



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

TÍTULO:

**“CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y LA
CAPACITACIÓN DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO
VENTA DE ROPA DEL CENTRO COMERCIAL LOS
FERROLES, CHIMBOTE, AÑO 2011”**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACION**

AUTORA:

LILY MARGOT LUDEÑA NEYRA

ASESOR:

MG. REINEIRO CENTURIÓN MEDINA

CHIMBOTE – PERÚ

2013

HOJA DE FIRMA DEL JURADO

MBA. SANTOS FELIPE LLENQUE TUME
PRESIDENTE

LIC. CARLOS ENALDO REBAZA ALFARO
SECRETARIO

LIC. MARÍA ISABEL MINO ASECIO
MIEMBRO

AGRADECIMIENTO

A Dios padre Todopoderoso, por su inmenso amor, por guiar cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mi profesor y asesor, Mg. Reineiro Centurión Medina, quien con sus enseñanzas y conocimientos supo guiar el desarrollo de la presente tesis desde el inicio hasta su culminación.

A mis profesores, por su apoyo y dedicación de tiempo y por haber compartido conmigo sus conocimientos.

A mis compañeros de estudio y a todas las personas que hicieron posible la realización de este trabajo.

DEDICATORIA

A **DIOS**, por haber llenado mi vida de bendiciones, por su infinito amor y bondad y por haberme regalado un granito de su inmensa paciencia y fuerza que me permitió llegar al final de este corto camino con alegría y satisfacción por el logro alcanzado.

A mi esposo **PERCY**, quien está a mi lado dándome su amor, cariño, confianza y su apoyo incondicional para seguir adelante y por demostrarme que todo se puede.

A mis hijos, **RODRIGO** y **SEBASTIÁN**, por su inmenso amor, por ser parte de lo que más amo, por entender mis enfados, por no reprocharme nada, y principalmente por estar en mi vida. **LOS AMO.**

“Cuando quieres algo, todo el universo conspira para que realices tu deseo”.
Paulo Coelho

RESUMEN

La investigación tuvo por objetivo general, describir las principales características del financiamiento y la capacitación de las Mypes del sector comercio – rubro venta de ropa del Centro Comercial Los Ferroles, Chimbote, Año 2011. La Investigación fue cuantitativa de nivel descriptiva, con un diseño no experimental-transversal. La muestra fue dirigida a 70 microempresarios de una población de 175, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 26 preguntas, obteniendo como principales resultados lo siguiente: el 48% financió su Mype con capital propio, el 21% recurrió al sistema bancario y no bancario respectivamente, y el 36% manifestó que invirtió el crédito en capital de trabajo. Respecto a la capacitación: el 90% la consideró relevante para sus trabajadores y el 83% una buena inversión, el 80% de trabajadores y el 44% de microempresarios no recibieron ningún tipo de capacitación. Finalmente, se concluye que la mayoría de los microempresarios encuestados financió sus actividades con capital propio y no fueron capacitados al igual que sus trabajadores.

Palabras clave: Financiamiento, capacitación y Mypes.

ABSTRACT

The research aimed generally described the main characteristics of financing and training of micro and small businesses the trade sector - sale of clothing item Mall The Ferroles, Chimbote, Year 2011. The Research was quantitative of level descriptive, with a not experimental transverse design. The sample was directed at 70 micro entrepreneurs of a population of 175 to whom there was applied a questionnaire structured of 26 questions, obtaining as principal results the following: 48% financed its micro and small businesses with their own capital, 21% used the banking system and banking respectively, and 36% said credit invested in working capital. Regarding training: 90% considered it relevant to their workers and 83% a good investment, 80% of workers and 44% of businessmen did not receive any training. Finally it is concluded that the majority of surveyed micro and small businesses financed their activities with own capital and were not trained as workers.

Key words: Financing, training and Mypes.

INDICE

CARATULA DE TESIS	ii
FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
TABLA DE CONTENIDO.....	viii
INDICE DE GRAFICOS Y CUADROS	ix
I. INTRODUCCION	1
II. REVISION DE LITERATURA	6
2.1. Antecedentes de la Investigación	6
2.2. Bases Teóricas	9
2.3. Marco Conceptual	25
III. METODOLOGIA.....	29
3.1. Tipo y Nivel de Investigación de la tesis	29
3.2. Diseño de la Investigación	29
3.3. Población y muestra	29
3.4. Técnicas e instrumentos	30
3.5. Procedimiento de recolección de datos	30
IV. RESULTADOS	32
4.1. Resultados	32
4.2. Análisis de resultados	58
V. CONCLUSIONES	62
5.1. Conclusiones	62
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	
- REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	63
- ANEXOS	66

ÍNDICE DE TABLAS, GRÁFICOS Y CUADROS

	Pág.
- Tabla N° I Instituciones Microfinancieras en el Perú por Tipo	18
- Gráfico I Modelo básico de capital humano	23
- Cuadro N° 01 y Gráfico 01 Edad de los representantes de las MYPES	32
- Cuadro N° 02 y Gráfico 02 Sexo de los representantes de las MYPES	33
- Cuadro N° 03 y Gráfico 03 Estado civil de los representantes de las MYPES	34
- Cuadro N° 04 y Gráfico 04 Grado de instrucción de los representantes de las MYPES	35
- Cuadro N° 05 y Gráfico 05 Tiempo en el sector comercio rubro – venta de ropa	36
- Cuadro N° 06 y Gráfico 06 Situación legal de las MYPES	37
- Cuadro N° 07 y Gráfico 07 Número de trabajadores por comercio rubro – venta de ropa	38
- Cuadro N° 08 y Gráfico 08 ¿Para qué constituyó la MYPE?	39
- Cuadro N° 09 y Gráfico 09 ¿Cómo financia su actividad productiva	40
- Cuadro N° 10 y Gráfico 10 Considera adecuado el apoyo a las MYPES en la actividad comercial rubro – venta de ropa	41
- Cuadro N° 11 y Gráfico 11 Cuántas veces solicitó crédito	42
- Cuadro N° 12 y Gráfico 12 A qué entidad solicitó crédito - especificar	43

- Cuadro N° 13 y Gráfico 13	
Tipo de sistema al que recurrió para el financiamiento	44
- Cuadro N° 14 y Gráfico 14	
¿Le otorgaron el crédito solicitado?.....	45
- Cuadro N° 15 y Gráfico 15	
¿Cuál fue el plazo otorgado?.....	46
- Cuadro N° 16 y Gráfico 16	
¿Qué tasa de interés mensual pagó?.....	47
- Cuadro N° 17 y Gráfico 17	
Monto promedio otorgado.....	48
- Cuadro N° 18 y Gráfico 18	
¿En que fue invertido el crédito obtenido?	49
- Cuadro N° 19 y Gráfico 19	
¿Considera que la capacitación de sus trabajadores es relevante para su empresa?	50
- Cuadro N° 20 y Gráfico 20	
¿Los trabajadores de su empresa han recibido algún tipo de capacitación?	51
- Cuadro N° 21 y Gráfico 21	
¿En qué temas se capacitaron sus trabajadores?	52
- Cuadro N° 22 y Gráfico 22	
¿Considera la capacitación como una inversión o un gasto?	53
- Cuadro N° 23 y Gráfico 23	
¿Recibió como empresario algún tipo de capacitación?	54
- Cuadro N° 24 y Gráfico 24	
¿Cuántos cursos de capacitación ha realizado usted en el año 2011?.....	55
- Cuadro N° 25 y Gráfico 25	
¿En qué tipo de cursos participó en el año 2011?	56
- Cuadro N° 26 y Gráfico 26	
¿La capacitación ha contribuido con las ganancias de su empresa?	55

I. INTRODUCCION

Las Micro y Pequeñas empresas siguen tomando importancia no sólo en el Perú sino en el mundo jugando un rol importante en sus economías. Surgen de la necesidad que no ha podido ser satisfecha 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, guiadas por esa necesidad buscan la manera de poder generar sus propias fuentes de ingresos, recurriendo para conseguirlo a diferentes medios, creando sus propios negocios a través de pequeñas empresas, con el fin de auto-emplearse y emplear a sus familiares. Mendivil, J. (2007)

En Europa, las Mypes desempeñan un papel fundamental en su economía, constituyendo la mayor fuente de capacidad empresarial, de innovación y de empleo, ya que de los veinticinco, 23 millones de Pymes generan aproximadamente 75 millones de empleos y representan el 99% de las empresas existentes. Sin embargo, estas empresas a menudo tienen que hacer frente a las disfunciones del mercado, como la falta de capital o de créditos o la limitación de recursos, especialmente en la fase inicial de la actividad lo que dificulta el acceso a las nuevas tecnologías y a la innovación. Maravilla, T. (2007, Mayo)

La gran brecha que existe entre el sector de las microempresas, que demandan servicios financieros, y el sistema financiero existente, afecta mucho más a aquellos empresarios de países en vías de desarrollo y/o economías en transición y son las regiones de América Latina, África y Asia. Asimismo, a pesar del impacto que estas empresas tienen en el sector económico y social han estado carentes de un verdadero sistema de financiamiento que contribuya realmente a apoyarles con programas de crédito diferenciados y de fácil acceso. Sandi, V. (2012)

Asimismo, continúa Sandi, V. (2012), los lineamientos existentes para el acceso al financiamiento siguen siendo contrarios a las capacidades empresariales que el sector

presenta. El gran número de procesos por cumplir, la gran cantidad de documentos por presentar y las importantes garantías que la entidad financiera requiere son los principales obstáculos enfrentados al momento de acceder al sistema de financiamiento formal. También, la falta de ingresos suficientes, de estados contables empresariales y de records crediticios de quienes requieren el crédito genera grandes problemas a la hora de aprobar o desaprobar el crédito.

Las medidas financieras actuales no hacen más que excluir a un importante grupo de empresarios que juegan un importante rol en el plano económico y social pero carece de apoyo financiero debido a las limitaciones que presenta. Como bien lo anotaron Karlan y Moruch (2009) la idea de brindar financiamiento no sólo está en ofrecer los servicios, sino en facilitar su acceso a quien más lo necesite.

En una compilación hecha por Ferraro, C. (2011) en Brasil, Bolivia, Costa Rica, Panamá, El Salvador y México, las altas tasas de interés y la insuficiencia de garantías son los factores que más influyen en el uso de fuentes alternativas al crédito bancario para el financiamiento de las pymes. En El Salvador y en México, los bancos exigen elevados niveles de coberturas, que promedian el 150% y 200%, respectivamente. (Chorro, 2010; Pavón, 2010; SEBRAE, 2009)

En el Perú, Las pequeñas y microempresas (PYMES) no son la excepción, según lo manifiesta Espinoza, N. (2008) tienen importantes repercusiones económicas y sociales para el proceso de desarrollo nacional. Las PYMES constituyen más del 98% de todas las empresas existentes en el Perú, crea empleo alrededor del 75% de la PEA y genera riqueza en más de 45% del PBI. Las PYMES constituyen la mejor alternativa para hacer frente al desempleo nacional, especialmente al alarmante desempleo juvenil.

Sin embargo, no existe una estrategia nacional sostenida que permita promover y desarrollar las PYMES en el Perú. A lo largo de su historia siempre fueron consideradas como un asunto de cuarta o quinta categoría no sólo por el Estado sino

por la sociedad misma, por lo que las PYMES han venido desarrollándose en el desamparo hasta alcanzar la trascendencia en la vida nacional que hoy tiene gracias a la capacidad y talento de millones de empresarios de la pequeña y microempresa, peruanos anónimos y no necesariamente gracias a una política nacional de promoción y fomento en la que los actores de la sociedad, entre ellas las universidades, por el contrario le han dado las espaldas a las pequeñas y microempresas.

Asimismo, nos señala Espinoza, N. (2008) que los principales problemas de las Pymes en el PERÚ están vinculados unos a otros, como primer problema señala la inaccesibilidad a los mercados nacionales e internacionales, como segundo el que los empresarios de la pequeña y microempresa no tienen “dinero en la mano” para invertir cada vez más y poder acceder a los mercados nacionales e internacionales y como tercer problema es la casi absoluta ausencia de la tecnología.

En la región Ancash, y en particular nuestra ciudad se encuentra en pleno auge económico por los ingresos obtenidos por el canon y sobre canon minero, lo cual ha permitido que se instalen grandes supermercados, tales como Metro, Plaza Vea, Mega Plaza Chimbote, quienes contribuyen a nuestra economía y modernidad. Sin embargo en la actualidad nuestra fortaleza económica son las micro y pequeñas empresas las cuales son fuentes generadoras de empleo que satisfacen las necesidades de los usuarios y público en general, esto según datos obtenidos en el Ministerio de la Producción, el año 2011 nuestra región registró 40,156 Mypes formales, las cuales acogieron a una PEA de 76,700 trabajadores en las microempresas y a 5,400 en la pequeña empresa.

En la ciudad de Chimbote donde se realizará el presente estudio, fue necesario conocer la realidad de las mypes, ya que son unidades económicas predominantes, las cuales presentan serias dificultades en el financiamiento y la capacitación, ocasionando problemas en el mercado empresarial, debido a la aplicación de diferentes tasas de interés en los préstamos, su escasa participación al

crédito del sector privado y la amplia utilización de proveedores y autofinanciamiento para obtener capital de giro o llevar a cabo inversiones, estos elementos denotan la existencia de dificultades de acceso al crédito para este tipo de empresas, ocasionando un serio desfinanciamiento al no conocer las características del financiamiento y la capacitación de las MYPES del sector comercio rubro – venta de ropa del centro comercial “Los Ferroles” Chimbote, año 2011.

Por lo anteriormente expresado el enunciado del problema es: **¿Cuáles son las principales características del financiamiento y la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropa del centro comercial “Los Ferroles” – Chimbote, año 2011?**

Para dar respuestas al problema se planteo el siguiente objetivo general:

Describir las principales características del financiamiento y la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropa del centro comercial “Los Ferroles” – Chimbote, año 2011;

Se plantearon los siguientes objetivos específicos para conseguir el objetivo general:

1. Describir el perfil de los gerentes y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector en estudio.
2. Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector en estudio.
3. Describir las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector en estudio.
4. Describir las principales características de la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector en estudio.

La presente investigación se justifica porque nos dio a conocer a nivel descriptivo las principales características del financiamiento y la capacitación de las micro y

pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropa del Centro Comercial “Los Ferroles” Chimbote, año 2011; es decir conocer las principales características del rubro mencionado.

Asimismo, esta investigación se realizó con la finalidad de proporcionar información válida para las autoridades políticas, la sociedad civil y los empresarios de la región Ancash, para que tomen decisiones con respecto al financiamiento y capacitación de las Mypes.

Y por último para que sirva como base para futuras investigaciones y como apoyo para los estudiantes de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – ULADECH, sobre el financiamiento y la capacitación de las Mypes del sector comercio – rubro venta de ropa.

En tal virtud el presente informe aborda todos los aspectos que como requisito se han establecido en su desarrollo, distribuyéndose de la siguiente manera:

- I. **Introducción:** planteamientos del problema, descripción de la realidad problemática, delimitación del estudio, objetivos y justificación;
 - II. **Revisión de Literatura:** donde se presenta antecedentes del estudio, bases teóricas y marco conceptual;
 - III. **Metodología:** donde marca el tipo, nivel y diseño de la investigación, técnicas e instrumentos y recolección de datos;
 - IV. **Resultados:** donde los gráficos permiten apreciar el resultado del trabajo de campo, concluyendo con la contrastación;
 - V. **Conclusiones:** como resultado del análisis del estudio, y
- Como aspectos complementarios, las referencias bibliográficas y anexos

Es importante señalar que los resultados obtenidos en la presente investigación, revelan la concordancia de las conclusiones con los objetivos planteados.

