ventajas y desventajas de crear un negocio propio*. Obtenido de <http://www.efemprende.com/noticia/ventajas-y-desventajas-de-crear-un-negocio-propio/>
- El_Comercio. (21 de Julio de 2016). *El crédito promedio de las mypes en Perú asciende a S/56,458*. Obtenido de <http://elcomercio.pe/economia/peru/credito-promedio-mypes-peru-asciende-s56458-noticia-1918551>
- EOI, E. (21 de julio de 2017). *La Importancia de los “Recursos Humanos”*. Obtenido de <http://www.eoi.es/blogs/mintecon/2013/05/13/importancia-rrhh/>
- Eusebio, R. P. (2015). *Factores que influyen en las decisiones financieras de los microempresarios para tomar un financiamiento en la Caja Municipal del Santa en Chimbote*. Chimbote: ULADECH.
- Filippo, A. I. (22 de 03 de 2011). *Financiamiento del desarrollo económico diversificación de instrumentos financieros en una economía en desarrollo*. Obtenido de http://www.econ.uba.ar/www/servicios/biblioteca/bibliotecadigital/bd/tesis_doc/filippo.pdf
- Gomero Gonzales, N. (10 de 10 de 2003). *Participacion de los intermediarios financieros bancarios y no bancarios en el desarrollo de la pyme textiles en lima metropolitana de 1990 al 2000*. Obtenido de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/empre/gomero_gn/t_completo.pdf
- Gunther, K. (23 de Octubre de 2010). *La importancia del crédito en el mundo financiero*. Obtenido de <http://coyunturaeconomica.com/creditos/obtener-creditos-financieros>
- Hernández, D. (15 de Mayo de 2016). *Manual de contabilidad para las empresas del sistema financiero del Perú*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos101/manual-contabilidad-empresas-del-sistema-financiero-del-peru-cap-i/manual-contabilidad-empresas-del-sistema-financiero-del-peru-cap-i2.shtml>
- Hernández, Fernández y Baptista. (29 de Enero de 2010). *CCL: Turismo receptivo en el Perú crecería 6% en 2015*. Recuperado el 22 de Marzo de 2016, de <http://peru21.pe/economia/ccl-turismo-receptivo-creceria-6-2015-2210593>
- Hodgetts, R. (1995). *Effective Small Business Management*. USA: Dryden, Fort Worth, TX.
- Importancia.org. (21 de julio de 2017). *Importancia de la Competencia de Mercado*. Obtenido de <https://www.importancia.org/competencia-de-mercado.php>

- Kong Ramos, J. &. (18 de 08 de 2014). *Financiamiento en el desarrollo de la pymes del distrito de san jose - lambayeque en el periodo 2010 - 2012*. Obtenido de http://tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/338/1/TL_KongRamosJessica_MorenoQuilcateJose.pdf
- Luiggi, S. (30 de junio de 2015). *La importancia de una buena imagen corporativa*. Obtenido de <http://www.staffcreativa.pe/blog/la-importancia-de-una-buena-imagen-corporativa/>
- Montero Caro, M. &. (25 de 10 de 2011). *Desarrollo Empresarial y Emprendedores*. Obtenido de <http://www.fudepa.org/FudepaWEB/Actividades/FSuperior/DesarrolloEmp.pdf>
- Montilla, C. Y. (25 de Septiembre de 2011). *Desarrollo Empresarial y Emprendedores*. Obtenido de <http://www.fudepa.org/FudepaWEB/Actividades/FSuperior/DesarrolloEmp.pdf>
- OECD, H. (15 de julio de 2017). *Capital humano: Cómo moldea tu vida lo que sabes*. Obtenido de <https://www.oecd.org/insights/38435951.pdf>
- Paradisus, P. R. (20 de octubre de 2012). *Capital propio*. Obtenido de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Capital-Propio/5923659.html>
- Parra, O. (6 de agosto de 2016). *La innovación tecnológica y su importancia para conquistar al consumidor 'ultra-conectado'*. Obtenido de <http://www.elnuevoherald.com/noticias/tecnologia/article94179892.html>
- Ramírez, L. C. (17 de abril de 2017). *La importancia de ser "Sujeto de crédito" para una empresa*. Obtenido de <http://www.poderyliderazgo.cl/la-importancia-sujeto-credito-una-empresa/>
- Regions. (20 de julio de 2017). *La importancia del crédito*. Obtenido de https://espanol.regions.com/personal_banking/clrc_importance_of_credit.rf
- Rengifo Silva, J. (24 de 03 de 2009). *"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"*. Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/archivos/03/03012/documentos/repositorio/2014/01/03/162855/16285520140702072630.pdf>
- Rosales, R. (2001). *Tendencias Recientes en la Regulación del financiamiento a la Microempresa. V Foro Interamericano sobre la Microempresa*. Lima: Ipena.
- SBS, S. R.-2. (19 de Noviembre de 2008). Obtenido de http://www.felaban.net/archivos_regulaciones/archivo20140717024426AM.pdf
- Siáncas, J. (21 de julio de 2017). *Los créditos a las mypes generarán un gran impacto económico*. Obtenido de <http://gestion.pe/noticia/349075/creditos-mypes-generaran-gran-impacto-economico>
- Sierra, G. M. (23 de Junio de 2012). *Tipos más usuales de Investigación*. Obtenido de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/prepa3/tipos_investigacion.pdf

