



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO, LA  
CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD DE LAS MICROS Y  
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO RUBRO  
SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017**

TRABAJO DE INVESTIGACION PARA  
OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN  
CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

AUTOR:

**RUIZ MARÍN VDA. DE INUMA, ELLEN**

ASESOR:

**Mg. CPCC. RAMÍREZ PANDURO, JORGE ALFREDO**

**PUCALLPA – PERÚ**

**2018**

**1. Título de la tesis**

“Caracterización del financiamiento, la capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017”

2. Hoja de firma del jurado y asesor

.....  
**Mg. CPCC. SILVIA VIRGINIA MONTOYA TORRES**

**PRESIDENTE**

.....  
**Mg. CPCC. JOSÉ LUIS ALBERTO LÓPEZ SOUZA**

**MIEMBRO**

.....  
**Mg. CPCC. RUSELLI FERNANDO VILCA RAMÍREZ**

**MIEMBRO**

.....  
**Mg. CPCC. JORGE ALFREDO RAMIREZ PANDURO**

**ASESOR**

### **3. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria**

#### **AGRADECIMIENTO**

- Agradezco a mi alma mater Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, por haberme brindado una educación de nivel y de calidad en la formación de mi carrera profesional.
- Agradezco también a mi prestigioso asesor Mg. CPCC. Jorge Alfredo Ramírez Panduro, por brindarme sus conocimientos actualizados en la investigación.
- También a los gerentes, administradores, propietarios, comerciantes y todas aquellas personas que contribuyeron a la culminación del presente trabajo de investigación.
- A mi familia, en especial a mi hija Hellen Fernanda por ser mi motor y motivo, animándome a continuar persistiendo en culminar el presente trabajo.

## **DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo de investigación a Dios por crearme a su imagen y semejanza, a mi madre por darme la vida y el amor infinito, a mi pequeña hija Hellen Fernanda por ser mi gran motivo e inspiración, a mi familia, a mis compañeros por su apoyo de forma incondicional y constante para culminar satisfactoriamente con éxito el presente trabajo de investigación y a la memoria de mi amado esposo Antoni.

#### 4. **Resumen y abstract**

##### **RESUMEN**

El objetivo general del presente trabajo de investigación es de determinar y describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017. La investigación realizada fue descriptiva, se trabajó con una población de 30 y una muestra de 30 microempresas, a los que se aplicó un cuestionario de 30 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: Con **Respecto a los empresarios**. De las microempresas estudiadas se establece que el 36,7% (11) de los representantes de las micro empresas tienen de 25 a 35 años de edad. El 70,0% (21) de los representantes encuestados son del sexo masculino. El 56,7% (17) de los microempresarios encuestados se encuentran con estudios secundarios. El 53,4% (16) de los de los representantes de la empresa tienen la condición de conviviente. El 100,0% (30) de los representantes no tienen profesión. El 100% (30) de los de los representantes son comerciantes. **Respecto a las características de las microempresas**. El 10,0% (3) de los representantes de la empresa tienen entre 10 a 13 años en el rubro. El 100% (30) de las empresas son formales. El 63,3% (19) de las empresas tienen de 1 a 2 trabajadores permanente. El 93,3% (28) de las microempresas tienen de 1 trabajador eventual. El 100% (30) de las empresas el motivo de la formación es para obtener ganancias. **Respecto al financiamiento**. El 100% (30) de las microempresas han sido financiados por terceros. El 14,0% (12) de las microempresas realiza su financiamiento en la caja municipal de Maynas. El 100,0% (30) de las microempresas si tiene conocimiento de los intereses. El 100,0% (30) de las microempresas realizan su financiamiento en cajas municipales. El

100,0% (30) de las microempresas obtuvieron el préstamo solicitado. El 100,0% (30) de las microempresas se les otorgo los montos solicitados. El 80,0% (24) de las microempresas se les otorgo el crédito a corto plazo. El 100,0% (30) de las microempresas invirtió el crédito solicitado en activos fijos. **Respecto a la capacitación.** El 100,0% (30) de los representantes de la micro y pequeña empresa si recibieron capacitación en el crédito otorgado. El 100,0% (30) de los trabajadores de la micro y pequeña empresa si recibieron capacitación en los últimos años. El 100,0% (30) de los trabajadores de la micro y pequeña empresa creen que la capacitación es una inversión. El 100,0% (30) de los trabajadores creen que la capacitación es relevante para las micro y pequeñas empresas. **Respecto a la rentabilidad.** El 100,0% (30) de los trabajadores de la micro y pequeña empresa creen que el financiamiento mejora la rentabilidad. El 100,0% (30) de los trabajadores de la micro y pequeña empresa creen que la capacitación mejora la rentabilidad. El 100,0% (30) de las micro y pequeñas empresas mejoro su rentabilidad los últimos años. El 83,3% (25) de las micro y pequeñas empresas no ha disminuido su rentabilidad en el último año.

**Palabras clave:** Financiamiento mejora la rentabilidad, en las micros y pequeñas empresas.

## ABSTRACT

The general objective of this research work is to determine and describe the main characteristics of financing, training and profitability of micro and small businesses in the commerce sector, beauty salon of the Callería district, 2017. The research carried out was descriptive, we worked with a population of 30 and a sample of 30 micro-companies, to which a questionnaire of 36 questions was applied, using the technique of the survey, obtaining the following results: With respect to employers. Of the micro-enterprises studied, it is established that 36.7% (11) of the representatives of micro-enterprises are between 25 and 35 years of age. 70.0% (21) of the representatives surveyed are female. 56.7% (17) of the microentrepreneurs surveyed find themselves with secondary education. 53.4% (16) of the representatives of the company have the status of a cohabiter. 100.0% (30) of the representatives have no profession. 100% (30) of the representatives are merchants. Regarding the characteristics of microenterprises. 10.0% (3) of the company's representatives have between 10 and 13 years in the business. 100% (30) of the companies are formal. 63.3% (19) of the companies have 1 2 permanent worker. 93.3% (28) of the microenterprises have 1 casual worker. 100% (30) of the companies the reason for training is to make a profit. Regarding financing. 100% (30) of the microenterprises have been financed by third parties. 14.0% (12) of the micro-enterprises carry out their financing in the Maynas municipal bank. 100.0% (30) of micro-enterprises if they have knowledge of the interests. The

100.0% (30) of the micro-enterprises carry out their financing in municipal savings banks. 100.0% (30) of the micro-enterprises obtained the requested loan. 100.0% (30) of the microenterprises were granted the amounts requested. 80.0% (24) of the microenterprises were granted short-term credit. 100.0% (30) of the micro-enterprises invested the requested credit in fixed assets. Regarding training. 100.0% (30) of the representatives of the micro and small business if they received training in the granted credit. 100.0% (30) of workers in the micro and small enterprises if they received training in recent years. 100.0% (30) of workers in micro and small enterprises believe that training is an investment. 100.0% (30) of workers believe that training is relevant for micro and small enterprises. Regarding profitability. 100.0% (30) of workers in micro and small enterprises believe that financing improves profitability. 100.0% (30) of workers in micro and small enterprises believe that training improves profitability. 100.0% (30) of micro and small companies improved their profitability in recent years. 83.3% (25) of the micro and small companies have not decreased their profitability in the last year.