II. REVISION DE LITERATURA

2.1. Antecedentes de la Investigación

Arrincón, J. (2005). En su investigación “Estrategias y ventajas competitivas para el desarrollo de las PYMES agroindustriales del Perú” concluye que otro factor extendido entre todas las organizaciones es su limitada capacidad de gestión, y su requerimiento de que se mejore la capacidad de los técnicos para ofrecer servicios a los asociados y especialmente para identificar mejor las necesidades de éstos últimos; asimismo que la escasa capacitación de sus conductores y la carencia de servicios adaptados a sus necesidades, tienen una importante capacidad de innovación. Si bien algunos conductores de las pequeñas agroindustrias han tenido acceso a cursos de capacitación, principalmente en el sector de panaderías, esta capacitación ha sido, sobre todo, referente a aspectos técnico-productivos y en gestión. En cuanto a los servicios de crédito manifiesta que tienen una mínima cobertura y no están adaptados a sus características. Las exigencias de garantías y otros requisitos excluyen a los conductores de la agroindustria de los sistemas de crédito.

Para Thompson, V. (2007) su investigación “Incremento de la productividad en la micro y pequeña empresa nacional con visión a exportar”, está orientada a la búsqueda de diversas maneras de impulsar su resurgimiento, concluyendo que es necesario un cambio de cultura adecuado al actual entorno nacional, que comprenda objetivos y valores de los trabajadores como la concepción misma de la capacitación y del valor de la ingeniería industrial en el apoyo a una adecuada gestión empresarial, incrementando los niveles de productividad en las organizaciones y que el impulso de la MYPE en el país está orientado a la promoción e implantación de programas orientados a su constitución empresarial, alternativas para su financiamiento, ampliación y dinamización de sus mercados como para la formación de su personal.

Por otra lado Prado, A. (2010). En su investigación “El financiamiento como estrategia de optimización de gestión en las Mypes textil-confecciones de Gamarra”,

busca demostrar que el financiamiento influye en la optimización de gestión de las MYPES, lo cual permite la expansión o crecimiento las empresas de textiles confecciones de Gamarra. Concluyendo que se ha determinado que el principal requerimiento en el financiamiento en las micro y pequeñas empresas del Sector textil confecciones de Gamarra, es el capital de trabajo, estas empresas enfrentan serias complicaciones con la liquidez el manejo de las finanzas en sus empresas es fundamental, por lo que se debe poner atención a los activos corrientes de mayor disponibilidad y los de menor disponibilidad, hacer el esfuerzo de convertirlos en caja. Asimismo, revisar los pasivos corrientes de mayor exigibilidad, de tal manera que se mantenga un nivel aceptable del capital de trabajo, que permita obtener un nivel recomendable y eficiente de liquidez, donde los pasivos corrientes financien de forma eficiente a los activos corrientes, para la determinación de un financiamiento óptimo, así como la reducción de costos y el incremento en los ingresos, que se reflejará en la maximización de la utilidad.

Por su parte Gomero, A. (2004) en su investigación titulada “Participación de los intermediarios financieros bancarios y no bancarios en el desarrollo de las PYMES Textiles en Lima Metropolitana de 1990 al 2000” evidencia la existencia de un menor crédito por ausencia de garantías, por encima del efecto de la tasa de interés, esa percepción vista desde el lado de la demanda, concluyendo que aparte que los bancos visualizan a las PYME como un sector de elevado riesgo para sus colocaciones, la situación se hace mucho más crítica cuando se aprecia que los pocos capitales que se movilizan en este sector, se concentran con mayor fuerza en Lima Metropolitana, castigando así a las empresas de provincias, organizaciones, que a pesar de tener ventajas comparativas y competitivas, no encuentran un apoyo estratégico por parte de la banca nacional. Esta política además ha generado que las PYMEs se centralicen en Lima Metropolitana, lo cual representa una debilidad del sector a pesar que en las provincias es donde se tiene ventajas comparativas para impulsar el sector textil y de confecciones a nivel de micro y pequeñas empresas. Asimismo concluye que el elevado costo que se cobra por las tasas activas se da no solo en las empresas que manejan el microcrédito sino también en la banca comercial, tasas que los microempresarios no pueden soportar. Por lo expuesto

recomienda que la banca comercial, la no comercial y la corporación financiera complementen esfuerzos estratégicos para un apoyo oportuno, redefiniendo su concepto de créditos a las mypes y dejando de considerarlos como créditos de riesgo. Además que el gobierno se centre en la búsqueda de nuevos mercados, capacitación, reconversión tecnológica más que en subsidios directos, para evitar brechas fiscales, también realizar campañas agresivas para el posicionamiento de marcas y productos en el mercado internacional, así como políticas de descentralización empresarial. Asimismo que las Mypes busquen alianzas estrategias entre sí y con la gran empresa para lograr elevar su capacidad negociadora con los mercados financieros.

Entre tanto Fernández, M. (2007). En su estudio titulado “La ventaja competitiva y su incidencia en la gestión financiera de la cadena de tiendas Cerratto S.R.L.” concluye que la gestión de los recursos humanos de CERRATTO, no está alineada al desarrollo de las personas con la estrategia del negocio de tal manera que incida en la rentabilidad del producto. No cuenta con un área de recursos humanos que permita analizar la brecha de desempeño e instrumentar la mejora de la performance, desarrollar la competencia que generen impacto en el negocio, detectar – atraer- motivar- retener talentos, impulsar el aprendizaje y crecimiento organizacional, crear una cultura de fomento de valores y visión compartida, selectividad en el reclutamiento y búsqueda de talentos, ni del desarrollo del talento interno vía planes de carrera acelerados, gestión del clima laboral, satisfacción y lealtad del empleado, desarrollo de habilidades para una economía digitalizada, uso de software estratégicos y que el liderazgo implementado no está enfocado a buscar equipos de alto rendimiento de manera que incida en la rentabilidad del producto. Por lo expuesto recomienda difundir valores y políticas que involucren al personal a fin de que tomen con responsabilidad la importancia de la cultura organizacional, a través de un programa de desarrollo cultural enfocado en los principios, valores, creencias, mitos, tanto de la empresa como del personal, así mismo establecer un seguimiento de la inducción a los nuevos trabajadores y a los que ya tienen tiempo, a fin de fortalecer constantemente la cultura en la organización, además de cambiar, crear y potenciar las gerencias que impulsen cambios y por ende incida en la rentabilidad de la empresa.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. El sistema financiero peruano

Según el informe hecho por COPEPE (2011, agosto). El sistema financiero peruano evidencia una buena performance, ostentando saludables niveles de liquidez y solvencia. Parte del fortalecimiento del sistema financiero peruano tiene que ver con el rol protagónico de la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS), en su función de ente supervisor, así como por la política monetaria del Banco Central de Reservas del Perú (BCRP), a través de un conjunto de medidas a fin de evitar reacciones adversas en el mercado crediticio, que en suma han generado condiciones favorables para el buen desenvolvimiento del sistema financiero peruano. Al respecto las tendencias con relación a los créditos dirigidos a la MYPE representan el 17% del total de créditos del sistema financiero peruano, siendo aquí las microfinancieras (MiBanco, financieras, Cajas Municipales y Rurales, Edpymes y Entidades No Reguladas especializadas en microcrédito) las baluartes: concentran alrededor del 65% de los créditos a la MYPE.

A. Tipos de Financiamiento

De acuerdo a la Resolución S.B.S. N° 14353 – 2009, vigente desde julio del 2010, la cartera de créditos está clasificada en ocho tipos.

1. *Créditos Corporativos.*- Otorgados a personas jurídicas con un nivel de ventas anuales mayor a S/. 200 millones en los dos últimos años, de acuerdo a los estados financieros anuales auditados más recientes, de no contar con estos, los créditos no podrán ser considerados en esta categoría. Y si las ventas del deudor disminuyesen a un nivel no mayor a S/. 200 millones durante dos años consecutivos, los créditos deberán reclasificarse como créditos a grandes empresas. Adicionalmente, se considerarán 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.

2. *Créditos a Grandes Empresas.*- Otorgados a personas jurídicas que tengan ventas anuales mayores a S/. 20 millones pero no mayores a S/. 200 millones en los dos últimos años, de acuerdo a los estados financieros más recientes y/o haya mantenido en el último año emisiones vigentes de instrumentos representativos de deuda en el mercado de capitales. Si posteriormente, las ventas anuales excediesen el umbral de S/. 200 millones durante dos años consecutivos, los créditos deberán reclasificarse como créditos corporativos, siempre que se cuente con estados financieros anuales auditados. Asimismo, si no se han mantenido emisiones vigentes de instrumentos de deuda en el último año y las ventas anuales han disminuido a un nivel no mayor a S/. 20 millones durante dos 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 meses.

3. *Créditos a Medianas Empresas.*- Otorgados a personas jurídicas que tienen un endeudamiento total en el sistema financiero superior a S/. 300,000 en los últimos seis meses, y que no cumplan con las características para ser clasificados como créditos corporativos o a grandes empresas y/o tengan ventas anuales no mayores a S/. 20 millones. Si posteriormente, las ventas anuales fuesen mayores a S/. 20 millones durante dos años consecutivos o se hubiese realizado alguna emisión en el mercado de capitales, los créditos deberán reclasificarse como créditos a grandes empresas o corporativos, según corresponda. Asimismo, si el endeudamiento total en el sistema financiero disminuyese posteriormente a un nivel no mayor a S/. 300,000 por seis meses consecutivos, los créditos deberán ser reclasificados como créditos a pequeñas empresas o a microempresas, dependiendo del nivel de endeudamiento.

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 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. Si se redujera a un nivel no mayor a S/. 300,000 por seis 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.

4. *Créditos a Pequeñas Empresas.-* 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 meses. Si excediese los S/. 300,000 por seis meses consecutivos, los créditos deberán ser reclasificados como créditos a medianas empresas. Asimismo, en caso el endeudamiento total en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda) disminuyese posteriormente a un nivel no mayor a S/. 20,000 por seis meses consecutivos, los créditos deberán reclasificarse a créditos a microempresas.

5. *Créditos a Microempresas.-* 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 meses. Si excediese los S/. 20,000 por seis meses consecutivos, los créditos deberán ser reclasificados al tipo de crédito que corresponda, según el nivel de endeudamiento.

6. *Créditos de Consumo Revolvente.-* Créditos otorgados a personas naturales, con la finalidad de atender el pago de bienes, servicios o gastos no relacionados con la actividad empresarial cuyo endeudamiento total en el sistema financiero (sin incluir

los créditos hipotecarios para vivienda) no sea mayor a S/. 300,000 por seis meses consecutivos, De ser así los créditos deberán ser reclasificados como créditos a medianas empresas. Lo señalado, 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.

7. *Créditos de Consumo No-Revolvente.*- Otorgados a personas naturales, con la finalidad de atender el pago de bienes, servicios o gastos no relacionados con la actividad empresarial, cuyo endeudamiento total en el sistema financiero (sin incluir los créditos hipotecarios para vivienda) es no mayor a S/. 300,000 por seis meses consecutivos. Esto 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.

8. *Créditos Hipotecarios para Vivienda.*- 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 préstamo hipotecario, de letras hipotecarias o por cualquier otro sistema de similares características. Se incluyen 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.

B. Sector Microfinanciero

En relación al sector microfinanciero Vargas, E. (2011) concluye que nace en el Perú como consecuencia de las reformas estructurales aplicadas en la década de los noventa para liberalizar la economía. La coyuntura de esa época permitió la aparición de intermediarios financieros formales que intentaron satisfacer las demandas de crédito de las medianas y pequeñas empresas (Mypes). Actualmente, el sector se encuentra conformado por Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMACs), Cajas Rurales de Ahorro y Crédito (CRACs) y las Entidades de Desarrollo de la Pequeña y Mediana empresa (Edpymes).

Del mismo modo COPEPE (2011, agosto) concluye que el Perú se ha convertido en el país líder en microfinanzas en la región de América Latina, en virtud que ha desarrollado diversas estrategias tecnológicas, crediticias, para la captación de microdepósitos, y la provisión de servicios colaterales de manera directa o con la intervención de terceros (microseguros, remesas, transferencias, capacitación, etc.). Las microfinanzas se han convertido en uno de los pilares del desarrollo social del país para combatir la informalidad empresarial y la pobreza.

1. Características de los Microcréditos

Según Lacalle, M. (2008). Las Principales características de los microcréditos provienen de su mismo nombre y son las siguientes:

- La reducida cuantía de los préstamos. Se trata de pequeñas cantidades de dinero.
- Se conceden a muy corto plazo, normalmente por un periodo de un año o inferior.
- Los periodos de reposición son muy pequeños y las cantidades devueltas en cada reembolso son, asimismo, muy reducidas. Lo más frecuente es que la devolución del principal más los intereses sea semanal o mensual.
- Se conceden sin garantías colaterales.

- Por último, los recursos prestados, se invierten en actividades escogidas de antemano por los propios prestatarios.
- Es una línea de financiación dirigida a familias de bajos ingresos y a emprendedores, micros, pequeñas y medianas empresas.

2. Características de las Instituciones de Microfinanzas

Las características o rasgos comunes de las IMFs, en comparación con las instituciones financieras tradicionales, que denotan y describen con certeza cuál es su función económica y social según Lacalle, M. (2002) son:

a. Enfoque hacia personas de escasos recursos financieros.- Éste es el rasgo o característica común de todas las entidades y programas de microfinanzas ya que el objetivo último y principal de las microfinanzas es el de reducir los niveles de pobreza de las zonas en vías de desarrollo del mundo, mejorando y atendiendo las necesidades financieras existentes.

b. Conocimiento del mercado que atienden.- Los clientes de las IMFs son personas, que a pesar de tener cierta capacidad empresarial, se encuentran en situaciones de precariedad y en consecuencia, no pueden acceder a los servicios financieros de la banca tradicional. En este sentido, las entidades encargadas de las microfinanzas han de conocer, detalladamente, las necesidades, preferencias y limitaciones de sus clientes. Han de saber que los principales motivos por los cuales estos individuos solicitan un crédito son: arrancar una microempresa o micronegocio para obtener una pequeña fuente de ingresos, satisfacer todas las necesidades de tipo familiar y social y responder en los momentos de crisis más acentuados.

Fruto de este conocimiento, las IMFs comprenderán perfectamente cuáles son las limitaciones de sus clientes y, es por ello, por lo que los créditos se conceden bajo condiciones de:

- Préstamo sin garantías reales colaterales.
- Transacciones simples y sencillas debido al analfabetismo de la población.
- Lugar de transacción cercano a los hogares o donde se desarrollan los negocios.
- Procedimientos ágiles y flexibles de evaluación del crédito.

c. Evaluación del riesgo.- Con frecuencia, las entidades de microfinanzas evalúan el riesgo crediticio de conceder un préstamo a un determinado cliente.

d. Reducción de los costes.- Uno de los objetivos de las entidades de microcrédito es la reducción de gastos. Hay que tener en cuenta que la estructura administrativa de estas instituciones es escasamente compleja y burocratizada. El objetivo de la reducción del gasto administrativo es una cuestión que se plantea intentando que sean proporcionales al ya reducido tamaño de los préstamos.

e. Autosuficiencia financiera.- Esta es una característica de las IMFs que hacen que la entidad sea viable a medio y largo plazo. La autosuficiencia hay que entenderla en términos de futuro, tratando de captar una mayor cantidad de clientes con el paso del tiempo.