- Trejos , j. (25 de 10 de 2003). *La microempresa en el Perú inicios del siglo XXI: Magnitud, importancia y características*. Obtenido de <http://handsonbanking.com/es/resources/5%20TODO%20SOBRE%20EL%20CREDITO.pdf>
- Van, H. (1996). *Biblioteca de Administración Financiera*. México: Universitarios.
- Vasquez Pacheco, F. (2011). *Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro-compra/venta de textilera de chimbote, 2010-2011*. Chimbote : Universidad catolica los Angeles de himbote .
- Wigodski, J. (14 de Julio de 2014). *jacquelinewigodski.blogspot.com*. Recuperado el 19 de Enero de 2015, de jacquelinewigodski.blogspot.com: <http://jacquelinewigodski.blogspot.com>
- Yogurt, T. (21 de julio de 2017). *La importancia de diversificar los productos*. Obtenido de <http://teayogurt.blogspot.pe/2012/03/la-importancia-de-diversificar-los.html>

ANEXOS

ANEXO N°01: CUESTIONARIO

Guía de encuesta dirigida a las MYPEs del Giro Venta de Ropa del Mercado Central de Chiclayo.

Importante: Marque con una aspa (x) la opción o respuesta que considere conveniente

I) ESTADO CRÉDITICIO ACTUAL

1.- Situación del establecimiento:

- (1) Posesionario Directo
- (2) Alquilado
- (3) Compartido..... ¿Con qué otro negocio?.....

2.- ¿Cuánto tiempo viene funcionando el negocio?

- (1) Menos de 1 año
- (2) De 1 a 5 años
- (3) De 6 a 10 años
- (4) De 11 a 15 años
- (5) Más de 16 años

3.- ¿Es único dueño de su negocio?

- a. SI..... ()
- b. NO..... () ¿Por qué?.....

4.- ¿Empezó su negocio con capital propio o créditos?

- a. Capital propio ()
- b. Créditos ()
- c. a y b ()

5 ¿Cuántos préstamos tiene actualmente?

- a. Uno..... ()
- b. Dos..... ()
- c. Tres.....()
- d. Más de tres..... ()
- e. Ninguno.....()

6 ¿Con que tipo de entidad financiera trabaja? (selección múltiple)

- a. Banco.....()
- b. Caja Rural..... ()
- c. Caja Municipal..... ()
- d. Edpyme.....()
- e. Cooperativa..... ()
- f. Financiera..... ()
- g. Otros..... ()
- h. Ninguno..... ()

7 ¿Si Ud. adquirió un financiamiento, el destino de crédito para su negocio fue invertido en? (selección múltiple)

- a. Capital de trabajo..... ()
- b. Activo fijo..... ()
- c. Consumo..... ()
- d. Capacitación..... ()
- e. Publicidad..... ()

8 ¿Qué influyó en tomar la decisión de un préstamo? (selección múltiple)

- a. El Interés financiero.....()
- b. Trámite rápido..... ()
- c. Facilidades de pago..... ()
- d. Otro.....()

9 ¿Su negocio ha crecido en los dos últimos años con apoyo de créditos financieros?

- a. Si ()
- b. No..... () ¿Por qué?.....

II) DESARROLLO EMPRESARIAL

10 ¿En qué medida influye el préstamo en su negocio?

- a. Poco.....()
- b. Regular.....()
- c. Mucho..... ()

11 ¿Ha diversificado sus productos con el apoyo de los créditos?

- a. Si ()
- b. No..... () ¿Porqué?.....

12 ¿Ha crecido el número de sus trabajadores en su negocio?