Keywords: Financing improves profitability, in micro and small companies.

## 5. Contenido

1. Título de la tesis .....	ii
2. Hoja de firma del jurado y asesor.....	iii
3. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria .....	iv
4. Resumen y abstract.....	vi
5. Contenido .....	x
6. Índice de gráficos, tablas y cuadros.....	xi
I. Introducción .....	17
II. Revisión literaria .....	23
III. Hipótesis.....	40
IV. Metodología .....	40
4.1. Diseño de la investigación.....	40
4.2. Población y muestra .....	41
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores .....	42
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos. ....	46
4.5. Plan de análisis .....	47
4.6. Matriz de consistencia.....	48
4.7. Principios éticos .....	49
V. Resultados .....	51
5.1. Resultados .....	51
5.2. Análisis de resultados.....	81
VI. Conclusiones .....	84
Referencias bibliográficas.....	90
Anexos .....	93

## **6. Índice de gráficos, tablas y cuadros**

Gráfico 1: Edad de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.....	51
Gráfico 2: El sexo de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.....	52
Gráfico 3: El grado de instrucción de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.....	53
Gráfico 4: El estado civil de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.....	54
Gráfico 5: La profesión de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.....	55
Gráfico 6: Tiempo en el sector o rubro de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza de Callería, 2017. ....	56
Gráfico 7: El tiempo en el rubro de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.....	57
Gráfico 8: El número de los trabajadores permanentes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.....	58
Gráfico 9: El número de los trabajadores permanentes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.....	59
Gráfico 10: Realiza financiamiento para sus actividades las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.....	60
Gráfico 11: Formación por subsistencia de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.....	61
Gráfico 12: Entidades que obtiene el financiamiento para las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.....	62

Gráfico 13: Tasa de interés que pagan las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.....	63
Gráfico 14: Entidades que financian a las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.....	64
Gráfico 15: Entidades que otorgan mayor facilidad a las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.....	65
Gráfico 16: Cantidad de veces que solicitó crédito en el año 2016 las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.....	66
Gráfico 17: Entidades que otorgaron el crédito solicitado a las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.....	67
Gráfico 18: Monto de créditos otorgado a las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.....	68
Gráfico 19: Plazo que le otorgaron el crédito a las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.....	69
Gráfico 20: Otorgación del monto solicitados por las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.....	70
Gráfico 21: Monto otorgado de los créditos solicitados por las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.....	71
Gráfico 22: Inversión del crédito otorgado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.....	72
Gráfico 23: Recibió capacitación para otorgamiento de crédito de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de .....	73
Gráfico 24: Recibió capacitación el personal de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.....	74
Gráfico 25: Considera que la capacitación es una inversión de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.....	75

Gráfico 26: La capacitación es relevante para las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.....	76
Gráfico 27: El financiamiento otorgado a mejorado la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.....	77
Gráfico 28: La capacitación mejora la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.....	78
Gráfico 29: La rentabilidad a mejorado en los últimos años en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.....	79
Gráfico 30: La rentabilidad a disminuido en el último año en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.....	80
Tabla 1: LA EDAD DE LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO COMPRA Y VENTA DE SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.....	51
Tabla 2: EL SEXO DE LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.....	52
Tabla 3: GRADO DE INSTRUCCIÓN DE LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.....	53
Tabla 4: ESTADO CIVIL DE LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.....	54
Tabla 5: PROFESIÓN DE LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.....	55

Tabla 6: TIEMPO EN EL SECTOR O RUBRO DE LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.....	56
Tabla 7: FORMALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017...	57
Tabla 8: NÚMERO DE TRABAJADORES PERMANENTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.....	58
Tabla 9: NÚMERO DE TRABAJADORES EVENTUALES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.....	59
Tabla 10: FINES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017...	60
Tabla 11: FORMACION POR SUBSISTENCIA DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017 .....	61
Tabla 12: ENTIDADES QUE OBTIENE EL FINANCIAMIENTO PARA LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.....	62
Tabla 13: TASA DE INTERES QUE PAGAN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.....	63
Tabla 14: ENTIDADES QUE FINANCIAN A LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.....	64

Tabla 15: ENTIDADES QUE OTORGAN MAYORES FACILIDADES A LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.....	65
Tabla 16: CANTIDAD DE VECES QUE SOLICITÓ EL CRÉDITO EN EL AÑO 2017 LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.....	66
Tabla 17: ENTIDADES QUE OTORGARON EL CREDITO SOLICITADO A LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.....	67
Tabla 18: MONTO DE CREDITOS OTORGADO A LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.....	68
Tabla 19: PLAZO QUE LE OTORGARON EL CREDITO A LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.....	69
Tabla 20: OTORGACION DE CREDITO SOLICITADOS POR LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.....	70
Tabla 21: MONTO OTORGADO DE LOS CREDITOS SOLICITADOS POR LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.....	71
Tabla 22: INVERSION DEL CRÉDITO OTORGADO LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.....	72
Tabla 23: RECIBIO CAPACITACION PARA OTORGAMIENTO DE CREDITO DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.....	73

Tabla 24: RECIBIO CAPACITACIONES EL PERSONAL DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.....	74
Tabla 25: CONSIDERA QUE LAS CAPACITACIONES ES UNA INVERSION DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.....	75
Tabla 26: LA CAPACITACIÓN ES RELEVANTE PARA LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017 .....	76
Tabla 27: EL FINANCIAMIENTO OTORGADO A MEJORADO LA RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017 .....	77
Tabla 28: LA CAPACITACIÓN MEJORA LA RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.....	78
Tabla 29: LA RENTABILIDAD A MEJORADO EN LOS ÚLTIMOS EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.....	79
Tabla 30: LA RENTABILIDAD A DISMINUIDO EN EL ÚLTIMO AÑO EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.....	80