La fijación de los tipos de interés a aplicar al microcrédito suscita con frecuencia un gran interés a la vez que cierta polémica. En virtud de las características de este tipo de préstamos, los tipos de interés vienen a ser relativamente superiores a los establecidos por las entidades financieras comerciales para el crédito convencional, aunque más bajos que los aplicados por los intermediarios de las financieras informales o prestamistas usureros.

f. Escala.- Nos referimos al tamaño que las IMFs han de tener para llegar cada vez a un número mayor de prestatarios aptos para crear un pequeño negocio. Esta característica cobra especial importancia dado el elevado número de microempresarios que no tienen acceso a los servicios financieros que ofrecen las

entidades financieras formales.

g. *Importancia del ahorro.*- El ahorro, entendido como la captación de recursos de los clientes, constituye uno de los aspectos más importantes en la formalización de las IMFs, dado que la prestación de servicios relacionados con el ahorro es necesario para lograr un crecimiento realmente acelerado, a la vez que señala que sus niveles han de ser elevados y con eficacia en su utilización. En numerosos estudios se ha demostrado que las entidades de microfinanzas cumplen, antes y mejor, con sus objetivos manteniendo una relación estrecha entre las actividades de crédito y las actividades de ahorro, disminuyendo, así, la fuerte dependencia a las donaciones y subsidios necesarios para la supervivencia de la organización.

3. Principales participantes en las microfinanzas en el Perú.

Los principales participantes en microfinanzas, según Del Pozo, C. (2008), son:

a. *Bancos especializados.* Entidades financieras bancarias que han logrado desarrollar adecuada tecnologías de crédito para microempresas y para el contrato de menores ingresos hacia los cuales orientan básicamente sus operaciones.

b. *Cajas municipales de ahorro y crédito (CMAC).* Son entidades no bancarias, reguladas e incluidas dentro del ámbito de regulación supervisión de CONSUCODE y la contraloría general de la república de propiedades de las municipalidades provinciales de las cual son apoyo técnico de la cooperación alemana para su formación y posterior consolidación en términos de política crediticia y administración eficiente del riesgo.

c. *Cajas rurales de ahorro y crédito (CRAC).* Son entidades financieras no bancarias reguladas orientadas principalmente a segmentos poblacionales no atendidos por la banca tradicional, enfocándose básicamente sus operaciones al sector rural, sin embargo, sus portafolios crediticios han orientándose al

financiamiento financiero de PYMES urbanas y créditos de consumo.

d. Entidades de Desarrollo de la Pequeña y Microempresa (EDPYMEs). Son entidades financieras no bancarias reguladas, que no están autorizadas por la SBS para recibir depósitos del público, por lo que su principal fuente de fondeo son líneas del exterior de agencias no gubernamentales, organismos internacionales; líneas internas principalmente canalizadas a través de COFIDE y líneas de crédito comerciales tanto internas como del exterior. Sus créditos son orientados principalmente al financiamiento de iniciativas comerciales y/o productivas de PYMES urbanas.

La Superintendencia de Banca y Seguros a enero del 2011 tiene registradas 38 Instituciones Microfinancieras (ver tabla N° I)

TABLA N° I
Instituciones Microfinancieras en el Perú por Tipo
(a Enero del 2011)

Bancos Especializados (1)	Mibanco
Cajas Municipales de Ahorro y Crédito - CMAC (12)	CMAC Arequipa CMAC Cusco CMAC Del Santa CMAC Huancayo CMAC Ica CMAC Maynas CMAC Paíta CMAC Pisco CMAC Piura CMAC Sullana CMAC Tacna CMAC Trujillo
Cajas Rurales de Ahorro y Crédito - CRAC (10)	CRAC Cajamarca CRAC Chavín CRAC Credinka CRAC Libertadores Ayacucho CRAC Los Andes CRAC Nuestra Gente CRAC Profinanzas CRAC Prymera CRAC Señor de Luren CRAC Sipán
Entidades de Desarrollo de la Pequeña Empresa y Microempresa - EDPYME (10)	EDPYME Acceso Crediticio EDPYME Alternativa EDPYME Credivisión EDPYME Credijet EDPYME Micasita EDPYME Nueva Visión EDPYME Proempresa EDPYME Pronegocios EDPYME Raíz EDPYME Solidaridad
Financieras (5)	Crediscotia Edyficar (BCP) Confianza CREAR Efectiva

Fuente: SBS

2.2.2. Teorías del Financiamiento

Teoría de las Asimetrías de la Información

Soto, M. (2008). Akerlof (1970, citado por Vilaseca, Torrent y Lladós) (2001) refiere que cuando la información es asimétrica y unos tienen más y mejor información que otros, los mercados no funcionan como en los modelos tradicionales y se requieren incentivos, señales e instrumentos adicionales tales como normas, garantías, contratos, regulaciones, información pública, marcas con reputación, buena intermediación, etc., para que los actores se encuentren en igualdad de circunstancias.

La Teoría de las Asimetrías de la Información se refiere a situaciones en las que una de las partes involucradas en una transacción tiene más información acerca de esta operación que la otra; esta información desigual puede llevar a una selección adversa, situación que se recrudece en un mundo de mercados globales y con una economía cada vez más centrada en el conocimiento. Los problemas de la calidad y la adecuada distribución de la información se tornan más importantes que nunca, en particular para países emergentes. El fenómeno de selección adversa, se observa en un sinnúmero de situaciones como, por ejemplo, en la conducta de los agentes y aún de las instituciones de regulación económica y social; puede afirmarse que aunque estas situaciones no son la causa de las asimetrías sí explican la necesidad y la existencia de los agentes e instituciones en los mercados.

Teoría del costo de capital y la estructura financiera

Alarcón, A. (2007) El costo de capital y la estructura financiera de la empresa son dos aspectos inseparables para su análisis, Brealey y Myers (1993: 789) plantean, “el costo de capital es la rentabilidad esperada de una cartera formada por los títulos de la empresa”. Es decir, el costo de capital, se refiere a la suma ponderada del costo de financiarse con el dinero de los proveedores, de otros acreedores, de los recursos

bancarios y no bancarios, de las aportaciones de los accionistas y de las utilidades retenidas.

Como se aprecia, a cada fuente de financiamiento se le asocia un costo, por lo que se pueden analizar cada una de ellas de forma independiente en relación a este, pero, también todos se interrelacionan en un solo costo que se le denomina costo total o costo medio ponderado de capital para la empresa.

Al respecto, Mascareñas, J. (2001) plantea que: “El costo medio ponderado de capital se obtiene a través de la combinación de los costos individuales de cada fuente financiera a largo y medio plazo con sus respectivas ponderaciones”. Siempre el uso de una u otra fuente supone además de un costo, un rendimiento diferente. Inciden en la estructura financiera, el rendimiento económico y el financiero.

La teoría de la jerarquía y la financiación de las PYMES

En referencia a esta teoría Mascareñas, J. (2008) señala que las hipótesis de la teoría de jerarquía parecen aportar explicaciones útiles para la financiación de empresas pequeñas y de tipo familiar, así como para empresas en fase de arranque aunque justamente en el sentido contrario al expuesto por la misma dado que la financiación interna no puede afrontar todas las necesidades de financiación y la deuda es complicada de conseguir, el capital externo es la principal fuente de financiación. Su jerarquía sería entonces la siguiente: primero capital, después deuda y finalmente financiación interna. Las empresas que tienen valiosos activos intangibles u oportunidades de crecimiento tienden a tomar menos capital prestado que las compañías que tienen fundamentalmente activos tangibles. Por eso, las compañías con alto riesgo tienden a utilizar menos deuda, suponiendo iguales el resto de características. El problema de la selección adversa se presenta cuando los proveedores de deuda, como por ejemplo los bancos, tienen dificultades de diferenciar entre “buenos” y “malos” proyectos de inversión, lo que acaba

traduciéndose en restricciones financieras para la mayoría de las pequeñas empresas, por tanto, la selección adversa supone una restricción importante para las PYMES.

2.2.3. Teorías de la capacitación

La teoría de las inversiones en capital humano

De acuerdo a Chacaltana, J. (2005). La teoría dominante en cuanto a inversiones en capacitación de la mano de obra es la teoría del capital humano planteada por Becker (1964). Esta teoría ha evolucionado en el tiempo, pues fue concebida inicialmente para explicar aspectos del ciclo de vida de las personas, pero recientemente tiende a enfocarse en decisiones estratégicas entre empleadores y empleados al interior de las firmas (Leuven, 2001).

En lo básico, esta teoría concibe a la capacitación como una inversión para el empleador y los trabajadores: esta puede incrementar la productividad del trabajo esperada en la firma pero se tiene que incurrir en costos. Es decir, como en toda inversión las inversiones en capital humano producen tasas de retorno, los cuales tienen que ser comparados con sus costos. Estos costos pueden ser costos directos o costos de oportunidad. Los costos directos incluyen gastos en materiales educativos, tutoría, transporte, etc. Los costos de oportunidad incluyen una más baja productividad durante el periodo de entrenamiento, tiempo del capacitado y su supervisor durante el proceso de entrenamiento.

La teoría estándar: capacitación en condiciones de competencia perfecta

Asimismo refiere Chacaltana, J. (2005) citando a Becker (1964) que el modelo estándar sobre inversiones en capacitación de la mano de obra, fue propuesto en uno de los trabajos pioneros. El modelo básico asume que los mercados de trabajo y de bienes finales son competitivos. La idea general del modelo - en el que se comparan

los beneficios con los costos de la capacitación - puede ser explicada con la ayuda del Gráfico I.

Aquí se grafican ingresos y costos asociados a inversiones en capital humano, a lo largo de la vida, específicamente a partir de cierta edad mínima como los 18 años. Existe un perfil de ingresos HH, sin capacitación, que se inicia en un nivel bajo pero que va creciendo a lo largo de la vida gracias a ganancias en experiencia. Este perfil es comparado con otro perfil CC, el cual tiene un periodo de capacitación, durante el cual los ingresos son negativos (se realiza la inversión). Nótese que el perfil CC luego del periodo de formación post escuela, crece a tasas mayores que el perfil HH. La decisión del que va a financiar la formación post escuela, consiste entonces en comparar la ganancia de ingresos (o productividad) – la zona incremental (3) – contra los costos de esa formación- costos directos (1) e indirectos (2).

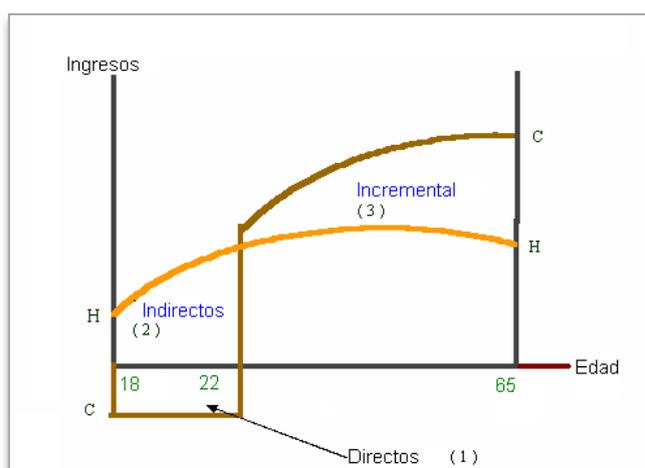


Gráfico I: Modelo básico de capital humano

El nivel de inversión en capital humano eficiente es aquel que optimiza el valor presente de la diferencia entre beneficios y costos a lo largo del tiempo. Este modelo, a pesar de su sencillez, tiene importantes implicancias sobre la educación post escuela. Entre estas podemos mencionar:

A mayor duración del periodo en que los ingresos se incrementan (área 3), más probable es que valor presente neto sea positivo. Esto a su vez determina que:

- La gente joven tiene mayor probabilidad de estudiar. Si el periodo en el que se tiene que recuperar la inversión es muy reducido, se reducen los incentivos a invertir en capacitación. Esto, implica que si la duración de los empleos es baja o se reduce, también lo hace el incentivo a capacitar para las empresas.
- A más bajo costo de la educación post escuela, más probable es que el valor presente sea positivo. Los costos incluyen no sólo costos directos sino también los costos indirectos, es decir, los denominados costos de oportunidad. Una consecuencia de esta observación es que las personas jóvenes, quienes tienen menores costos de oportunidad, tengan mayor probabilidad de capacitarse; en cambio los individuos de edades avanzadas tienen más costo de oportunidad y por tanto menos probabilidad de estudiar.
- A mayor diferencial de ingresos entre aquellos que estudian luego de la escuela y aquellos que no estudian, mayor valor presente de la inversión. Ésta es una implicancia controversial. Las inversiones son más rentables si hay más desigualdad entre la mano de obra capacitada y la mano de obra no capacitada.

Esto llevo a Becker (1964) a distinguir entre dos tipos de capacitación:

- **Capacitación “perfectamente” general.** Se caracteriza porque incrementa el producto marginal del trabajador en exactamente la misma cantidad en muchas firmas. Ej.:
 - Procesador de texto o poner ladrillos. Debido a esta característica, es el trabajador el que tiene los incentivos para financiar este tipo de capacitación. La empresa no tiene ningún tipo de incentivo.
- **Capacitación “completamente” específica.** Este tipo de capacitación incrementa la productividad del trabajador en la firma que proporciona la capacitación pero no tiene efecto en su productividad en otras firmas. Ej.:
 - Programas de familiarización de nuevos empleados. Debido a esta característica, es la empresa quien tiene incentivos para financiar esta

capacitación. El trabajador no tiene ningún incentivo.

La capacitación bajo competencia imperfecta

El modelo básico de competencia perfecta es bastante elegante pero esencialmente teórico y, por problemas de información, es bastante difícil evaluar empíricamente sus predicciones principales. Estudios recientes han encontrado algunas anomalías con esta teoría, entre las cuales destacan dos. La primera de ellas tiene que ver con algunos estudios (Noll, 1983; Stern and Ritzen, 1991; Osterman, 1993) en los que se ha encontrado que por lo menos en países como Japón, Alemania y USA, muchas empresas ofrecen prácticas o pasantías a nuevos entrantes al mercado de trabajo, en las cuales se brinda capacitación general y son las empresas quienes pagan por esta capacitación. La segunda anomalía, es el otro extremo, y tiene que ver con una práctica bastante extendida en las que ciertos empleadores no capacitan a aprendices pero a la vez les pagan poco, beneficiándose así más de su producto marginal durante su fase de entrenamiento que de sus habilidades una vez entrenados (Ryan, 1994).

La teoría del aprendizaje organizacional

Martinez, I. (2009), en referencia a la Teoría de Creación de Conocimiento Organizacional de Nonaka y Takeuchi (1999) asume la definición tradicional de conocimiento que le consideran una creencia verdadera justificada, sin embargo, aclaran que aunque la epistemología tradicional pone énfasis en la naturaleza abstracta, estática y no humana del conocimiento, expresada típicamente en las proposiciones y la lógica formal, el conocimiento es un proceso humano dinámico de justificación de la creencia personal en busca de la verdad.

En consecuencia, tanto la información como el conocimiento son elementos de contexto específico y son relacionales, ya que dependen de la situación y se crean dinámicamente durante la interacción social de las personas, Por otra parte, al interactuar en cierto contexto histórico y social las personas comparten información,

con la cual construyen un conocimiento social que conforma una realidad y ésta, a su vez, influye en sus juicios, su comportamiento y su actitud.