- a. Si 1-5 ()
- b. Si 6-10()
- c. Si 11 a más.....()
- d. No..... () ¿Porqué?.....

13 ¿Su negocio cuenta con nuevas sucursales?

- a. Si ()
- b. No..... ()

14 ¿Ha adquirido nuevos conocimientos para su negocio?

- a. Si ()
- b. No..... () ¿Porqué?.....

15 ¿Ha adquirido nueva tecnología para su negocio?

- a. Si ()
- b. No..... () ¿Porqué?.....

16 ¿Su negocio adquirió nueva o mejor imagen?

- a. Si ()
- b. No..... () ¿Porqué?.....

17 ¿En lo personal, los créditos son claves en el crecimiento de un negocio?

- a. Poco.....()
- b. Regular.....()
- c. Mucho..... ()

18 ¿Sus ventas han crecido en los últimos meses?

- a. Si ()
- b. No..... () ¿Porqué?.....

19 ¿Tiene fuertes competidores?

- a. Si ()
- b. No..... ()

Si la Rpta. Es SI, ¿Por qué cree que es un fuerte competidor para Ud.?

.....

20 ¿Se siente a gusto con su negocio en el Mercado Central?

- a. Si () ¿Porqué?.....
- b. No..... () ¿Porqué?.....

ANEXO Nº02: CONSTANCIAS DE VAIDACIÓN DEL INSTRUMENTO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

Constancia de Validación

Yo, Segura Ibáñez María del Socorro, identificado con DNI Nº 44191420 con el Título de Licenciada en Administración y con registro de colegiación Nº 11409 otorgado por el Colegio de Licenciados en Administración del Perú.

Por medio del presente hago constar que he recibido con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por el estudiante LUDEÑA ORBEGOSO JUAN FRANCISCO, para ser efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación titulado CARACTERIZACION DE LOS CRÉDITOS Y EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MYPES DEL GIRO VENTA DE ROPA DEL MERCADO CENTRAL DE CHICLAYO – 2016, que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar su resultado.

Chiclayo, Octubre 2016

Segura Ibáñez María del Socorro

Registro de Colegiación Nº 11409



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

Constancia de Validación

Yo, Vásquez Forero José Milciades, identificado con DNI N° 16425752 con el Título de Licenciada en Administración y con registro de colegiación N° 18342 otorgado por el Colegio de Licenciados en Administración del Perú.

Por medio del presente hago constar que he recibido con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por el estudiante LUDEÑA ORBEGOSO JUAN FRANCISCO, para ser efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación titulado CARACTERIZACION DE LOS CRÉDITOS Y EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MYPES DEL GIRO VENTA DE ROPA DEL MERCADO CENTRAL DE CHICLAYO – 2016, que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar su resultado.

Chiclayo, Octubre 2016

Vásquez Forero José Milciades

Registro de Colegiación N° 18342



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

Constancia de Validación

Yo, Ana Sofia Burga Ludeña, identificado con DNI N° 42866718 con el Título de Licenciada en Administración y con registro de colegiación N° 02264 otorgado por el Colegio de Licenciados en Administración del Perú.

Por medio del presente hago constar que he recibido con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por el estudiante LUDEÑA ORBEGOSO JUAN FRANCISCO, para ser efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación titulado CARACTERIZACION DE LOS CRÉDITOS Y EL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MYPES DEL GIRO VENTA DE ROPA DEL MERCADO CENTRAL DE CHICLAYO – 2016, que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar su resultado.

Chiclayo, Octubre 2016

Burga Ludeña Ana Sofia

Registro de Colegiación N° 02264



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

Ítems relacionados con las variables	Es pertinente con el concepto		Necesita mejorar la redacción		Es tendencioso, aquiescente		Se necesita más ítems para medir el concepto
	Si	No	Si	No	Si	No	
1.- Situación del establecimiento	X			X	X		Si () No (X)
2.- ¿Cuánto tiempo viene funcionando el negocio?	X			X	X		Si () No (X)
3.- ¿Es único dueño de su negocio?	X			X	X		Si () No (X)
4.- ¿Empezó su negocio con capital propio o créditos?	X			X	X		Si () No (X)
5 ¿Cuantos préstamos tiene actualmente?	X			X	X		Si () No (X)
6 ¿Con que tipo de entidad financiera trabaja más? (selección múltiple)	X			X	X		Si () No (X)
7 ¿Si Ud. adquirió un financiamiento, el destino de crédito para su negocio fue invertido en? (selección múltiple)	X			X	X		Si () No (X)
8 ¿Qué influyó en tomar la decisión de un préstamo? (selección múltiple)	X			X	X		Si () No (X)
9 ¿Su negocio ha crecido en los dos últimos años con apoyo de créditos financieros?	X			X	X		Si () No (X)
10 ¿En qué medida influye el préstamo en su negocio?	X			X	X		Si () No (X)