## **I. Introducción**

(PQS, 2018). Según la Asociación de Emprendedores del Perú (Asep), en el Perú, las mypes aportan, aproximadamente, el 40% del PBI (Producto Bruto Interno) y, por ello, están entre las mayores impulsoras del crecimiento económico del país. Ayudan a la generación de empleo, las mypes tienen una participación decisiva en materia de generación de empleo, inclusión social, innovación, competitividad y lucha contra la pobreza. De hecho, en conjunto, las mypes generan el 47% del empleo en América Latina. El motor de desarrollo de las mypes en el Perú constituyen el 98,6% de las unidades empresariales, brindándole espacio de desarrollo a millones de trabajadores peruanos que contribuyen al desarrollo de la economía. Además, conforme las mypes van creciendo y desarrollándose, nuevas van apareciendo. Esto dinamiza nuestra economía. Las empresas en el Perú, el 96,5% de las empresas que existen pertenecen al sector de las mypes. Esta cantidad, de acuerdo a la Sociedad de Comercio Exterior del Perú (ComexPerú), aumenta año tras año. Las mujeres emprendedoras según cifras del Ministerio de la Producción (Produce) al término del 2017, en el Perú existen 1 millón 270.000 de mypes lideradas por mujeres. Del total de estas unidades de negocio, el 79,5% se ubica en regiones del interior del país y el 20,5% está en Lima. Las regiones con mayor preponderancia son Puno, Piura, La Libertad, Cusco y Junín. Los créditos mypes se dan por las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC) colocaron S/ 11,831 millones a las mypes al mes de enero de 2017. El monto

representa un crecimiento de 13.7% respecto a los S/ 10,406 millones que alcanzaron durante el mismo período del 2017.

(Colchado Aguilar, 2013), dice que en nuestro país el elemento esencial son las micro y pequeñas empresas que representan y son el motor de nuestra economía, ya que las mypes contribuyen al crecimiento económico y a la generación de puestos de trabajo, considerado como motor de riqueza y bienestar para nuestro país. Las micro, pequeñas y medianas Empresas han tomado mucha importancia en los últimos años, debido a que es fuente principal de ingresos de las empresas y trabajadores.

(Betancur Villaorduña, 2016). Actualmente, la labor que llevan a cabo las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) es de indiscutible relevancia, no solo teniendo en cuenta su contribución a la generación de empleo, sino también considerando su participación en el desarrollo socioeconómico de las zonas en donde se ubican, jugando las Mypes un papel importante en el desarrollo social y económico de toda la nación, al ser la mayor fuente generadora de empleo y agente dinamizador del mercado.

(García Hurtado, 2013). Dice que siguiendo su definición legal, una organización empresarial constituida por una persona natural o jurídica, que tiene por objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Puede ser dirigido y administrado por el propietario como una persona individual o constituirse como una persona jurídica, adoptando la forma societaria que voluntariamente desee.

En nuestro país Perú la gran mayoría de las MYPES no logran sobrepasar los tres primeros años de vida a pesar de la gran habilidad que tienen sus administradores para reaccionar a los diferentes cambios de entorno que pudieran afectar su negocio. Según investigaciones y estadísticas realizadas, que ocho de cada 10 MYPES en el Perú fracasan en sus primeros 5 años; siendo uno de los principales factores no contar con información actualizada y consistente y al instante, que les permita tomar las decisiones concretas y correctas para satisfacer la demanda de un terminado mercado (Ministerio de la Producción, 2012).

(Ayales Báez, 2014). Indica que por otra parte el fracaso de las PYMES y las consecuencias que conlleva, es una vicisitud que enfrenta la economía. Debido al mal manejo de las empresas, los dueños, inversionistas, prestamistas y trabajadores, pagan caro las consecuencias de la mala administración. Sería importante que exista para estas personas la capacidad de acceder a conocimientos básicos y así tener una mejor idea de lo que es más conveniente para sus negocios. Estas empresas son una base importante de la economía del país, pero sobre todo de la economía de muchos hogares.

(García Garzón, 2016). Dice que el deseo de generar independencia en el ámbito empresarial conlleva a que los profesionales con ideas innovadoras se concentren en crear nuevas microempresas. Dichas organizaciones estimulan la economía colombiana y tienen gran responsabilidad social al aportar a la disminución de pobreza y a la reducción de desempleo; por ello existen diferentes instituciones nacionales y regionales que con sus programas, estudios y capacitación identifican sus debilidades para llevarlas a tener una

mayor expectativa de perdurabilidad empresarial. Existen ciertas ventajas en la creación de microempresas tales como la habilidad de responder a los cambios que demanda el mercado puesto que su sistema de producción es más flexible, mayor contacto directo con el cliente y facilidad de cambiar su nicho de mercado gracias a la forma de su infraestructura organizacional, entre otras.

(Ortiz Acevedo, 2017). Indica que el sector de belleza representa para el emprendedor una fuente de ingreso importante ya que la competencia laboral y social lleva a que los seres humanos inviertan en su imagen personal y se convierta en un gasto más de sus ingresos mensuales. Este negocio requiere de estar siempre a la vanguardia en las técnicas de belleza, diseños vanguardistas a nivel de imagen locativa y tener valores agregados que marque la diferencia ya que es un sector competitivo. Las empresas manifiesta alcanzar el nivel mundial, la pequeña y mediana empresa constituye una organización socio - económica de gran impacto, con respecto a su definición no existe una fórmula internacionalmente aceptada o implementada. Cada país tiene legislaciones y políticas para clasificar a las empresas dependiendo del método utilizado, ésta puede ser medida por el número de empleados, por el monto de las ventas o de los activos, así como por una combinación de factores. En particular una pequeña empresa es un establecimiento que requiere poca inversión, mínima organización y posee una gran flexibilidad para adaptarse a los cambios del entorno. Las oportunidades económicas relacionadas con las pymes también son importantes: los sectores de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) y la tecnología móvil están creciendo rápidamente en

los países en desarrollo, mientras que en el área de la tecnología limpia las pymes pueden aprovechar un mercado.