Desde esta perspectiva, es importante reconocer que la información es uno de los referentes epistemológicos para la construcción del conocimiento, a éste se le agregan los procesos de creatividad y reflexión, así como, otro tipo de información del contexto que no está organizada o que parta de las vivencias y percepciones personales. Para que exista conocimiento se deben combinar tres factores: información, experiencia e interacción con el contexto. No es solamente la capacidad para relacionar de forma altamente estructurada, datos, información y conocimiento de un determinado objeto.

2.3. Marco Conceptual

Financiamiento.

Conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios.

Se contrata dentro y fuera del país a través de créditos, empréstitos u otro tipo de obligación derivada de la suscripción o emisión de títulos de crédito o cualquier otro documento pagadero a plazo. Hernández, G. (2006).

Mecanismo por medio del cual una persona o una empresa obtienen recursos para un proyecto específico que puede ser adquirir bienes y servicios, pagar proveedores, etc. Por medio del financiamiento las empresas pueden mantener una economía estable, planear a futuro y expandirse. Rodríguez, J. (2011).

Para Stalling, B. (2006). El financiamiento es determinante para el crecimiento en

todos los países” y manifiesta que “diversas fuentes señalan al financiamiento como una restricción especialmente seria en el caso de América latina dada la poca profundidad de los mercados financieros de la región.

Capacitación.

Capacitación es la actividad que debe ser sistémica, planeada, continua y permanente que tiene el objetivo de proporcionar el conocimiento necesario y desarrollar las habilidades (aptitudes y actitudes) necesarias para que las personas que ocupan un puesto en las organizaciones, puedan desarrollar sus funciones y cumplir con sus responsabilidades de manera eficiente y efectiva, esto es, en tiempo y en forma. García. J. (2011)

Para Chiavenato, I. (2000). Es un proceso educativo a corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, mediante el cual las personas aprenden conocimientos, actitudes y habilidades, en función de objetivos definidos. El entrenamiento implica la transmisión de conocimientos específicos relativos al trabajo, actitudes frente a aspectos de la organización, de la tarea y del ambiente, y desarrollo de habilidades. Cualquier tarea, ya sea compleja o sencilla, implica necesariamente estos tres aspectos.

Micro y pequeña empresa:

La Ley N° 28015, define como micro y pequeña empresa una unidad económica constituida por una persona natural o persona jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicio.

a. **Microempresa:** Abarca de 1 a 10 trabajadores y tiene un nivel de ventas anuales no mayor a 150 UIT (S/.540, 000).

b. **Pequeña Empresa:** Abarca de 1 a 100 trabajadores (el límite sube de 50 a 100) y tiene un nivel de ventas anuales menor a 1700 UIT (S/.6'120,000). El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la Pequeña Empresa será determinado por Decreto Supremo refrendado por el MEF cada dos años.

Centro comercial

La noción de centro comercial, está vinculada a la construcción que alberga tiendas y locales comerciales. Su objetivo es reunir, en un mismo espacio, diversas propuestas para que los potenciales clientes puedan realizar sus compras con mayor comodidad. El comprador, al visitar un centro comercial, ya sabe que hallará en un mismo edificio diversas ofertas y que tiene la posibilidad de satisfacer sus necesidades de consumo sin acudir a otro lugar. Por eso este tipo de centro, que también se conoce shopping center, shopping o mall, incluye locales comerciales, restaurantes, salas de cine y otros servicios.(Definición.De 2008-2013)

Venta Minorista

Dícese de quienes venden directamente a los consumidores finales. Como su nombre indica, minorista es un comerciante que vende al por menor o al detalle, y de ahí que a los minoristas se les denomine también detallistas. Un minorista compra a un mayorista o a un fabricante (o incluso a otro minorista) para vender directamente al público. Existe una gran variedad de instituciones minoristas: grandes almacenes, tiendas de especialidades, supermercados, tiendas de descuento, hipermercados, autoservicios, máquinas automáticas, etcétera.

Los minoristas o detallistas constituyen el eslabón más caro del canal o cadena de distribución comercial. Ello se debe a que, por lo regular, los minoristas realizan una

gama de funciones realmente importantes para el comercio y la economía en general. Los minoristas realizan una función de promoción importante, bien sea mediante exposiciones en salones y escaparates, o bien por medio de campañas publicitarias en radio, prensa, televisión, etcétera; la mayoría de los minoristas garantizan y reparan el producto que venden; realizan una función de almacenamiento que alivia considerablemente los gastos que por este concepto tendrían que soportar en otro caso los fabricantes y mayoristas; muchos minoristas conceden crédito a los consumidores, tienen establecido el sistema de ventas a plazos, etcétera. (Diccionario de Economía)

III. METODOLOGIA

3.1. Tipo y Nivel de Investigación de la Tesis

a. Tipo de Investigación

El tipo de investigación es de tipo cuantitativo, porque para la recolección de datos y la presentación de los resultados se utilizaron procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.

b. Nivel de Investigación

La investigación es de nivel descriptivo, porque describió las principales características del financiamiento y la capacitación de las Mypes.

3.2. Diseño de la Investigación

El Diseño de la investigación es no experimental-transversal; no experimental debido a que sólo se limitó a describir las principales características de las variables en estudio sin modificarlas, y transversal porque el estudio se desarrolló en un espacio de tiempo definido.

3.3. Población y Muestra

a. Población

En el presente proyecto la población estuvo conformada por los 175 empresarios de la micro y pequeña empresa del sector comercio – rubro venta de ropa del Centro Comercial Los Ferroles – Chimbote, año 2011.

b. Muestra:

La muestra fue no probabilística, se tomó para el estudio a 70 empresarios de la micro y pequeña empresa que representan al 40% de la población.

3.4. Técnica e Instrumentos

a. Técnica

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta.

b. Instrumento

El medio que se utilizó para el recojo de la información de la investigación fue un cuestionario estructurado de 26 preguntas distribuidas en cuatro partes: I. datos generales con 04 preguntas; II. 04 interrogantes sobre las mypes; III. 10 interrogantes sobre el financiamiento; y IV. 08 preguntas sobre la capacitación.

3.5. Procedimiento de Recolección de Datos

Para la recolección de los datos se realizaron visitas previas a las Mypes del sector comercio – rubros venta de ropa, del centro comercial Los Ferroles con el propósito de entrevistar a los representantes legales y/o gerentes de estas, y poder determinar si se encontraban dispuestos a proporcionar información suficiente para la realización del presente informe. Por lo que luego de explicarles el motivo de nuestra visita se procedió a la aplicación del instrumento para el recojo de información, para luego codificarla y tabularla.

Análisis de datos

Para evaluar los resultados obtenidos se utilizaron técnicas y medidas de la estadística descriptiva; así mismo para la tabulación de los datos se utilizó como soporte el programa Excel y para el procesamiento de los datos Microsoft Word. En cuanto a la estadística descriptiva, se utilizaron:

- Cuadros de frecuencia absoluta y relativa (porcentual).- Para la presentación de los datos procesados y ordenados según sus categorías o clases correspondientes.

- Gráficos de contingencia.- Para visualizar la distribución porcentual de los datos según las categorías o niveles de los conjuntos de indicadores analizados simultáneamente.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados

Cuadro N° 01
Edad de los representantes de las MYPES

Edad (años)	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
18 – 25 (Jóvenes)	17	24%	24%
26 – 35 (adulto joven)	16	23%	47%
36 a 64 (adulto medio)	29	42%	89%
65 a más (adulto mayor)	8	11%	100%
Total	70	100%	

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes.

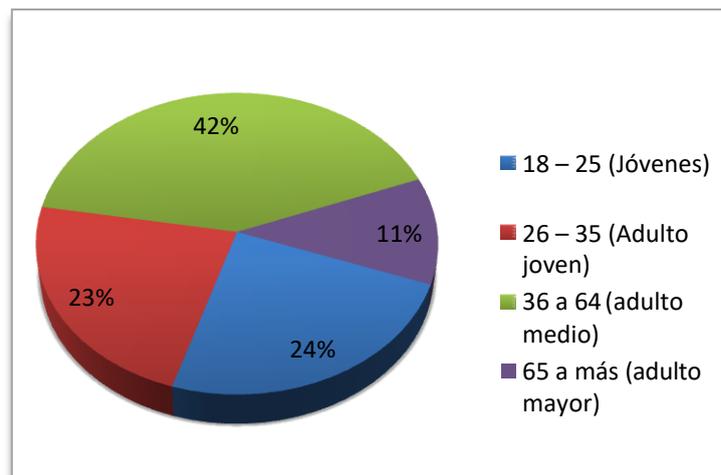


Gráfico 01
Edad de los representantes de las MYPES

Interpretación:

El 42% de los representantes tiene entre 36 a 64 años, el 24% tienen entre 18 a 25 años, el 23% entre 26 a 35 años y el 11% de 65 años a más.

Cuadro N° 02
Sexo de los representantes de las MYPES

Sexo	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Masculino	20	29%	
Femenino	50	71%	
Total	70	100%	

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes.

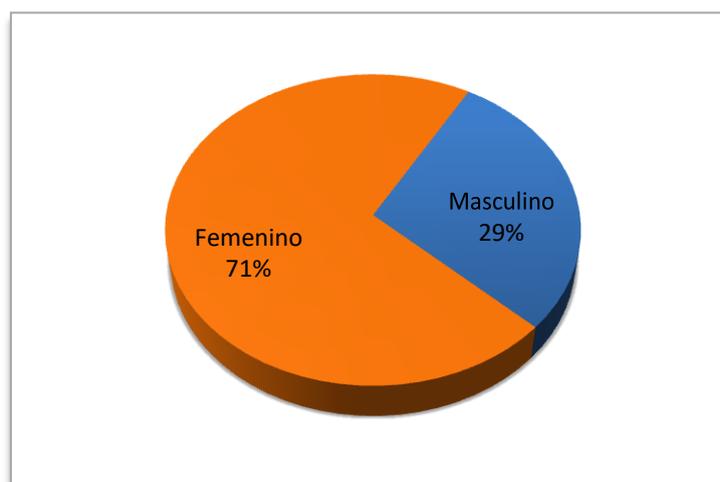


Gráfico 02
Sexo de los representantes de las MYPES

Interpretación:

El sexo de los representantes de las Mypes es el 71% es femenino y el 29% es masculino.

Cuadro N° 03
Estado Civil de los representantes de las MYPES

Estado Civil	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Solteros	28	40%	40%
Casados	16	23%	63%
Convivientes	18	26%	89%
Divorciados	3	4%	93%
Otro estado civil	5	7%	100%
Total	70	100%	

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes.

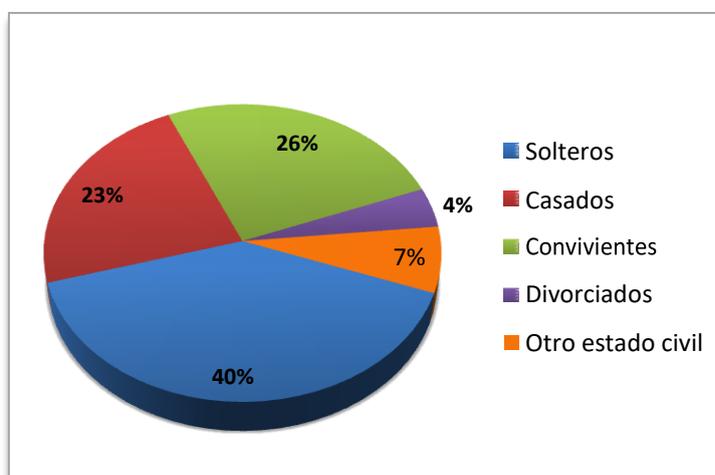


Gráfico 03
Estado Civil de los representantes de las MYPES

Interpretación:

Se observa que el 40% de los representantes de las mypes son solteros, el 26% son convivientes, el 23% casados, el 4% divorciados y un 7% no define su estado civil.

Cuadro N° 04
Grado de Instrucción de los representantes de las MYPES

Grado de Instrucción	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Primaria	3	4%	4%
Secundaria	45	65%	69%
Técnica	10	14%	83%
Universitaria	12	17%	100%
Total	70	100%	

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes.

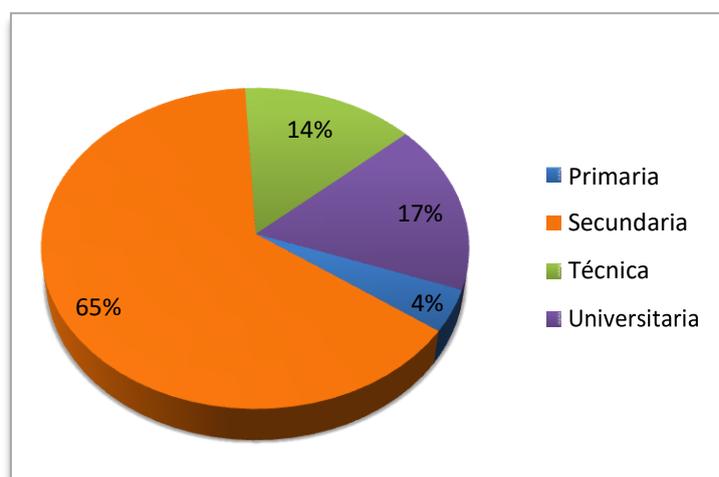


Gráfico 04
Grado de Instrucción de los representantes de las MYPES

Interpretación:

Podemos observar que el 65% de representantes tiene secundaria completa, el 17% estudios universitarios, el 14% estudios técnicos y el 4% primaria.

Cuadro N° 05
Tiempo en el sector comercio rubro – Venta de Ropa

Tiempo en años	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
0 – 4	19	27%	27%
5 – 10	23	33%	60%
11 – 30	24	34%	94%
31 a más	4	6%	100%
Total	70	100%	

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes.

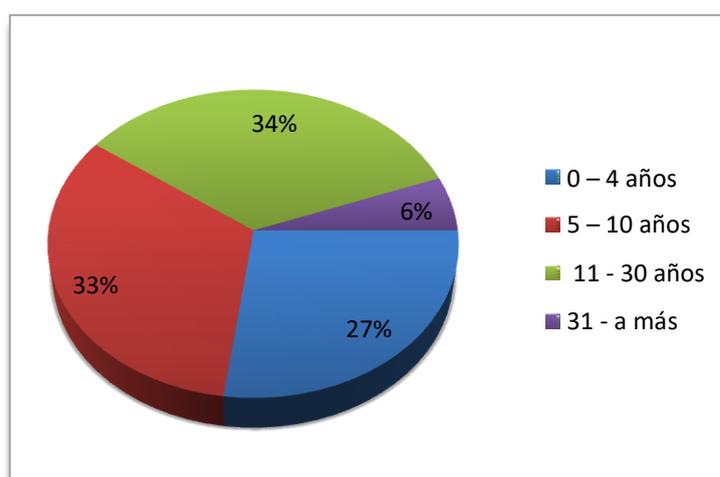


Gráfico 05
Tiempo en el sector comercio, rubro – Venta de Ropa

Interpretación:

El 34% de las Mypes tienen trabajando entre 11 a 30 años, el 33% entre 5 a 10 años, el 27% entre 0 a 4 años y el 6% entre 31 años a más.

Cuadro N° 06
Situación legal de las MYPES

Tipo de Empresa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Formal	57	81%	81%
Informal	13	19%	100%
Total	70	100%	

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes.