11 ¿Ha diversificado sus productos con el apoyo de los créditos?	X			X		X	Si () No (X)
12 ¿Ha crecido el número de sus trabajadores en su negocio?	X			X		X	Si () No (X)
13 ¿Su negocio cuenta con nuevas sucursales?	X			X		X	Si () No (X)
14 ¿Ha adquirido nuevos conocimientos para su negocio?	X			X		X	Si () No (X)
15 ¿Ha adquirido nueva tecnología para su negocio?	X			X		X	Si () No (X)
16 ¿Su negocio adquirió nueva o mejor imagen?	X			X		X	Si () No (X)
17 ¿En lo personal, los créditos son claves en el crecimiento de un negocio?	X			X		X	Si () No (X)
18 ¿Sus ventas han crecido en los últimos meses?	X			X		X	Si () No (X)
19 ¿Tiene fuertes competidores?	X			X		X	Si () No (X)
20 ¿Se siente a gusto con su negocio en el Mercado Central?	X			X		X	Si () No (X)

Maria del Socorro
Segura Ibáñez María del Socorro

Registro de Colegiación N° 11409

José Milciades
Vásquez Forero José Milciades

Registro de Colegiación N° 18342

Ana Sofia
Burga Ludeña Ana Sofia

Registro de Colegiación N° 02264

**ANEXO Nº03: LISTA DE MYPES DE GIRO DE VENTA DE ROPA
MERCADO CENTRAL – CHICLAYO – 2016**

CODIGO	CONDUCTOR	ZONA	NºPTO	TASA	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	TOTAL
00000122759	CASTILLO DELGADO-NILTHON CESAR	Planta Alta	00001B	10.5	0	0	0	0	0	0	3	31.5
00000502039	CRUZADO BECERRA-HERNAN WILLIAN	Planta Alta	00002A	10.5	0	0	0	0	0	0	8	84.0
00000041808	BECCERRA IDROGO-CLEOTILDE	Planta Alta	00003A	10.5	0	0	0	0	0	0	8	84.0
00000502041	BAUTISTA DELGADO-EDITH	Planta Alta	00003B	10.5	0	0	0	0	0	0	9	94.5
00000502044	ZUÑIGA DE GARCIA-VIOLETA	Planta Alta	00004A	10.5	0	0	0	0	0	0	13	136.5
00000580611	GARCIA DE VALLEJOS-MARIA ELENA	Planta Alta	00005A	10.5	0	0	0	0	0	0	7	73.5
00000002649	BAUTISTA ZAPATA-ELENA NELLY	Planta Alta	00006A	10.5	0	0	0	0	0	0	8	84.0
00000502102	RODRIGUEZ FERNANDEZ-ROCIO DEL PILAR	Planta Alta	00006B	10.5	0	0	0	0	0	0	6	63.0
00000502047	TORRES CONTRERAS-DOMINGA EDITA	Planta Alta	00007C	10.5	0	0	0	0	0	0	3	31.5
00000041675	CHISCUL PUYEN-FABIO	Planta Alta	00008C	10.5	0	0	0	0	0	0	10	105.0
00000773016	ZELADA CHIROQUE-WILDER	Planta Alta	00009A	10.5	0	0	0	0	0	0	19	199.5
00000753672	QUIROZ VIDARTE-MARIA HAIDEE	Planta Alta	00010A	10.5	0	0	0	0	0	0	7	73.5
00000502054	SANTA CRUZ FERNANDEZ-SEGUNDO	Planta Alta	00011A	10.5	0	0	0	0	0	0	6	63.0
00000062384	ALARCON DIAZ-ALMANZOR	Planta Alta	00011Z	7	52	52	52	52	52	52	38	2450.0
00000500106	RAMIREZ HERNANDEZ-SONIA VIOLA	Planta Alta	00012A	10.5	0	0	0	0	0	0	4	42.0
00000500114	LOPEZ CERNA-ANGEL	Planta Alta	00012B	10.5	0	0	0	0	0	0	4	42.0