(Ponce, 2013). En cuanto este tipo de negocios satisface las necesidades de arreglo personal en tiempo récord, con calidad y a un precio accesible. Eso motiva a que los clientes (hombres y mujeres) regresen hasta tres veces a la semana. De ahí que los márgenes de utilidad alcancen un 24% anual al tercer año. Lejos quedaron los días en que se acudía al salón de belleza sólo una vez al mes o para arreglarse en ocasiones especiales. La mujer actual quiere lucir bella todo el tiempo pero sin sacrificar su tiempo o su quincena. Y no sólo ellas, cada día más hombres están dispuestos a invertir horas y dinero en el cuidado de su apariencia. De ahí que las **estéticas exprés** sean un negocio lucrativo para atender las necesidades de este público. No se trata sólo de lavar y cortar el cabello, mucho menos de sólo secarlo o alaciarlo. Una estética exprés ofrece una amplia gama de servicios para mejorar la imagen de las personas de manera integral pero en un menor tiempo que en una tradicional. “Además de la rapidez, se valora la calidad y que los precios sean accesibles”, señala Araceli López, dueña de Beauty Fast, negocio que ofrece desde pedicure y manicure hasta peinados y efectos de color en el cabello en sólo 30 minutos. “El secreto de este negocio es hacer que las personas puedan embellecerse de los pies a la cabeza en tiempo récord y a una tarifa justa. Eso las hace regresar tres o más veces a la semana”.

En la ciudad de Pucallpa, donde se enfocara nuestra investigación, existieron varias micro y pequeña empresas dedicadas al cambio de imagen por un estilista para damas y caballeros, pero sin embargo se desconoce sobre las

capacitaciones y la formalización de una empresa de servicios, como también entre otros aspectos de conceptos básicos.

La interrogante relacionada con la investigación será ¿Cuáles son las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017?. Teniendo el objetivo general, determinar y describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017, los propósitos exclusivos será detallar las importantes particularidades de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017. También se describirá las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza de la ciudad de Pucallpa, 2017. Se describirá las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017. Se describirá las principales características de la capacitación de la empresa del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017. Se describirá las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017. La justificación de la investigación es importante porque el estudio nos permitirá describir las principales características del financiamiento del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería; es decir, la investigación nos permitirá tener ideas mucho más concretas de cómo opera el financiamiento en las micro y pequeñas empresas del rubro salón de belleza. Finalmente, la investigación también se

justifica porque servirá de base para realizar otros estudios similares en diferentes sectores del distrito de Callería y de otros ámbitos geográficos de la región y del país.

## **II. Revisión literaria**

### **Antecedentes internacionales**

(Sosa Valdés, 2014). En su investigación indica que los diversos estudios existen acerca de la importancia del financiamiento en los micro y pequeños negocios. Nosotros hacemos un estudio para México, usando la Encuesta Nacional de Micronegocios para mostrar si ese efecto también se presenta en nuestro país. Se concluye que el efecto es positivo pero de tamaño pequeño lo cual tiene que ver con que posiblemente la mayoría de los micronegocios fueron creados como una solución al problema de desempleo/empleo temporal y no con una visión de crecimiento y/o emprendedurismo.

(Alvarado Leandro, 2017). Manifiesta que el trabajo de investigación desarrollado está referido en El Régimen Mypes Tributario y la Gestión Contable en las Empresas del Sector Combustible en la Ciudad de Huánuco 2017; teniendo en cuenta que las Mypes han cobrado suma importancia en la economía de nuestro país. Por ello realizaré el estudio de investigación en la Ciudad de Huánuco; ya que el micro empresario comercial aun no logra comprender en su totalidad la importancia del Régimen Mype Tributario, determinar el impacto de este régimen en la Gestión Contable de las empresas del Sector Combustible, analizar los beneficios que otorga y eliminar la informalidad, ya que es un problema generado por la competencia desleal. El tipo de investigación es de tipo Aplicada, dado que busca ampliar y

profundizar la realidad de las variables tanto independiente como dependiente en el sujeto de investigación. Con respecto a las conclusiones el Régimen Mype Tributario es beneficioso para la Gestión Contable, aporta beneficios para las emprendedores que se acogieron a este régimen. Se espera que la investigación realizada y los resultados a los que se ha llegado sirvan como aporte para futuras investigaciones.

(Amaya Moncayo, 2017). Dice que es poder identificar las necesidades de liquidez que se tienen por parte de las entidades, partiendo de los vencimientos de las obligaciones contractuales, y de la cantidad de recursos monetarios que posea la entidad para cubrir esas salidas de efectivo. Aunque dicho índice le permite contar con una idea del nivel de liquidez que se debe mantener tanto a la entidad como al ente regulador, no es efectivo al momento de ajustarse a escenarios basados en retiros históricos propios de cada institución, lo que sesga los resultados tan solo al presente inmediato. El siguiente estudio está encaminado a determinar una reserva técnica de Liquidez para las entidades del sistema financiero ecuatoriano, y que no solo se encuentre basada en cuentas contables, sino también que pueda tomar en cuenta tanto las posibles pérdidas esperadas basadas en simulaciones, así como la historia de máximos retiros de la institución, con el objetivo de poder hacer frente a una posible corrida financiera. Las reservas que se calculan actualmente dentro del sistema financiero nacional no toman en cuenta las relaciones que pueden tener entre las diferentes cuentas de fondeo ni la volatilidad de las mismas expresadas como su valor en riesgo. Las instituciones financieras ecuatorianas reguladas por sus respectivos entes de control están

obligadas a calcular su liquidez semanal conforme se describió anteriormente, es decir, medir la liquidez mediante la composición de activos y pasivos líquidos con un corte de tiempo determinado y además sobre bases contables. En éste cálculo se incluye una volatilidad que servirá para transformarla en unidades monetarias para determinar el monto de liquidez y poder medir el grado de cobertura. Sin embargo, la volatilidad, calculada de esta manera, toma información tan solo de noventa días atrás, lo que implica que no se llega a considerar un comportamiento histórico de las distintas fuentes de fondeo. Dentro de este contexto se realiza el presente estudio, para calcular una reserva óptima de liquidez, cuyo objetivo es comparar cómo cambian los niveles de liquidez requeridos bajo el sistema actual dispuesto por las leyes ecuatorianas que regulan al sistema financiero frente al modelo de la Reserva Técnica de Liquidez propuesto, y de esta manera concluir con la comprobación de la siguiente hipótesis: la RTL fijará al final el mayor requerimiento de reserva de liquidez entre los dos modelos.

(Matamala Gónzales, 2013). Dice que durante 2009 la diferencia entre las tasas a la que los bancos podían levantar fondos en el mercado monetario y las expectativas para la tasa de política monetaria aumentó significativamente, en un fenómeno que pareció deberse a severos incrementos en los riesgos de liquidez. Esto impuso serios desafíos al Banco Central de Chile, el cual adoptó diversas medidas para enfrentar las dificultades, entre ellas la introducción de una nueva facilidad de liquidez, la Facilidad de Liquidez a Plazo. Este trabajo hace una revisión de los acontecimientos que rodearon su surgimiento y evalúa

sus consecuencias. En general, se tiene que la Facilidad de Liquidez a Plazo pudo haber sido efectiva.