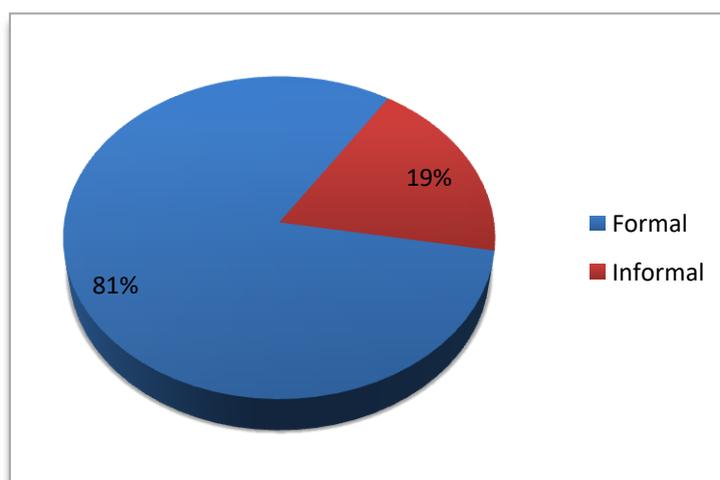


Gráfico 06
Situación legal de las MYPES

Interpretación:

Las MYPES formales alcanzan el 81%, y las informales el 19%.

Cuadro N° 07
Número de Trabajadores por Comercio rubro – venta de ropa

N° de Trabajadores	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
0 - 1	54	77%	77%
2 - 3	14	20%	97%
4 - 5	2	3%	100%
Total	70	100%	

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes.

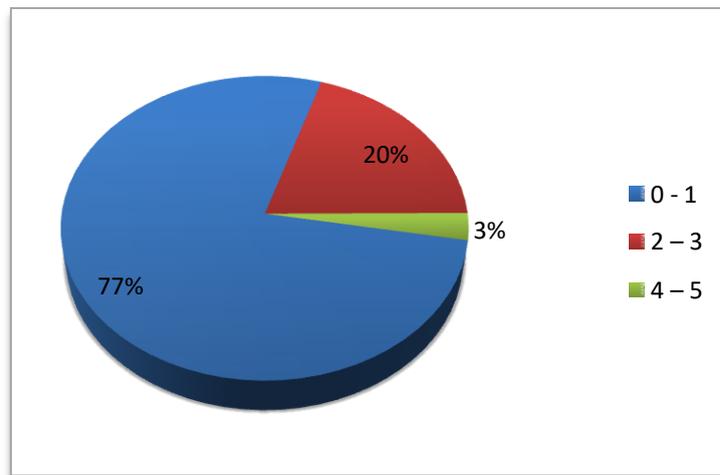


Gráfico 07
Número de Trabajadores por comercio rubro – Venta de Ropa

Interpretación:

El 77% solo cuenta con 1 trabajador, el 20% tiene entre 2 a 3 trabajadores y el 3% no supera a 5 personas.

Cuadro N° 08
¿Para qué constituyó la Mype?

Motivo	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Obtener ganancias	43	61%	61%
Por subsistencia	25	36%	97%
Generar empleo	2	3%	100%
Total	70	100%	

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes.

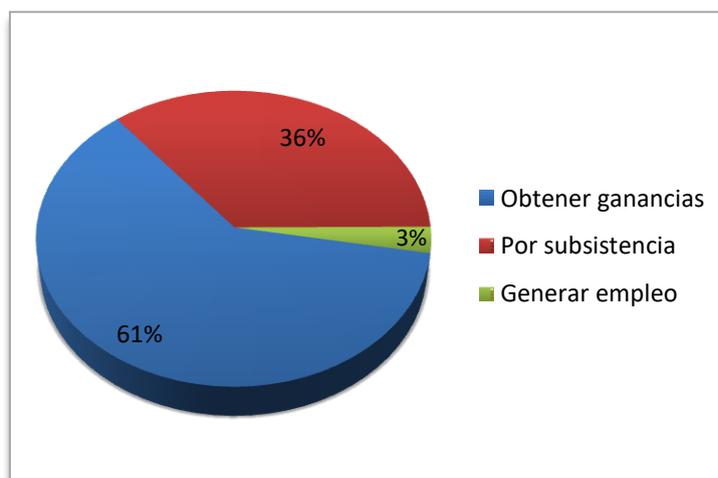


Gráfico 08
¿Para qué constituyó la Mype?

Interpretación:

El 61% de los encuestados han constituido su empresa para obtener ganancias, el 36% por subsistencia y sólo el 3% para generar empleo.

c. Respecto al financiamiento

Cuadro N° 09
¿Cómo financia su actividad productiva?

Tipo de financiamiento	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Propio	34	48%	48%
De terceros	20	29%	77%
Ambos	16	23%	100%
Total	70	100%	

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes.

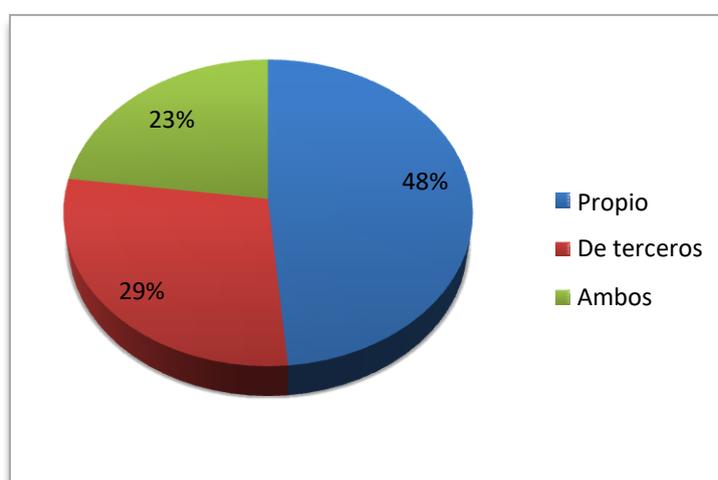


Gráfico 09
¿Cómo financia su actividad productiva?

Interpretación:

El 48% financia sus Mypes con capital propio, el 29% recurre a terceros y el 23% trabaja con capital propio y de terceros.

Cuadro N° 10
Considera adecuado el apoyo a las MYPES en la actividad
comercial rubro – Venta de Ropa

Apoyo adecuado	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Si	48	69%	69%
No	12	17%	86%
No precisa	10	14%	100%
Total	70	100%	

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes.

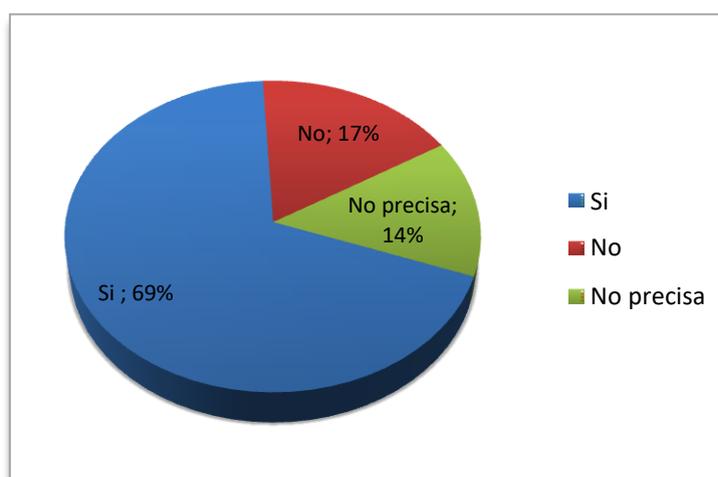


Gráfico 10
Considera adecuado el apoyo a las MYPES en la actividad
comercial rubro – Venta de Ropa

Interpretación:

El 69%, considera apropiado el apoyo a las MYPES el 17% que no lo es, y el 14% no preciso.

Cuadro N° 11
**¿Cuántas veces solicito crédito para su actividad comercial rubro –
 Venta de Ropa?**

Veces que solicito crédito	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
1 vez	16	23%	23%
2 a 3 veces	13	19%	42%
Más de 3	7	10%	52%
No precisa	34	48%	100%
Total	70	100%	

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes.

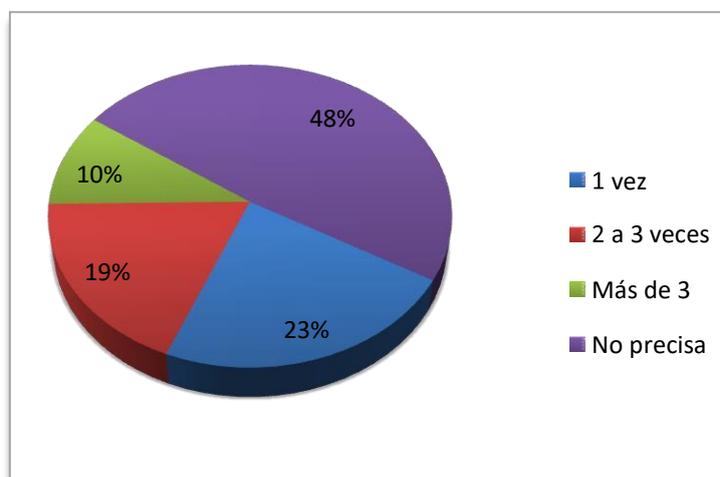


Gráfico 11
¿Cuántas veces solicito crédito para su actividad comercial?

Interpretación:

El 48% nunca solicitaron crédito, el 23% lo solicito una vez, el 19% lo solicito por 2 y 3 veces y el 10% más 3 veces.

Cuadro N° 12
Entidad a la cual recurrió para obtener financiamiento

Entidad financiera/no financiera	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Banco de Crédito	5	7%	7%
Scotiabank	1	2%	9%
Mi Banco	7	10%	19%
Banco Azteca	1	2%	21%
Caja Municipal del Santa	7	10%	31%
Credinka	1	1%	32%
Financiera Edyficar	4	6%	38%
Financiera Crediscotia	1	1%	39%
Caja Trujillo	1	1%	40%
Caja Chavín	1	1%	41%
Nuestra Gente	1	1%	42%
Prestamistas	6	9%	51%
No precisa	34	49%	100%
Total	70	100%	

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes.

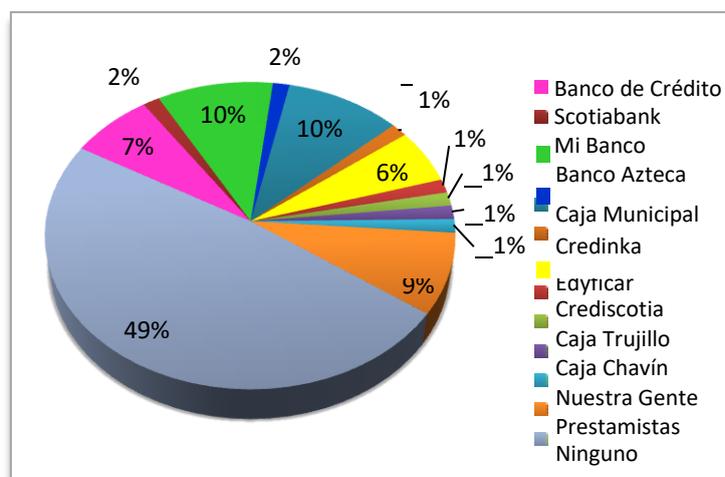


Gráfico 12
Entidad a la cual recurrió para obtener financiamiento

Interpretación:

El 49% no recurre a ninguna entidad para obtener financiamiento, el 10% al Banco Mi Banco y la Caja Municipal Del Santa, 7% al Banco de Crédito del Perú, el 9% a prestamistas, un 6% a la Financiera Edyficar, el 2% a Scotiabank y al Banco Azteca y el 1% a otras instituciones.

Cuadro N° 13
Tipo de sistema al que recurre para el financiamiento de su actividad comercial

Sistema	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Bancario	15	21%	21%
No bancario	15	21%	42%
Prestamistas	6	9%	51%
No precisa	34	49%	100%
Total	70	100%	

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes.

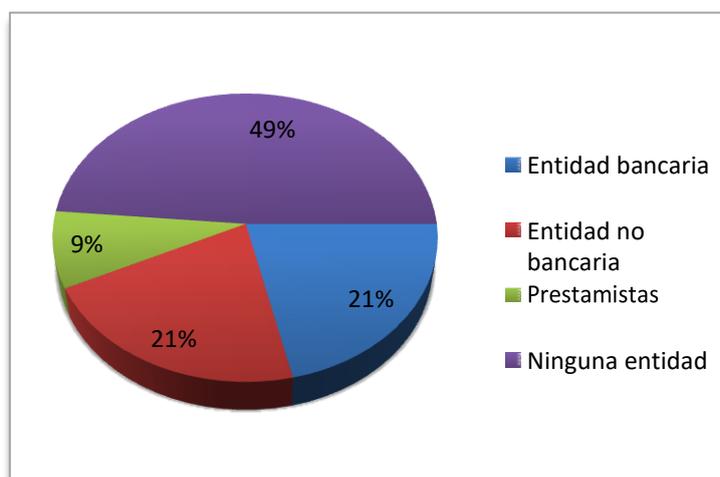


Gráfico 13
Tipo de sistema al que recurre para el financiamiento de su actividad comercial

Interpretación:

El 48% no precisa a donde recurre para obtener financiamiento, el 21%, recurre al sistema financiero no bancario, el 21% al sistema bancario y el 9% a prestamistas.

Cuadro N° 14
¿Le otorgaron el crédito solicitado?

Otorgaron el crédito	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Si	31	44%	44%
No	5	7%	51%
No precisa	34	49%	100%
Total	70	100%	

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes.

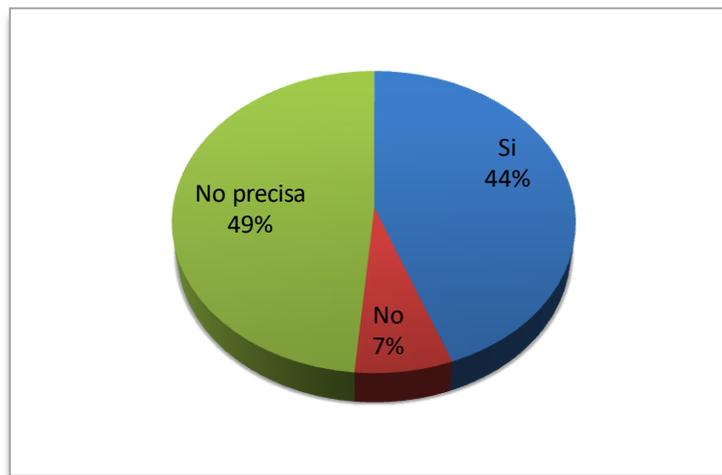


Gráfico 14
¿Le otorgaron el crédito solicitado?

Interpretación:

El 49% de los encuestados no precisó si le otorgaron crédito, un 31% manifestó que sí, y un 4% dijo que no le otorgaron el crédito solicitado.

Cuadro N° 15
¿Cuál fue el plazo otorgado por el crédito obtenido?

Plazo de crédito	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Corto plazo	7	10%	10%
Mediano plazo	18	26%	36%
Largo plazo	11	16%	52%
No precisa	34	48%	100%
Total	70	100%	

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes.

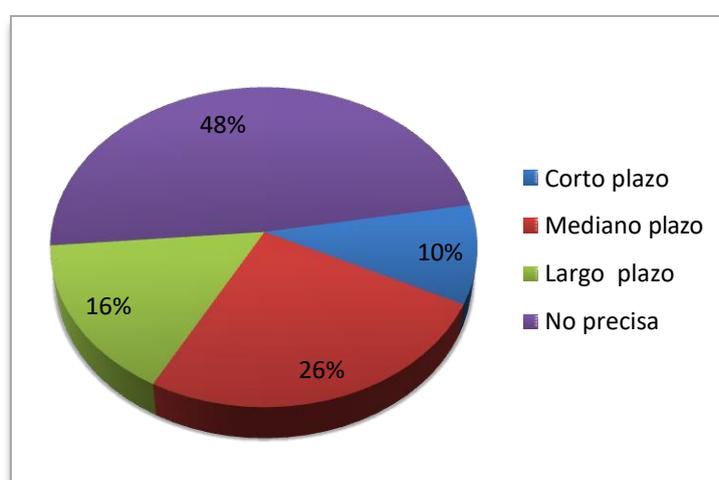


Gráfico 15
¿Cuál fue el plazo otorgado por el crédito obtenido?