00000022369	PISCOYA ACOSTA-AURORA	Planta Alta	00013A	10.5	0	0	0	0	0	0	3	31.5
00000502057	GAONA HOYOS-ROSA HILDA	Planta Alta	00014A	10.5	0	0	0	0	0	0	9	94.5
00000022430	VASQUEZ SILVA-SEGUNDO	Planta Alta	00015A	10.5	0	0	0	0	0	0	8	84.0
00000502058	PEÑA DE REYES-LEONILA	Planta Alta	00016A	10.5	0	0	0	0	0	0	10	105.0
00000041490	TRONCOS LLACSAHUANGA-CESAR ELI	Planta Alta	00017A	10.5	0	0	0	0	0	0	10	105.0
00000502069	PISCOYA DE SAAVEDRA-ANGELA MARIA	Planta Alta	00018A	10.5	0	0	0	0	0	0	3	31.5
00000502069	PISCOYA DE SAAVEDRA-ANGELA MARIA	Planta Alta	00019A	10.5	0	0	0	0	0	0	3	31.5
00000789209	VELEZMORO PEÑA-MARGARITA-AURORA	Planta Alta	00021A	10.5	0	0	0	0	0	0	16	168.0
00000007952	MONTALVO ROMERO-DORA	Planta Alta	00022A	10.5	0	0	0	0	0	0	8	84.0
00000502074	ESCOBEDO BAZAN-PAULA GIOVANNA	Planta Alta	00023A	10.5	0	0	0	0	0	0	6	63.0
00000502076	ESCOBEDO BAZAN-EDGAR ROBERT	Planta Alta	00023B	10.5	0	0	0	0	0	0	8	84.0
00001073171	CHIROQUE TINEO-ETELVINA	Planta Alta	00026A	10.5	0	0	0	0	0	0	16	168.0
00000502077	CHIROQUE TINEO-FREDESVIDA	Planta Alta	00027A	10.5	0	0	0	0	0	0	10	105.0
00000041676	CHISCUL VILLALOBOS-HILDA NIEVES	Planta Alta	00028A	10.5	0	0	0	0	0	0	5	52.5
00000041676	CHISCUL VILLALOBOS-HILDA NIEVES	Planta Alta	00029A	10.5	0	0	0	0	0	0	5	52.5
00000502079	REYES PEÑA-ADELINA	Planta Alta	00030A	10.5	0	0	0	0	0	0	13	136.5
00000043342	BONILLA CESPEDES-MARY CRUZ	Planta Alta	00030D	10.5	0	0	0	0	0	0	2	21.0
00000041633	CASTRO VIA-ELVIRA ALICIA	Planta Alta	00031A	10.5	0	0	0	0	0	0	5	52.5
00000027532	SUC.INDIVISA REYES PEÑA-JUAN ADRIANO	Planta Alta	00032A	10.5	0	0	0	0	0	0	7	73.5
00000838711	POLUCHE URBIALES-AGUSTINA	Planta Alta	00033A	10.5	0	0	0	0	0	0	13	136.5
00000502087	MORALES BONILLA-CARMEN ROSA	Planta Alta	00033B	10.5	0	0	0	0	0	0	9	94.5
00000105796	PUICON IPANAQUE-JUSTO	Planta Alta	00034A	7	0	0	0	0	0	0	0	0.0
00000502085	CASTILLO DELGADO-JOSE BRAULIO	Planta Alta	00034B	10.5	0	0	0	0	0	0	10	105.0
00000013991	PEREZ CARMEN-OLGA	Planta Alta	00035A	10.5	0	0	0	0	52	52	38	1481.0
00000956527	CORONADO PEREZ-CARLOS ENRIQUE	Planta Alta	00035A	10.5	0	0	0	0	0	0	9	94.5
00001022492	CASTILLO MORALES-BRAULIO JACKIES FRANCAIS	Planta Alta	00036A	10.5	0	0	0	0	0	0	11	115.5
00000122759	CASTILLO DELGADO-NILTHON CESAR	Planta Alta	00037A	10.5	0	0	0	0	0	0	3	31.5
00000701353	MUÑOZ VALDERRAMA-SEGUNDO GENARO	Planta Alta	00038A	10.5	0	0	0	0	0	0	1	10.5
00000011754	CALLIRGOS GASCO-JOSE LUIS	Planta Alta	00039A	10.5	0	0	0	0	0	0	3	31.5
00000502090	ALARCON BONILLA-KARINA	Planta Alta	00040A	10.5	0	0	0	0	0	0	2	21.0