(Bustos García, 2013). En la tesis titulada “Fuentes de financiamiento y capacitación en el distrito federal para el desarrollo de micros, pequeñas y medianas empresas” Sostiene que un gran número de personas que han decidido establecer una fuente de ingresos familiar al inaugurar su propio negocio pequeño no refiere estudios universitarios. Es importante tomar en consideración el elevado nivel de desorganización institucional que a lo anterior se le añade, principalmente entre los microempresarios. El método investigación utilizado para abatir este conflicto ha sido el de presentar, en primera instancia, todo lo referente a los micro negocios, estableciendo como pauta de inicio las siguientes cuestiones: ¿qué?, ¿cuándo?, ¿quién?, ¿para qué?, ¿dónde?, ¿cómo?, para dar a conocer el funcionamiento organizacional de la MiPyME y enmarcar los pasos, de forma sencilla, lo que verdaderamente conlleva a la elaboración de un pequeño plan de negocios que permita acceder a un eficiente financiamiento. La cuestión fundamental que se esboza en la hipótesis de este trabajo de investigación tiene que ver con las alternativas de financiamiento, siendo éstas uno de los puntos centrales mayormente debatidos. Las acotaciones que se han incluido indican un predominio hacia el sector proveedores como fuente de financiamiento MiPyME, seguido de la Banca Comercial y la Banca de Desarrollo. El sector bancario la Capacitación en el Distrito Federal Para el Desarrollo de Micro y Pequeñas y Medianas Empresas”. Tiene como propósito desarrollar una investigación que permita conocer el entorno económico, nacional y local en que se desenvuelven las

MyPes (Micro, Medianas y Pequeñas Empresas), los inconvenientes que se presentan en su formación como entidad productiva y las pautas que se toman en cuenta en tanto en el sector público como en el privado para proveer el financiamiento; con un diseño de investigación descriptivo y documental, aplicando documentos, informes como instrumento de recolección de datos, concluyó que se debe desarrollar una investigación en la que se aborde el interés en conocer las fuentes de financiamiento que se presentan para las MiPyMes requiere analizar la estructura organizacional que conforman las pequeñas empresas para obtener, así, una viabilidad productiva que les permita ser un punto de interés para las empresas públicas o privadas encargadas de créditos.

(Aramburu Lazo , Dávila Alvarado, Morales Flores, & Rodríguez Zevallos, 2017). Indican que el plan de negocio salón de belleza móvil es viable de implementar. Con la propuesta del plan de negocio del salón de belleza móvil se pretende satisfacer una necesidad que ha tomado mucha importancia en los últimos tiempos que es el cuidado personal y los deseos de ahorrar costos y tiempos (traslados y espera) que se invierten actualmente en obtener este servicio en los salones de belleza convencionales, el negocio brindará servicios de corte de cabello, planchado, manicure y pedicure a domicilio. El público objetivo del plan de negocio está formado por mujeres de 20 a 59 años, pertenecientes al NSE C y que viven en la zona dos de Lima Metropolitana que van por lo menos una vez al mes al salón de belleza. El plan se inicia describiendo la determinación de la oportunidad y la definición del objetivo principal y objetivos secundarios. Luego, se realiza un análisis de la

industria, los factores del entorno interno y externo que tienen impacto en el sector de belleza (los aspectos más importantes son el crecimiento de la economía e impulso a las MYPE), una conclusión importante es que el sector de belleza se encuentra en un crecimiento constante. La investigación de mercado incluyó entrevistas a expertos (asesor de belleza, proveedor, administrador de salón, dueño de salón independiente y especialista de food truck), focus group y encuestas a mujeres que cumplen con los requisitos del público objetivo de la zona dos de Lima Metropolitana; se demostró que el salón de belleza móvil es una idea atractiva y existe una intención de consumo de los servicios, además se detectó muchas oportunidades de valor agregado que hay en el sector belleza, ya que existe la necesidad de recibir beneficios adicionales por parte de los clientes.

### **Antecedentes nacionales**

(Medina Vidal, 2014). Dice que el MagicSaloon& Spa ofrece un espacio diseñado para generar experiencias inolvidables en hombres y mujeres, reforzando la cadena de valor mediante técnicas ancestrales, étnicas y culturales de relajación, meditación y belleza. Es un Spa que busca cambiar con los esquemas tradicionales de este tipo de servicio a través de sus ambientes acondicionados para cambiar y adaptarse a las diferentes culturas lo cual propiciará que los clientes puedan disfrutar de experiencias únicas, mejorando el concepto y calidad de vida de los consumidores. Donde los clientes podrán conocer y experimentar más sobre otras vivencias culturales mientras reciben sus masajes y tratamientos con todo el ambiente decorado y el

personal adaptado al tipo de tratamiento y propuesta estética solicitada por los clientes; a su vez que permitan que el cliente tenga una experiencia inigualable.

(Florián Paredes, 2011). Dice que se dedicara en ofrecer servicios estéticos y de spa, exclusivos para damas, a su vez también existirán servicios para damas y varones. Por lo que este servicio estará dirigido a todas aquellas personas que desean cuidar su salud y apariencia con los servicios que ofrecerá el local. Se brindara y atenderá al mercado con diversidad de servicios individuales y también en paquetes, ofertando los servicios los cuales tendrán precios de acuerdo al mercado para adecuarse a las necesidades de los usuarios. Estos servicios se atenderán con la adquisición del equipamiento y ambiente adecuado para este tipo de servicios, el mobiliario, infraestructura además de equipos con tecnología completa y moderna para el relax y cuidado personal. Fundamentalmente los servicios a brindar será la atención de manera personalizada y principalmente de manera higiénica cuidad la bioseguridad del usuario y del trabajador, ofreciendo también al cliente asesoría al momento de escoger el servicio que requiera. Se desea cubrir la necesidad de autoestima (Pirámide de Maslow), el cual se encuentra asociada a la psicología de las personas demostrándose que se refieren al amor propio, al respeto por sí mismo y la estimación propia porque sus necesidades son generalmente desarrolladas por cada uno influyendo la situación económica cómoda, así satisfacer plenamente sus necesidades inferiores.