Interpretación:

Se observa que el 48% no precisa, el 26% el mediano plazo, el 16% el largo plazo y un 10% opino que fue el corto plazo.

Cuadro N° 16
¿Qué tasa de interés mensual aprox. Pagó?

Tasa de interés aprox.	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
1.5% a 3.0%	13	19%	19%
3.1% a 6.0%	8	11%	30%
6.1% a más	4	6%	36%
No precisa	45	64%	100%
Total	70	100%	

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes.

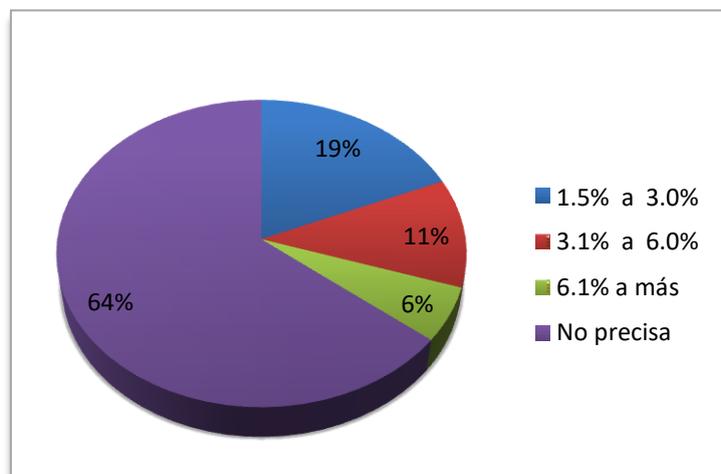


Gráfico 16
¿Qué tasa de interés mensual aprox. Pagó?

Interpretación:

El 64% no precisa que tasa de interés mensual aprox. Pagó, el 19% manifestó que pago entre 1.5% a 3%, el 11% que pagó entre el 3.1% a 6.0% y un 6% dijo que pagó entre 6.1% a más intereses por el crédito otorgado.

Cuadro N° 17
Monto promedio otorgado

Monto promedio	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Hasta S/. 5,000	15	21%	21%
5,001 a 10,000	6	9%	30%
10,001 a 20,000	3	4%	34%
20,001 a más	3	4%	38%
No precisa	43	62%	100%
Total	70	100%	

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes.

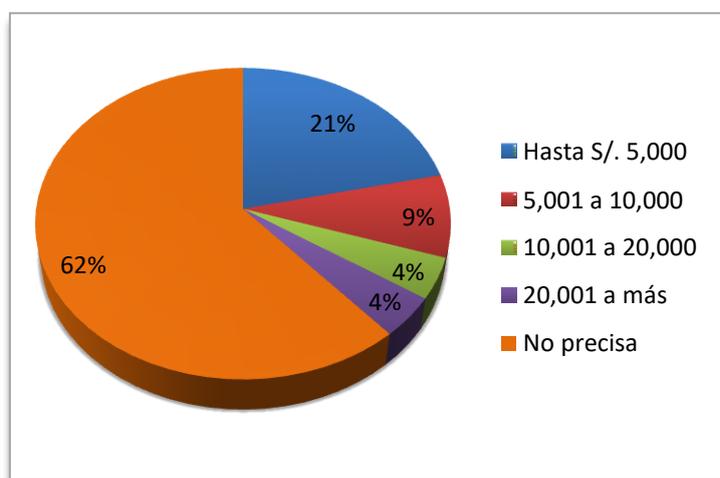


Gráfico 17
Monto promedio otorgado

Interpretación:

Un 62% no precisó el monto promedio otorgado por el crédito solicitado, un 21% manifestó que le otorgaron hasta S/. 5,000, un 9% que el monto otorgado fue de aproximadamente entre S/. 5,001 a S/. 10,000 y un 4% dijo haber recibido entre S/. 10,001 a S/. 20,000 y entre S/. 20,000 a más respectivamente.

Cuadro N° 18
¿En qué fue invertido el crédito que obtuvo?

Inversión del Crédito	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Capital de trabajo	25	36%	36%
Mejoramiento y/o ampliación de local	6	9%	45%
Activos fijos	2	3%	48%
Otros	3	4%	52%
No precisa	34	48%	100%
Total	70	100%	

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes.

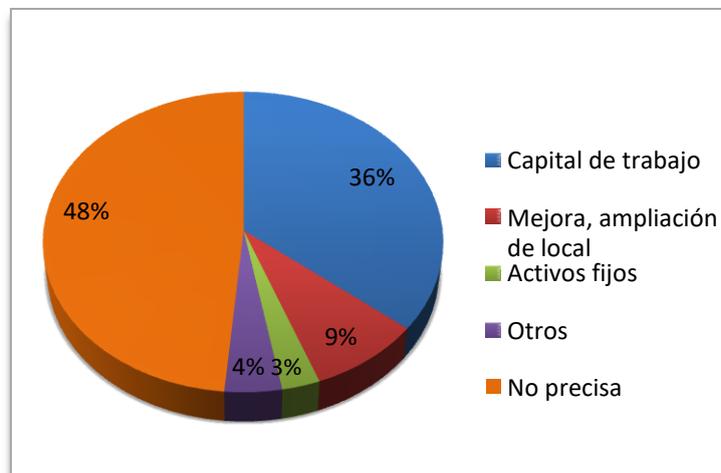


Gráfico 18
¿En qué fue invertido el crédito que obtuvo?

Interpretación:

El 48% no precisa en que fue invertido el crédito que obtuvo, el 36% lo invirtió en capital de trabajo, en mejoramiento y/o ampliación de local lo hizo el 9%, en otros fines el 4% y en activos fijos el 3%.

d. Respecto a la capacitación

Cuadro N° 19
¿Considera que la capacitación de sus trabajadores es relevante para su empresa?

Capacitación es relevante	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
SI	63	90%	90%
NO	7	10%	100%
Total	70	100%	

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes.

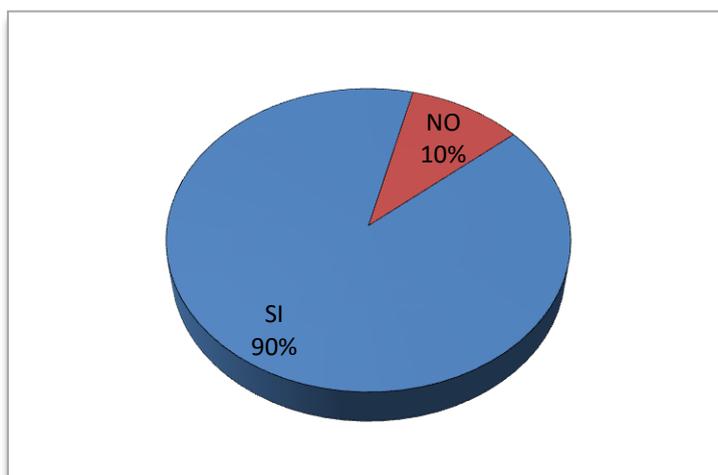


Gráfico 19
¿Considera que la capacitación de su personal es relevante para su empresa?

Interpretación:

Un 90% considera la capacitación importante y el 10% no lo considera así.

Cuadro N° 20
Los trabajadores de su empresa ¿han recibido algún tipo de capacitación?

Recibieron capacitación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
SI	14	20%	20%
NO	56	80%	100%
Total	70	100%	

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes.

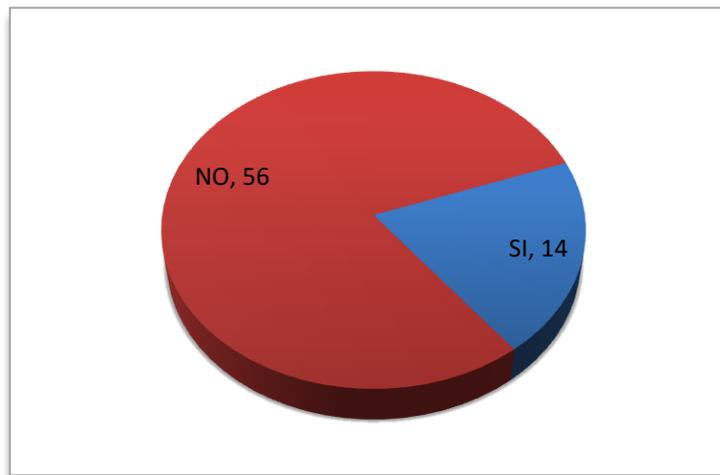


Gráfico 20
¿El personal de su empresa ha recibido algún tipo de capacitación?

Interpretación:

El 80% del personal no recibió capacitación, sólo el 20% lo recibió.

Cuadro N° 21
¿En qué temas se capacitaron sus trabajadores?

Temas de Capacitación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Gestión Empresarial	2	3%	3%
Servicio al cliente	7	10%	13%
Otros temas	5	7%	20%
No precisa	56	80%	100%
Total	70	100%	

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes

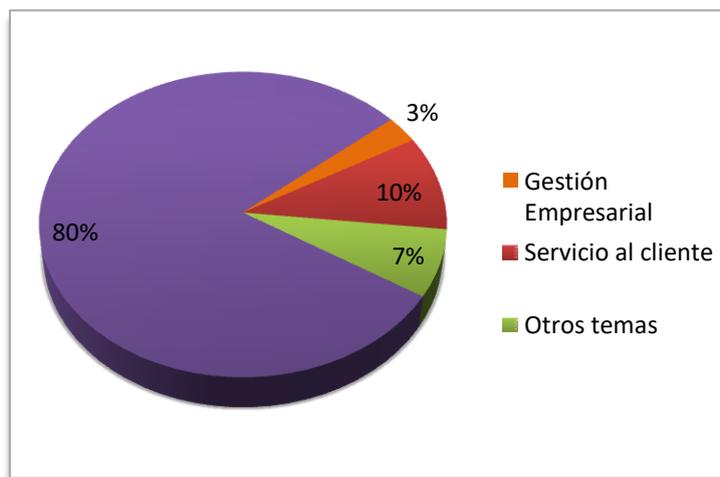


Gráfico 21
¿En qué temas se capacitaron sus trabajadores?

Interpretación:

El 80% no precisa en que temas se capacitaron sus trabajadores, el 10% en servicio al cliente, el 7% en otros temas, y un 3% en gestión empresarial.

Cuadro N° 22
¿Considera la capacitación como una inversión o un gasto?

La capacitación es	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Una Inversión	58	83%	83%
Un gasto	12	17%	100%
Total	70	100%	

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes.



Gráfico 22
¿Considera la capacitación como una inversión o un gasto?

Interpretación:

Podemos observar que para el 83% si es importante la capacitación y lo considera una inversión, y para un 17% es sólo un gasto.

Cuadro N° 23
¿Recibió como empresario algún tipo de capacitación?

Recibió Capacitación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Si	18	26%	26%
No	31	44%	70%
No precisa	21	30%	100%
Total	70	100%	

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes.

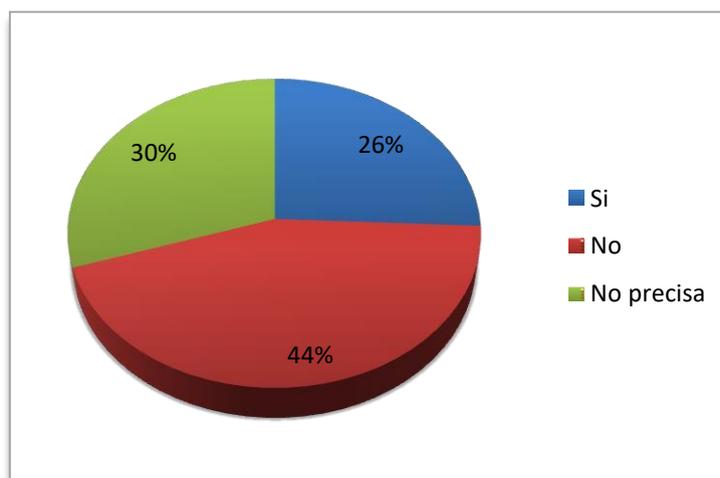


Gráfico 23
¿Recibió como empresario algún tipo de capacitación?

Interpretación:

Un 44% de los empresarios encuestados manifestó no haber recibido ningún tipo de capacitación, un 30% no precisó su respuesta, y un 26% dijo si haber recibido capacitación como empresario.

Cuadro N° 24

¿Cuántos cursos de Capacitación ha realizado usted en el año 2011?

Cantidad de Cursos	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
1	5	7%	7%
De 2 a 3	3	4%	11%
Más de 3	3	4%	15%
ninguno	59	85%	100%
Total	70	100%	

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes.

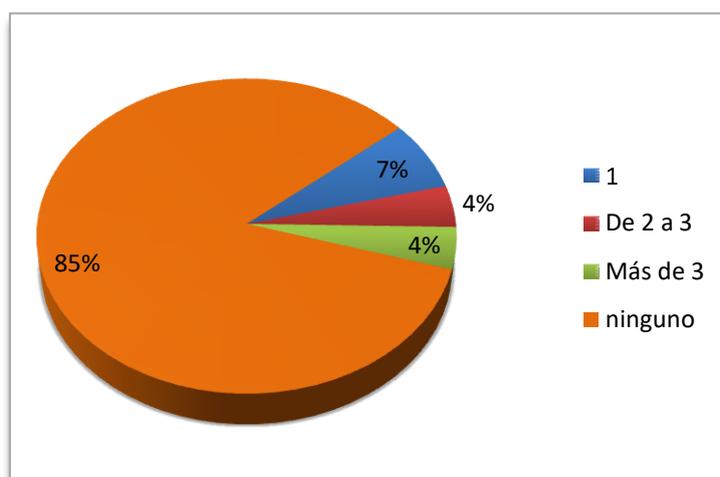


Gráfico 24

¿Cuántos cursos de Capacitación ha realizado en el año 2011?

Interpretación:

El 84% no recibió ningún tipo de capacitación, el 7% ha recibido un curso de capacitación y el 4% de dos a más de 3 cursos.

Cuadro N° 25
¿En qué tipo de curso participó en el año 2011?

Tipo de Curso	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Inversión del crédito financiero	2	3%	3%
Manejo empresarial	5	7%	10%
Adm. de recursos Humanos	3	4%	14%
Otros	1	2%	16%
No precisa	59	84%	100%
Total	70	100%	

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes.

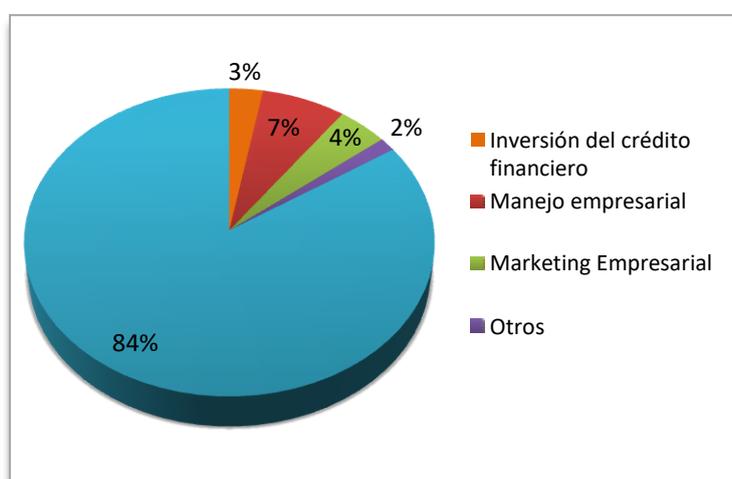


Gráfico 25
¿En qué tipo de curso participó en el año 2011?