00000013556	PISFIL SANCHEZ-ALEJANDRO	Planta Alta	00041A	7	0	0	0	0	0	0	0	0.0
00000502091	ALARCON BONILLA-ROGER	Planta Alta	00043A	10.5	0	0	0	0	0	0	3	31.5
00000502091	ALARCON BONILLA-ROGER	Planta Alta	00043B	10.5	0	0	0	0	0	0	3	31.5
00000502092	MUÑOZ VASQUEZ-MARIA ERCILA	Planta Alta	00044A	10.5	0	0	0	0	0	0	1	10.5
00000818016	GARCIA PEÑA-JUANA	Planta Alta	00045A	10.5	0	0	0	0	0	0	7	73.5
00000502094	SILVA BURGA-DALILA	Planta Alta	00045B	10.5	0	0	0	0	0	0	26	273.0
00000502095	YAYPEN PISFIL-DIONICIO	Planta Alta	00046A	7	0	2	2	0	0	0	3	49.0
00001085405	RAMON TOCTO-EUDALIO	Planta Alta	00047B	10.5	0	0	0	0	0	0	0	0.0
00000502097	NEYRA VASQUEZ-ALICIA ISABEL	Planta Alta	00048A	10.5	0	0	0	0	0	0	13	136.5
00001103526	GAVIDIA CORONEL-OCTAVILA	Planta Alta	00049A	10.5	0	0	0	0	0	0	2	21.0
00000002857	CORNEJO SENMACHE-BLANCA ROSA	Planta Alta	00050A	10.5	0	0	0	0	0	0	2	21.0
00000502117	ZULOETA DIAZ-MARIA LUISA	Planta Alta	00053A	10.5	0	0	0	0	0	0	19	199.5
00000502118	ZULOETA DIAZ-MARIA BACILIA	Planta Alta	00054A	10.5	0	0	0	0	0	0	21	220.5
00000502120	RODRIGUEZ NEYRA-SEGUNDA REGINA	Planta Alta	00056A	10.5	0	0	0	0	0	0	6	63.0
00000027769	BALLENA CUSTODIO-AGUSTIN	Planta Alta	00058A	10.5	0	0	0	0	0	0	18	189.0
00000502124	VILLALOBOS AYALA-MARIA LUISA	Planta Alta	00060D	10.5	0	0	0	0	0	0	11	115.5
00000073128	TARRILLO CORONEL-SEGUNDO LEONIDAS	Planta Alta	00062A	10.5	0	0	0	0	0	0	8	84.0
00000502130	LEON HEREDIA-GRACIELA VIOLETA	Planta Alta	00063A	10.5	0	0	0	0	0	0	10	105.0
00000007414	MARTINEZ MONJA-IRENE	Planta Alta	00064A	10.5	0	0	0	0	0	0	1	10.5
00000502132	GAVIDIA CORONEL-ISULINA	Planta Alta	00065A	10.5	0	0	0	0	0	0	3	31.5
00000014681	GAVIDIA CORONEL-ADELMO RUBEN	Planta Alta	00066A	10.5	0	0	0	0	0	0	13	136.5
00000700721	ESCOBAR IBAÑEZ-ZOILA TRINIDAD	Planta Alta	00066B	10.5	0	0	0	0	0	0	36	378.0
00000502137	VASQUEZ DE NEIRA-ROSA CECILIA	Planta Alta	00067A	10.5	0	0	0	0	0	0	15	157.5
00000502137	VASQUEZ DE NEIRA-ROSA CECILIA	Planta Alta	00068A	10.5	0	0	0	0	0	0	15	157.5
00000022056	JULCA CHAMBA-ROGELIO	Planta Alta	00070A	10.5	0	0	0	0	0	0	0	0.0
00001033713	SANTACRUZ FERNANDEZ-CAMILA MARGARITA	Planta Alta	00071A	10.5	0	0	0	0	0	0	5	52.5
00000049100	FIESTAS VIERA DE GARCIA-EUFEMIA	Planta Alta	00072A	10.5	0	0	0	0	0	0	6	63.0
00000484974	CHANDUVI SANTUR-NORMA ESTHER	Planta Alta	00074A	10.5	0	0	0	0	0	0	9	94.5
00000020504	VARGAS AVALOS-JULIO	Planta Alta	00075	10.5	0	0	0	0	0	0	4	42.0
00000069522	SANCHEZ BENAVIDES-MARIA DEL CARMEN	Planta Alta	00077A	10.5	52	52	52	52	52	52	38	3675.0