### **Antecedentes locales**

(Díaz, 2016), indica en su informe de Tesis Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro

salón de belleza y spa del distrito de Yarinacocha, tuvo como objetivo general, describir las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del rubro salón de belleza y spa del distrito de Yarinacocha, 2016. La investigación fue descriptiva, para llevarla a cabo se escogió una muestra de 58 microempresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 19 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: Respecto a los empresarios. De los microempresarios encuestados se establece que el 100 % de los representantes legales son personas adultas ya que sus edades oscilan entre 20 a 60 años. El 82.76% de los representantes legales encuestados son del sexo femenino. El 55.17% de los de los representantes de la empresa son comerciantes. Respecto a las características de las micro y pequeñas empresas. El 34.48% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 años en el rubro. El 100% de las empresas son formales. El 62.07% de las micro y pequeñas empresas tienen de cuatro a más trabajadores permanentes y el 36.21% de las micro y pequeñas empresas no cuentan con trabajadores eventuales. El 100% de las empresas tiene como motivo de su formación el obtener ganancia. Respecto al financiamiento de las micro y pequeñas empresas. El 74.14% de las empresas han tenido financiamiento por terceros. El 74.14% de las empresas han sido financiados por entidades bancarias. El 20.69% menciona que tiene mayor beneficio de las entidades no bancarias, El 43.10% menciona que solicitó dos veces crédito, El 75.86% del crédito solicitado se invirtió en el capital de trabajo.

(Delgado Reátegui, 2017). Dice que el personal de este sector tiene poco conocimiento de los objetivos de la empresa. Los propietarios tienen escasa

capacidad en lo que es el uso de herramientas de gestión. La herramienta de gestión más utilizada es el mapa de procesos; lo que indica que las Mypes de este sector no tiene un buen manejo de la gestión empresarial, lo que impide su desarrollo y permanencia en dicha actividad. • La atención al cliente tiene mejoras, ya que en la actualidad las Mypes capacitan con mayor frecuencia a su personal en diferentes rubros tales como técnicas en ventas, calidad en atención al cliente y excelencia en el servicio; esto quiere decir que las Mypes ponen mayor énfasis en lo que es la formación del personal, esto nos da luces que se encuentran mejor preparado para la atención y los servicios que ofrecen. Dichas mejoras repercuten significativamente en los beneficios de éstas; esto nos demuestra que se debe invertir constantemente en capacitaciones al personal, ya que hoy en día los clientes son muy exigentes y se requiere estar en permanente capacitación para tener una atención de calidad y se puede lograr fidelizar a los clientes por el servicio que se presta. 79 • La mayoría de las Mypes encuestadas cuentan con un buzón de sugerencias y toma en cuenta las opiniones de sus clientes; así mismo realizan e implementan acciones tales como: planes de acción, soluciones y compensaciones y establece canales de comunicación con los clientes; todo esto tiene un impacto positivo en los clientes ya que son escuchados y se sienten valorados ante cualquier duda que tengan sobre los servicios que ofrecen las Mypes. Todas estas acciones permiten mejorar la competitividad y fortalecer los procesos de atención al cliente brindando una atención de calidad en los servicios.

## MARCO CONCEPTUAL

### **Definición de Micro y Pequeñas Empresas.**

Una Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o 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 servicios. Cuando esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas. (SUNAT, 2003)

### **Definiciones de financiamiento.**

El financiamiento no solo es utilizado por personas naturales o empresas, sino que también los entes gubernamentales tanto nacionales, como regionales y municipales proceden a adoptar esta alternativa a fin de poder materializar cualquier proyecto de carácter público, como lo es la construcción de vías, construcción de centros hospitalarios, entre otros. Cabe destacar que el financiamiento también puede ser requerido para paliar algún déficit económico que impide el pago de ciertas obligaciones contraídas. A nivel empresarial, se presentan distintas fuentes de financiamiento, algunas de ellas son: Financiamiento a corto plazo: en este tipo de financiación, el plazo del préstamo es menor a un año. Por ejemplo los créditos bancarios. Financiamiento a largo plazo: el plazo para cancelar es mayor a un año, o no existe una obligación como tal de devolver el dinero. Un ejemplo de

esta clase de financiamiento se realiza a partir de fondos de parientes o amigos.  
(Definiciones, <https://conceptodefinicion.de/financiamiento/>, 2018)

### **Definiciones de capacitación.**

La capacitación se define como el conjunto de actividades didácticas, orientadas a ampliar los conocimientos, habilidades y aptitudes del personal que labora en una empresa. La capacitación les permite a los trabajadores poder tener un mejor desempeño en sus actuales y futuros cargos, adaptándose a las exigencias cambiantes dadas por las circunstancias.  
(Definiciones, <https://conceptodefinicion.de/capacitacion/>, 2018).

### **Definiciones de rentabilidad.**

La rentabilidad como la condición de rentable y la capacidad de generar renta (beneficio, ganancia, provecho, utilidad). La rentabilidad, por lo tanto, está asociada a la obtención de ganancias a partir de una cierta inversión. Lo habitual es que la rentabilidad haga referencia a las ganancias económicas que se obtienen mediante la utilización de determinados recursos. Por lo general se expresa en términos porcentuales. (Definiciones, <https://definicion.de/rentabilidad/>, 2018)

### **Teorías del financiamiento**

La Administración Financiera está atravesando una explosión de gran cantidad de nuevos modelos teóricos y modalidades de contratación que se han ramificado a partir del tronco central que representa la aplicación de metodologías probabilísticas, las cuales permiten analizar los diversos matices que hacen al riesgo y rendimiento de estas actividades.

En la actualidad, resulta generalmente aceptado al respecto el esquema general de la estructura de financiamiento según Modigliani (1958), junto con el modelo de Valuación de Activos de Capital (CAPM) de Sharpe (1963). Sin embargo, pese a su consistencia formal, la práctica profesional ha permitido acumular evidencias que no arrojan un resultado positivo al contrastar algunas de sus inferencias.

Dichas divergencias se han acentuado en la actualidad a raíz de la gran crisis económica global que comenzó en el segundo semestre del año 2007, en la cual el financiamiento constituyó su factor desencadenante.

### **Teoría de la Capacitación**

En su editorial, “Capacitación al personal”, explica que el tiempo requerido para la capacitación puede reducirse drásticamente con una cuidadosa selección del personal.

La necesidad de capacitación puede manifestarse en: datos de selección de personal; evaluaciones de desempeño; capacidad, conocimientos y experiencia de los trabajadores; introducción de nuevos métodos de trabajo, maquinaria o equipos; nuevos emprendimientos, etc. Durante la capacitación, las explicaciones y demostraciones son muy importantes, pero los trabajadores recuerdan mejor la información cuando la aplican. Lamentablemente, este paso se elimina a menudo porque ocupa tiempo. Y también porque el observar a un trabajador que hace la tarea con dificultad requiere paciencia. En las primeras etapas, los métodos prácticos rinden mejores resultados que los teóricos. (Billikopf, 2010).