Interpretación:

El 84% de los encuestados no precisó haber participado de algún curso, el 7% en cursos de manejo empresarial, el 4% en marketing empresarial el 3% en Inversión del crédito financiero y el 2% en otros cursos.

Cuadro N° 26

¿La capacitación ha influido en las ganancias de su empresa?

Influyó	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
Si	65	90%	90%
No	5	10%	100%
Total	70	100%	

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes.

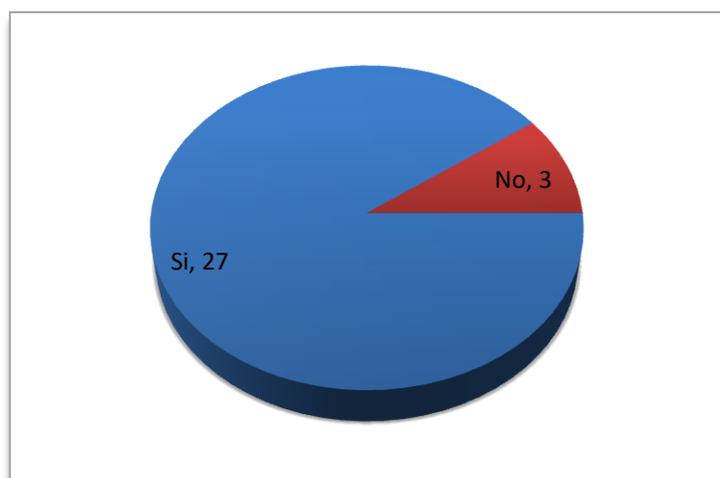


Gráfico 26

¿La capacitación ha influido en las ganancias de su empresa?

Interpretación:

El 90% considera que la capacitación influyó de manera positiva en las ganancias de su empresa, sólo el 10% no lo considera así.

4.2. Análisis de Resultados

a. Respecto a los Empresarios

Según los resultados obtenidos en el cuadro N° 01, el 42% de empresarios de la micro y pequeña empresa en este rubro comercial son personas adultas dado que sus edades fluctúan entre los 36 a 64 años (adulthood media)

El 71%, resalta la importancia de la mujer en este sector comercial por el predominio del sexo, según los resultados que se muestran en el cuadro N° 02.

Podemos resaltar que el 40% de este sector de micro empresarios son solteros, según lo muestra el cuadro N° 03.

Asimismo, que el 65% alcanzó la secundaria completa, según los resultados obtenidos en el cuadro N° 04

b. Respecto a las Mypes

El 34% de unidades empresariales en este sector tienen entre 11 a 30 años de antigüedad y un no menos importante 33% entre 5 a 10 años, según se puede observar en el cuadro N° 05.

En este rubro comercial el 81% de las Mypes son formales, pero existe una informalidad del 19%, según se muestra en el cuadro N° 06; lo que concuerda con el resultado obtenido por Arrincón en su estudio “Estrategias y ventajas competitivas para el desarrollo de las PYMES agroindustriales del Perú” donde el 20% de las Mypes agroindustriales no tienen RUC, (son informales)

Asimismo el 77% de unidades empresariales de ese sector cuenta con un solo trabajador, por lo que se puede determinar que se trata de micro empresas, según los

resultados que se muestran en el cuadro N° 07, que lo cual concuerda con Arrincon, en donde las pymes agroindustriales sólo cuenta con menos de 9 trabajadores.

El 61% de estas Micro empresas han sido constituidas para obtener ganancias, según lo muestra el cuadro N° 08.

c. Respecto al Financiamiento

El 48% de los micro empresarios de este sector comercial financia sus actividades con capital propio, sólo el 29% lo hace con capital de terceros, según se constata en el cuadro N° 09.

Del mismo modo, el 69% considera que el apoyo a las MYPES es apropiado, de acuerdo al cuadro N° 10; lo cual contrasta con Prado, quien en su estudio el 63% manifestó tener dificultades para el acceso al financiamiento.

Según el cuadro N° 11, referente a las veces que solicitaron crédito el 48% no solicito crédito, y un 23% lo hizo una sola vez, un 19% lo solicito por 2 y 3 veces, y el 10% lo hizo más de 3 veces. Esto debido básicamente a la falta de garantías y no contar con ingresos fijos mensuales

De las entrevistas realizadas del 51% de comerciantes que acceden a créditos el 21% acude al sistema bancario y el 21% al sistema No Bancario, y el 9% a prestamistas, de acuerdo al cuadro N° 13; lo cual contrasta con resultados obtenidos por Prado, en donde el 62% recurre al sistema bancario y sólo el 8% al sistema no bancario.

De acuerdo al cuadro N° 14, del 51% de empresarios de la micro empresa que solicitaron crédito sólo se lo otorgaron al 44%, esto debido estrictamente al tema de las garantías. Los plazos otorgados para los créditos obtenidos por el 52% de los comerciantes de este rubro comercial fueron el 26% a mediano plazo, el 16% a largo

plazo y el 10% a corto plazo, según se puede observar en el cuadro N° 15, siendo así el mediano plazo el más adecuado para estos microempresarios.

En el cuadro N° 16, podemos observar que un 64% desconoce la tasa de interés cobrada, sin embargo un 19% dijo pagar aproximadamente 1.5% a 3.0% de tasa de interés mensual., esto debido a que las instituciones que brindan los prestamos sólo les dicen los montos a pagar mas no las tasas de interés que cobran.

El cuadro N° 17 nos muestra que el 62% no precisa el monto promedio otorgado por el crédito solicitado, un 21% manifiesta haber recibido hasta S/. 5,000, un 9% entre S/. 5,001 a S/. 10,000 y un 4% entre S/. 10,001 a más, eso debido a que sus garantías no cubrían montos superiores de crédito.

En relación a la inversión que se hizo con el crédito obtenido, según lo que muestra el cuadro N° 18, el 36% lo utilizo para incrementar su capital de trabajo, un 9% para el mejoramiento y ampliación de su local, el 3% para incrementar sus activos fijos, lo cual concuerda con Prado, quien en su estudio manifiesta que el principal requerimiento en el financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector textil confecciones de Gamarra, es el capital de trabajo con el 52%.

d. Respecto a la Capacitación

Según el cuadro N° 19, los empresarios de la micro empresa de este sector comercial, el 90% considera que la capacitación de sus trabajadores si es relevante para su empresa y sólo un 10% considera que esto no es así.

Sin embargo, de acuerdo al cuadro N° 20, sólo el 20% de este personal fue capacitado. Asimismo de este 20% de trabajadores que recibió capacitación el 80% no preciso en que tipo de cursos fue capacitado, un 10% dijo haber sido capacitado en servicio al cliente, el 7% en otros temas, sin precisar cual, y el 3% en gestión empresarial, según se muestra en el cuadro N° 21.

Se observa en el cuadro N° 22 que el 83% de los Microempresarios encuestados consideran la capacitación como una buena inversión, sólo un 17% considera esto un gasto innecesario.

En lo concerniente a la capacitación como empresarios, un 44% no recibió ningún tipo de capacitación, el 26% si recibió capacitación y un 30% no lo precisa; lo cual concuerda con Arrincón, quien manifestó la escasa capacitación de los conductores de la microempresa agroindustrial.

Asimismo los cursos en los cuales participaron los empresarios, el 84% no precisó el tipo de cursos en los cuales participó, el 7% fueron: manejo empresarial, el 4%, en marketing empresarial, el 3%, en inversión del crédito financiero 3% y un 1% otros cursos. Según se muestra en el cuadro N° 25.

Sin embargo, pese a que sólo el 20% de los trabajadores y el 26% de los empresarios recibieron capacitación, según el cuadro N° 26°, el 90% de los representantes de estas unidades económicas, manifestaron que la capacitación ha influido de manera positiva en las ganancias de su empresa.

V. CONCLUSIONES

5.1. Respecto a los Empresarios

La presente investigación ha determinado, que la mayoría de microempresarios de este sector económico son personas entre 36 a 64 años, mujeres solteras y han alcanzado la secundaria completa.

5.2. Respecto a las Mypes

Las Mypes en este sector comercial tienen entre 11 a 30 años de antigüedad, son formales, solo cuentan con un trabajador y fueron constituidas para obtener ganancias.

5.3. Respecto al Financiamiento

Se ha determinado que la mayoría de los microempresarios de este sector comercial financia sus actividades con capital propio, quienes acceden a créditos recurren al sistema bancario y no bancario de manera proporcional y sólo lo hicieron por una vez a mediano plazo para incrementar su capital de trabajo.

5.4. Respecto a la Capacitación

La investigación determina la importancia de la capacitación, considerándola muy relevante, una buena inversión y una influencia positiva para la obtención de ganancias; sin embargo la mayoría de trabajadores y microempresarios de este sector económico no fue capacitado, los trabajadores que tuvieron acceso a la capacitación lo hicieron en cursos de servicio al cliente y los empresarios en cursos de manejo empresarial.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- **Alarcón, A.** (2007). *La teoría sobre estructura financiera en empresas mixtas hoteleras cubanas*. En Observatorio de la Economía Latinoamericana N° 73. Cuba.
- **Alvarado, E. & Iperti, C.** (2008). *Proyecto de Inversión para la creación de una Agencia de Fomento Empresarial (AFE) para emprendedores y microempresas en el Guayas*. Tesis de Grado para optar el título de Economista con Mención en Gestión Empresarial Especialización Finanzas, Escuela Superior Politécnica del Litoral, Facultad de Ciencias Humanísticas y Económicas, Guayaquil, Ecuador.
- **Arrincon, J.** (2005). *Estrategias y ventajas competitivas para el desarrollo de las PYMES agroindustriales del Perú*. Tesis para optar el grado Académico de Magister en Administración, Facultad de Ciencias Administrativas, Unidad de Post Grado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- **Chacaltana, J.** (2005). *Capacitación laboral proporcionada por las empresas: El caso peruano*. Informe Final. Lima: Centro de Estudios para el Desarrollo y la Participación. - CEPED.
- **Chiavenato, I.** (2000), *Administración de Recursos Humanos* (5° ed.). Bogotá, Colombia: Me Graw HUI
- **COMEPE** (2010). *Perú - Perfil De Las Microfinanzas*. Perú: Oxfam Novib
- **Del Pozo, C.** (2008). *Nivel de Competencia en las Microfinanzas, Evidencia para el Perú*.
- **Espinoza, N.** (2008). *Las Pymes en el Perú*. Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- **Fernández, M.** (2007). *La ventaja competitiva y su incidencia en la gestión financiera de la cadena de tiendas Cerratto S.R.L., Comercializadora de Calzados*. Tesis para optar el Grado Académico de Maestro en Contabilidad y Finanzas con Mención en Dirección financiera, Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Financieras, Sección de Postgrado, Universidad de San Martín de Porres. Lima, Perú.

- **Ferraro C.** (comp.) (2011). *Eliminando barreras: El financiamiento a las pymes en América Latina*. Santiago de Chile: CEPAL – AECID.
- **Ferraro, C.** (2011). *Apoyando a las pymes: Políticas de fomento en América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- **García, J.** (2011, diciembre). *El proceso de capacitación, sus etapas e implementación para mejorar el desempeño del recurso humano en las organizaciones*. [versión electrónica] Contribuciones a la economía.
- **Gomero, A.** (2004). *Participación de los intermediarios financieros bancarios en el desarrollo de las Pymes Textiles en Lima Metropolitana de 1990 al 2000*. Tesis para optar el Grado Académico de Magíster en Contabilidad con Mención en Banca y Finanzas, Facultad de Ciencias Contables, Unidad de Post Grado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- **Hernández, G.** (2006). *Diccionario de Economía*. Colombia: Educ.
- **Lacalle, M.** (2002). *Microcréditos: de pobres a microempresarios*. (1a.ed.). Barcelona: Ariel (social)
- **Lacalle, M.** (2008). *Microcréditos y pobreza: De un sueño al Nobel de la Paz*. Madrid: Turpial S.A.
- **Ley N° 28015.** *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*. (2003) Diario Oficial El Peruano. Perú.
- **Maravillas, T.** (2007). *Estudio sobre la financiación y el desarrollo de la microempresa*. (1ª. Ed.) Barcelona Activa.
- **Mascareñas, J.** (2008). *La estructura de capital óptima*. Monografías sobre finanzas corporativas. Universidad Complutense de Madrid.
- **Prado, A.** (2010). *El financiamiento como estrategia de optimización de gestión en las MYPES textil-confeciones de Gamarra*. Tesis para optar el Grado Académico de Maestro en Contabilidad y Finanzas con Mención en Dirección Financiera, Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Financieras, Sección de Posgrado, Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú.
- **Resolución S.B.S. N° 14353.** *Reglamento para la evaluación y clasificación del deudor y la exigencia de provisiones*. (2009) Diario Oficial El Peruano. Perú.
- **Sandi, V.** (2012). *Microempresas y Financiamiento*. [Versión electrónica]. Costa Rica: Grupo de Estudios Asia Pacifico, (GEAP).

- **Soto, M. (2008).** *Financiera Rural, influencia en dispersoras e intermediarios financieros rurales, zona centro del estado de Veracruz.* Tesis para obtener el grado de doctor en ciencias de la administración, programa de post grado en ciencias de la administración, Universidad Nacional Autónoma de México, D.F., México.
- **Stalling, B. (2006).** *Finance for development. Latin America in comparative perspective* [Financiamiento para el desarrollo: América Latina desde una perspectiva comparada]. Santiago de Chile: Naciones Unidas, CEPAL.
- **Thompson, V. (2007).** *Incremento de la productividad en la micro y pequeña empresa nacional con visión a exportar.* Tesis para optar el título de Ingeniero Industrial, Facultad de Ingeniería, Escuela de Ingeniería Industrial, Universidad Ricardo Palma, Lima, Perú.
- **Vargas, E. (2011).** *Informe sectorial Perú: Sistema Microfinanciero.* Pacific Credit Rating.