La capacitación permite y da a los trabajadores la oportunidad de incrementar sus habilidades conocimientos y aptitudes. Teoría sistemática. (Cuervo, 2016).

### **Teoría de la Rentabilidad**

Banegas (1998), sostiene en su “Análisis por Ratios de los Estados Contables Financieros”, hay dos clases de rentabilidad:

**La Rentabilidad Económica:** Mide la tasa de devolución producida por un beneficio económico (anterior a los intereses y los impuestos) respecto al capital total, incluyendo todas las cantidades prestadas y el patrimonio neto (que sumados forman el activo total). Donde se dice que la rentabilidad económica es igual a beneficio económico entre activo total, así que es totalmente independiente de la estructura financiera de la empresa. Esta cifra expresa la capacidad que una empresa tiene para realizar con el activo que controla, sea propio o ajeno, el monto de dinero gana por cada unidad de dinero que tiene. Es útil para comparar empresas dentro del mismo sector, pero no para empresas en distintos sectores económicos (por ejemplo, siderurgia y comercio) ya que cada sector tiene necesidades distintas de capitalización. (Wikimedia, [https://es.wikipedia.org/wiki/Rentabilidad\\_econ%C3%B3mica](https://es.wikipedia.org/wiki/Rentabilidad_econ%C3%B3mica), 2017)

**La Rentabilidad Financiera:** Muestra el retorno para los accionistas de la misma, que son los únicos proveedores de capital que no tienen ingresos fijos. La rentabilidad puede verse como una medida de cómo una compañía invierte fondos para generar ingresos. Se suele expresar como porcentaje. Contempla la estructura de una compañía desde el punto de vista financiero, tomando en cuenta sus inversiones y los resultados de sus operaciones, pero también los factores que se incluyen en la rentabilidad económica. Y es igual al beneficio

neto entre los fondos propios de la empresa. (Wikimedia, [https://es.wikipedia.org/wiki/Rentabilidad\\_financiera](https://es.wikipedia.org/wiki/Rentabilidad_financiera), 2018)

**Ratios de rentabilidad:** Sirven para comparar los resultados de la empresa con distintas partidas del balance o de la cuenta de pérdidas y ganancias así mismo miden el nivel de eficiencia en la utilización de los activos de la empresa con su gestión de operaciones. Nos proporcionará un porcentaje por lo que nos podemos encontrar con empresas con ratios de rentabilidad muy elevados, pero que en términos absolutos no sean relevantes. Por otra parte hemos de tener cuidado con las empresas de servicios, sobre todo si son pequeñas y medianas, pues se tiende a infravalorar el coste por hora de sus trabajadores o no registrar contablemente los trabajos que realizan para su propio inmovilizado.

**Beneficio neto sobre los recursos propios medios:** Esta rentabilidad se obtiene cuando el accionista medio sobre el valor en libros de los recursos propios.

Recursos propios = Capital social desembolsado + Reservas + Beneficios no distribuidos, el beneficio neto sobre recursos propios es igual al beneficio neto entre recursos propios medios.

Este ratio debe de ser superior a la rentabilidad que obtendría un accionista con su dinero colocado en una inversión exenta de riesgo. Por ejemplo una referencia podría ser la rentabilidad de los Bonos del Tesoro a 5 años, debiendo por lo menos triplicar la empresa dicha rentabilidad, pensemos que el riesgo de pérdida del capital es mucho mayor en la empresa que en el caso del Tesoro.

**Beneficio neto sobre las ventas:** Este ratio engloba la rentabilidad final - descontados amortizaciones, intereses e impuestos - obtenida en cada euro

vendido. Se incluye todos los conceptos por lo que la empresa obtiene ingresos o genera gastos. El beneficio neto sobre ventas es igual al beneficio neto entre ventas igual beneficio después de impuestos entre importes de las ventas. Cuanto mayor sea dicho ratio mejor, pues indicará que la actividad de la empresa así como su administración económica financiera es más eficiente. Por ejemplo en el caso de las empresas de base tecnológica dicho ratio es muy elevado, habida cuenta que los costes marginales de las ventas son tendentes a cero.

**Rentabilidad Económica:** Indicara todo lo que obtiene la empresa sobre sus activos, es decir, la eficiencia en la utilización de los activos. Este ratio depende mucho de la actividad de la empresa, y por tanto no es comparable entre distintos sectores, no tiene nada que ver una empresa de construcción de automóviles con una empresa de desarrollo de software.

Así mientras la primera precisa de una costosa estructura para empezar a trabajar la segunda tan sólo necesita de equipos informáticos. En otro orden de cosas sucedería lo mismo con una empresa de reformas domésticas, donde su activo se reducirá a las herramientas utilizadas en los distintos oficios y unas oficinas en relación a un restaurante que además de un comedor donde atender a sus clientes precisará de una costosa equipación de cocina.

**Rentabilidad de la empresa:** Calcula la rentabilidad del negocio empresarial en sí mismo. Midiendo la relación entre el beneficio de explotación y el activo neto. El valor más alto significa una situación más próspera para la empresa, pues la empresa contará con una mayor rentabilidad, es decir, mayores beneficios en relación a sus activos. Este ratio es similar al anterior y por tanto

hemos de tener cuidado cuando comparemos la rentabilidad obtenida por dos empresas de tal modo que las empresas se sitúen en sectores comparables o asimilables. Por ejemplo un restaurante y una óptica en cuanto a estructura empresarial tienen muchos más elementos en común que si los comparamos con un comercio o una empresa de servicios profesionales.

**Rentabilidad del Capital:** Calcula la rentabilidad del patrimonio propiedad de los accionistas, tanto del aportado por ellos, como el generado por el negocio empresarial. Un valor más alto significa una situación más próspera para la empresa y sus accionistas. Este es uno de los criterios que utilizará cualquier aceleradora, o inversor privado a la hora de analizar su participación o no en una determinada empresa y uno de los motivos por el que son las empresas tecnológicas las que mayor interés generan entre los inversores privados. Las empresas de base tecnológica se caracterizan por un nivel de activo muy bajo en relación con el volumen de mercado al cual optan con su actividad. Así mismo el coste marginal de las ventas suele ser tendente a cero, esto es, una vez puesto en marcha el servicio, su replicación o generación prácticamente no tiene coste. Este escenario es ideal para el inversor privado pues su dinero se destina en su integridad a la generación del servicio, personal de elevada cualificación, y al marketing sin diluirse en activos específicos de la actividad. Una empresa de internet tan sólo precisa de equipos informáticos y de profesionales altamente cualificados, siendo ambos activos totalmente reutilizables en otros proyectos.