REFERENCIAS ELECTRONICAS

- **Definición.De.** (2008-2013). Definición de centro comercial. Extraído el 18 Sept. 2012 del sitio Web: <http://definicion.de/centro-comercial/>
- **Diccionario de Economía.** *Definición de Minorista.* Extraído el 18 Sept. 2012 del sitio Web: <http://www.economia48.com/spa/d/minorista/minorista.htm>
- **Martínez, I.** (2009). *Fundamentos Teóricos del Aprendizaje Organizacional* Extraído el 18 Sept. 2012 del sitio Web: <http://www.articuloz.com/e-learning-articulos/fundamentos-teoricos-del-aprendizaje-organizacional-957540.html>
- **Mendívil, J.** (2007) *Análisis y propuestas para la formalización de las micro y pequeñas empresas.* Extraído el 18 Sept. 2012 del sitio Web: <http://www.monografias.com/trabajos41/formalizacion-pymes/formalizacion-pymes.shtml>.
- **Rodríguez, J.** (2011, noviembre 15). *¿Qué es el financiamiento?* Extraído el 20 febrero, 2013 de <http://www.financiamiento.com.mx/wp/?p=11>

ANEXOS

Anexo N° 01

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

2013										
ACTIVIDADES PROGRAMADAS	MES									
	ENERO		FEBRERO				MARZO			
	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Asesoramiento del docente para la realización del proyecto de investigación.	X									
Elaboración del Proyecto de Investigación		X	X							
Revisión y corrección del Proyecto de Investigación				X						
Presentación y aprobación del proyecto de Investigación					X					
Ejecución y revisión del trabajo de campo						X				
Elaboración del Informe de tesis							X			
Revisión y corrección del informe de tesis								X		
Presentación y aprobación del informe de tesis									X	
Preparación para sustentación de la Tesis										X

Anexo N° 02

PRESUPUESTO

RUBROS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO S/.	COSTO TOTAL S/.
Bienes de consumo:			
Lapicero	02 unid.	1.00	2.00
USB	01 unid.	35.00	35.00
Papel bond de 80 gramos	250 unid.	0.032	8.00
Papel bond de 60 gramos	½ millar	0.022	11.00
cuadernillo	01 unid.	3.00	3.00
TOTAL BIENES DE CONSUMO			59.00
Servicios:			
Pasajes	--	--	60.00
Impresiones	80 unid.	0.50	40.00
Copias	220 unid.	0.10	22.00
Refrigerios	6 unid	7.00	42.00
TOTAL SERVICIOS			164.00
TOTAL BIENES DE CONSUMO Y SERVICIOS			223.00

Anexo N° 03

EXPERIENCIAS Y TESTIMONIOS

En una entrevista concedida por el Sr. Julio Cruz Rosales Presidente de la Directiva del centro comercial “Los Ferroles”, nos manifestó que este centro comercial fue constituido un 28 de mayo de 1998, por los que fueron comerciantes ambulantes de los alrededores del Mercado Modelo, en el gobierno Municipal de Guzmán Aguirre. Los Puestos les fueron vendidos en forma directa a cada comerciante, habiendo pagado en la actualidad sólo el 90% de ellos.

El centro comercial “Los Ferroles”, cuenta con 1318 puestos divididos en 21 pabellones, de la A hasta la T, y consta desde 68 a 78 puestos por pabellón, de los cuales sólo 950 se encuentran abiertos y albergando a un aproximado 400 microempresarios, con una variedad de rubros de ventas, tales como: golosinas, comida, utensilios en general, jugueterías, estéticas, calzado, ropa, entre otros.

Nos dio a conocer que la presencia del Mall Mega Plaza ha actuado de manera positiva para ellos, dado que las ventas aumentaron en aproximadamente en un 20%., ya que han ganado un gran sector de compradores de la zona norte de nuestra ciudad, quienes no recurrían a este centro comercial.

Nos manifestó que eventualmente reciben capacitación por parte de la Cámara de Comercio Del Santa y del Ministerio de la Producción; en cuanto al financiamiento nos dijo que dentro del centro comercial existen una suerte de prestamistas (agiotistas) que prestan dinero a 10% mensual, éstos se encuentran bien posicionados y tienen personas a su cargo que se encargan de hacer cobranzas diarias; estos prestamistas, colocan su capital a empresarios relativamente nuevos y otros más experimentados, que por presentarse un buena oportunidad de negocio, recurren a ellos por falta de liquidez.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION
DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN
– DEMI**

Cuestionario aplicado a los dueños, gerentes o representantes legales de las MYPES del ámbito de estudio.

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado “**Caracterización del financiamiento y Capacitación de las Mypes del sector comercio - rubro venta de ropa del Centro Comercial “LOS FERROLES” Chimbote, año 2011**”.

La información que usted proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración.

Encuestador (a):..... Fecha:/...../...

I. DATOS GENERALES

1.1. Edad del representante legal:

1.2. Sexo:

- a) Masculino b) Femenino

1.3. Estado Civil:

- a) Soltero b) Casado c) Conviviente d) Divorciado e) Otros

1.4. Grado de instrucción:

- Primaria: ()
- Secundaria: ()
- Técnica: ()
- Universitaria ()

II. CARACTERISTICAS DE LAS MYPES

2.1. Tiempo que se encuentra en el sector y rubro:

2.2. Situación legal de la Mype

- a) Formal b) Informal

2.3. Número de trabajadores:

2.4. Para que constituyó la Mype:

- a) Obtener ganancias (empresarial)
b) Por subsistencia (sobrevivencia)
c) Generar empleo

III. SOBRE EL FINANCIAMIENTO DE LAS MYPES:

3.1. Cómo financia su actividad productiva:

- a) Con financiamiento propio (autofinanciamiento)
b) Con financiamiento de terceros
c) Ambos

3.2. Considera adecuado el apoyo a las MYPES en la actividad comercial rubro – Venta de Ropa

- a) Si b) No

3.3. Cuántas veces solicitó crédito:

3.4. A qué entidad solicito el crédito (especificar nombre)

.....

3.5. Tipo de sistema al que recurrió para el financiamiento

- a) Bancario b) No bancario c) Prestamistas

3.6. Le otorgaron el crédito solicitado

- a) Si b) No

3.7. Cuál fue el plazo otorgado por el crédito:

- a) Corto plazo b) Mediano plazo c) Largo plazo d) No precisa

3.8. Qué tasa de interés mensual pagó:..... %

3.9. Monto Promedio Otorgado:

3.10. En qué fue invertido el crédito obtenido:

- a) Capital de trabajo
b) Mejoramiento y/o ampliación del local

- c) Activos fijos
- d) Otros – Especificar
- e) No precisa

IV. DE LA CAPACITACIÓN A LAS MYPES:

4.1. Considera que la capacitación de sus trabajadores es relevante para su empresa:

- a) Si
- b) No

4.2. ¿Los trabajadores de su empresa han recibido algún tipo de capacitación?

- a) Si
- b) No

4.3. En qué temas se capacitaron sus trabajadores:

- a) Gestión Empresarial
- b) Servicio al cliente
- c) Otros temas
- d) No precisa

4.4. Considera la capacitación como una inversión o un gasto:

- a) Una inversión
- b) Un gasto

4.5. Recibió cómo empresario algún tipo de capacitación:

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

4.6. Cuántos cursos de capacitación ha realizado Usted en el año 2011:

- a) Uno
- b) Dos
- c) Tres
- d) Más de 3
- e) Ninguno

4.7. ¿En qué tipo de cursos participó en el año 2011:

- a) Inversión del crédito financiero
- b) Manejo empresarial
- c) Administración de recursos humanos
- d) Otros cursos
- e) No precisa

4.8. La capacitación ha contribuido con las ganancias en su empresa

- a) Si
- b) No

Chimbote, 20 de febrero del 2013.

Anexo N° 05

CUADRO DE TABULACIONES

PREGUNTA	RESPUESTA	CONTEO	FRECUENCIA ABSOLUTA
Edad del representante legal	18 – 25 (jóvenes)		17
	26 – 35 (adulto Joven)		16
	36 a 64 (adulto medio)		29
	65 a más (adulto mayor)		8
Sexo:	a) Masculino		20
	b) Femenino		50
Estado Civil:	a) Soltero		28
	b) Casado		16
	c) Conviviente		18
	d) Divorciado		3
	e) Otros		5
Grado de instrucción:	• Primaria:		3
	• Secundaria:		45
	• Técnica:		10
	• Universitaria:		12
Tiempo que se encuentra en el sector y rubro	0-4		19
	5-10		23
	11-30		24
	31 a más		4
Situación legal de la Mype	a) Formal		57
	b) Informal		13
Número de trabajadores	0-1		54
	2-3		14
	4-5		2
Para que constituyó la Mype:	a) Obtener ganancias		43
	b) Por subsistencia		25
	c) Generar empleo		2
Cómo financia su actividad productiva:	a) Financiamiento propio		34
	b) Financiamiento de terceros		20
	c) Ambos		16
Considera adecuado el apoyo a las MYPES en la actividad comercial rubro-Venta de Ropa	b) Si		48
	c) No		12
	d) No precisa		10
Cuántas veces solicitó crédito:	1 vez		16
	2 a 3 veces		13
	Más de 3 veces		7
	No precisa		34
Tipo de sistema al que recurrió para el financiamiento.	a) Bancario		15
	b) No bancario		15
	c) Prestamistas		6
	d) No precisa		34
Le otorgaron el crédito solicitado	b) Si		31
	c) No		5
	d) No precisa		34

Cuál fue el plazo otorgado por el crédito:	a) Corto plazo	///	7
	b) Mediano plazo	/// /// ///	18
	c) Largo plazo	///	11
	d) No precisa	/// /// /// /// ///	34
Qué tasa de interés mensual pagó:	1.5% a 3.0%	/// ///	13
	3.1% a 6.0%	///	8
	6.1% a más	///	4
	No precisa	/// /// /// /// /// ///	45
Monto Promedio Otorgado:	Hasta S/. 5,000	/// ///	15
	5,001 a 10,000	///	6
	10,001 a 20,000	///	3
	20,001 a mas	///	3
	No precisa	/// /// /// /// /// ///	43
En qué fue invertido el crédito obtenido:	a) Capital de trabajo	/// /// ///	25
	b) Mejoramiento y/o ampliación del local	///	6
	c) Activos fijos	///	2
	d) Otros	///	3
	e) No precisa	/// /// /// /// ///	34
Considera que la capacitación de sus trabajadores es relevante para su empresa:	a) Si	/// /// /// /// ///	63
	b) No	///	7
¿El personal de su empresa ha recibido algún tipo de capacitación?	a) Si	/// ///	14
	b) No	/// /// /// ///	56
En qué temas se capacitaron sus trabajadores:	a) Gestión Empresarial	///	2
	b) Servicio al cliente	///	7
	c) Otros temas	///	5
	b) No precisa	/// /// /// /// ///	56
Considera la capacitación como una inversión o un gasto:	a) Una inversión	/// /// /// ///	58
	b) un gasto	/// ///	12
Recibió cómo empresario algún tipo de capacitación:	b) Si	/// ///	18
	c) No	/// /// ///	31
	d) No precisa	/// ///	21
Cuántos cursos de capacitación ha realizado Usted en el año 2011	b) Uno	///	5
	c) 2 a 3	///	3
	d) Más de 3	///	3
	e) Ninguno	/// /// /// ///	59
			///
¿En qué tipo de cursos participó en el año 2011?	a) Inversión del crédito financiero	///	2
	b) Manejo empresarial	///	5
	c) Adm. de RR.HH.	///	3
	d) Otro cursos	///	1
	e) No precisa	/// /// /// ///	59
La capacitación ha contribuido con las ganancias en su empresa	a) Si	/// /// ///	65
	b) No	///	5

Anexo N° 06

Definición y Operacionalización de las Variables

Variable Principal	Definición Conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de Medición
Financiamiento en las Mypes	Algunas características del financiamiento de las Mypes	Como financia su actividad productiva	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Financiamiento propio ▪ Financiamiento de terceros ▪ Ambos
		Considera adecuado el apoyo a las MYPES	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Si ▪ No
		Veces que solicito crédito	Cuantitativa: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Especificar número
		Entidad a la que solicito el crédito	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Bancaria • No bancaria • prestamistas
		Le otorgaron el crédito solicitado	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> • Si • No
		Plazo otorgado por el crédito solicitado	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Corto plazo ▪ Mediano plazo ▪ Largo plazo
		Tasa de Interés cobrada por el crédito	Cuantitativa: <ul style="list-style-type: none"> • Especificar la tasa
		Monto de Crédito solicitado	Cuantitativa: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Especificar el monto
		En que fue invertido el crédito	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Capital de trabajo ▪ Mejoramiento y/o ampliación de local ▪ Activos fijos ▪ Capacitación ▪ Otros, especificar

Variable Principal	Definición Conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de Medición
Capacitación En las Mypes.	Algunas características de la capacitación de las Mypes	La capacitación de sus trabajadores es relevante	Nominal: • Si • No
		Han recibido capacitación sus trabajadores	Nominal: • Si • No
		En que temas se capacita el personal de la empresa	Nominal: • Gestión empresarial • Gestión financiera • Manejo del microcrédito • Servicio al cliente • Otros: especificar
		Considera la capacitación una inversión o un gasto	Nominal: • Inversión • Gasto
		Recibió como empresario algún tipo de capacitación	Nominal: • Si • No
		Cuantos cursos de capacitación ha realizado en los últimos dos años	Cuantitativa: • Un año • Dos años • Tres años • Más de tres años
		En qué tipo de cursos participó como empresario	Nominal: • Inversión de crédito • Marketing • Manejo empresarial • Otros, especificar
		La capacitación mejora las ganancias de su empresa	Nominal: • Si • No

Variable Complementaria	Definición Conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de Medición
Perfil de propietarios y/o gerentes de las Mypes	Algunas características de los propietarios y/o gerentes de las Mypes	Edad	Cuantitativa: ▪ Años
		Sexo	Nominal: ▪ Masculino ▪ Femenino
		Grado de instrucción	Nominal: • Sin instrucción • Primaria • Secundaria • Instituto • Universidad
Perfil de las Mypes	Algunas características de las Mypes	Antigüedad	Cuantitativa: • Un año • Dos años • Tres años • Más de tres años
		Situación legal	Nominal: • Formal • Informal
		Número de trabajadores	Cuantitativa: • cantidad
		Objetivos	Nominal: • Maximizar ganancias • Emplear a la familia • Generar ingresos para la familia • Otros: especificar

Fuente: elaboración propia

Anexo N° 07

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO DEL INFORME:

CARACTERIZACION DEL FINANCIAMIENTO Y LA CAPACITACION DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO - RUBRO VENTA DE ROPA DEL CENTRO COMERCIAL LOS FERROLES, CHIMBOTE, AÑO 2011.

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	POBLACION Y MUESTRA	METODOLOGIA Y DISEÑO DE LA INVESTIGACION	INSTRUMENTO Y PROCEDIMIENTO
<p>GENERAL: ¿Cuáles son las principales características del financiamiento y la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropa del centro comercial Los Ferroles, Chimbote, año 2011?</p> <p>SECUNDARIOS: Cuáles son las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropa del centro comercial Los Ferroles, Chimbote, año 2011?</p> <p>¿Cuáles son las principales características de la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropa del centro comercial Los Ferroles, Chimbote, año 2011?</p>	<p>GENERAL: Determinar las principales características del financiamiento y la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropa del centro comercial Los Ferroles, Chimbote, año 2011.</p> <p>ESPECIFICOS: Determinar las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropa del centro comercial Los Ferroles, Chimbote, año 2011. Determinar las principales características de la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropa del centro comercial Los Ferroles, Chimbote, año 2011.</p>	<p>FINANCIAMIENTO</p> <p>CAPACITACION</p>	<p>POBLACION: La población está conformada por los 175 empresarios de la micro y pequeña empresa del sector comercio – rubro venta de ropa del centro comercial Los Ferroles, Chimbote, año 2011</p> <p>MUESTRA: Consta de 70 microempresarios que representan al 40% de la población</p>	<p>METODO: - Tipo: Cuantitativo - Nivel: Descriptivo</p> <p>DISEÑO: No Experimental – Transversal</p> <p>Cuantitativo: porque para la recolección de datos y la presentación de los resultados se utilizaron procedimientos estadísticos e instrumentos de medición</p> <p>Descriptivo: porque sólo se describirán las principales características del financiamiento y la capacitación.</p> <p>No experimental: debido a que sólo se limitó a describir las principales características de las variables en estudio sin modificarlas</p> <p>Transversal: Porque el estudio se desarrolló en un espacio de tiempo definido.</p>	<p>TECNICA: - Entrevista y Encuesta</p> <p>INSTRUMENTOS: - Cuestionario estructurado</p>