**Rentabilidad de las Ventas:** Mide la relación entre el importe de las ventas y el coste de elaboración del servicio o producto vendido. Este ratio está

relacionado con el coste marginal de la venta, pues no tiene en consideración ni la amortización, ni los intereses de la financiación del inmovilizado ni los impuestos. La rentabilidad de las ventas de dos empresas hemos de tener cuidado con el tipo de actividad que desarrolla cada una de ellas pues obviamente no tiene nada que ver la rentabilidad de un servicio donde el coste marginal de la venta será el tiempo de mano de obra utilizado para la prestación del servicio con la venta de un producto donde además de la mano de obra empleada en su elaboración deberemos incluir el coste de las materias primas incorporadas al producto.

**Rentabilidad sobre activos:** Ratio que mide la rentabilidad de los activos de una empresa, estableciendo para ello una relación entre los beneficios netos y los activos totales de la sociedad.

**Rentabilidad de los capitales propios:** Ratio que mide la rentabilidad de los capitales propios invertidos en la empresa en relación con el beneficio neto obtenido.

**Rentabilidad por dividendo:** Mide el porcentaje del precio de compra de una acción que supone el dividendo repartido a los accionistas por la empresa. Este ratio es utilizado por los inversores en acciones de empresas cotizadas siendo utilizado bajo una perspectiva financiera más que de gestión. Hay que tener presente que en cada ejercicio en la Junta general de accionista se decide cuál será la política y cuantía de retribución al accionista y por tanto este ratio puede variar sustancialmente de un ejercicio a otro.

**Rentabilidad bursátil de la sociedad:** Liga al beneficio neto con la capitalización bursátil. Pudiéndose calcular de dos formas distintas. Otra

medida más exacta de la capacidad generadora de rentas de las empresas cotizadas relaciona el "cash flow" con la capitalización bursátil.

**BPA - Beneficio por acción:** Es el resultado de dividir el beneficio neto de la empresa entre el número de acciones en que se divide su capital social. Se trata de un ratio de interés para el inversor en acciones de empresas cotizadas pues nos indica la evolución del beneficio de la empresa con independencia de si esta ha realizado ampliaciones de capital a lo largo del tiempo.

Este ratio es la base de otro ratio fundamental para el inversor en acciones, el PER - Price Earnings Rate el PER nos indica el número de veces que está reflejado el beneficio de una empresa en el precio de sus acciones. Así cuando se dice que una empresa tiene un PER de 10 lo que estamos diciendo es que el precio al que cotizan sus acciones es de 10 veces sus beneficios actuales. Así pues cuando menor sea el PER de una empresa o lo que es lo mismo mayor sea su BPA mejores características tendrá nuestra inversión. (areadepymes, 2005)

### **III. Hipótesis**

La presente tesis no tiene hipótesis por ser de carácter cuantitativo y descriptivo.

### **IV. Metodología**

#### **4.1 Diseño de la investigación**

##### **Tipo y nivel de investigación**

##### **Tipo de investigación**

La investigación fue de tipo cuantitativo, porque en la recolección de datos y la presentación de los resultados se utilizaron procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.

### **Nivel de investigación**

Esta investigación fue de nivel descriptivo, debido a que sólo se limitó a describir la principal característica de la variable en estudio.

### **Diseño de la investigación**

El diseño fue no experimental - descriptivo.

M ----->O

Dónde:

M = Muestra conformada por las MYPE encuestadas.

O = Observación de las variables complementarias y principal.

### **No experimental**

La investigación fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable, se observó el fenómeno tal como se mostró dentro de su contexto.

### **Descriptivo**

Esta investigación fue descriptiva porque el estudio se limitó a describir las principales características de las variables complementarias y principal.

## **4.2 Población y muestra**

### **Población**

Se constituyó con una población de 30 micro y pequeñas empresas dedicadas al sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017. La información fue obtenida por un estudio dirigido por conveniencia.

### **Muestra**

La muestra fue de 30 empresas que representan el 100% total de la población en estudio.

### 4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

<b>Variable Complementaria</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional: Indicadores</b>	<b>Escala de medición</b>
Perfil de los propietarios y/o gerentes de las micro y pequeñas empresas	Son algunas características de los propietarios y/o gerentes de las micro y pequeñas empresas	Edad	<b>Razón:</b> Años
		Sexo	<b>Nominal:</b> Masculino Femenino
		Grado de instrucción	<b>Nominal:</b> Sin instrucción Primaria Secundaria Instituto Universidad

<b>Variable Complementaria</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional: Indicadores</b>	<b>Escala de medición</b>
Perfil de las	Son algunas	Giro del negocio de las micro y pequeñas empresas.	<b>Nominal:</b> Especificar
		Antigüedad de las micro y pequeñas	<b>Razón:</b> Un año Dos años

micro y pequeñas empresas.	características de las micro y pequeñas empresas.	empresas	Tres años Más de tres años
		Número de trabajadores	<b>Razón:</b> 01 06 15 16 – 20 Más de 20
		Objetivos de las micro y pequeñas empresas	<b>Nominal:</b> Maximizar ganancias Dar empleo a la familia Generar ingresos para la familia Otros: Especificar

<b>Variable complementaria</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional: Indicadores</b>	<b>Escala de medición</b>
Financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.	Son algunas características relacionadas con el financiamiento de las micro y pequeñas	Solicito crédito	<b>Nominal:</b> Si
		Recibió crédito	<b>Nominal:</b> Si
		Monto del crédito solicitado	<b>Cuantitativa:</b> Especificar el monto
		Monto del crédito	<b>Cuantitativa:</b>

	empresas.	recibido	Especificar el monto
		Entidad a la que solicito el crédito	<b>Nominal:</b> Bancaria No bancaria
		Entidad que le otorgo el crédito	<b>Nominal:</b> Bancaria No bancaria
		Tasa de interés cobrado por el crédito	<b>Cuantitativa:</b> Especificar
		Crédito oportuno	<b>Nominal:</b> Si
		Crédito inoportuno	<b>Nominal:</b> Si
		Monto del crédito: Suficiente Insuficiente	<b>Nominal:</b> Si No
		Cree que el financiamiento mejora la empresa.	<b>Nominal:</b> Si No

<b>Variable</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional: Indicadores</b>	<b>Escala de medición</b>
Capacitación en las micro y pequeñas	Son algunas características	Recibió capacitación antes del otorgamiento del crédito	Nominal: Si No

empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.(variable principal)	relacionadas a la capacitación del personal en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.	Número de veces que se ha capacitado el personal	Ordinal: Uno Dos
		Los trabajadores de la empresa se capacitan	Nominal: Si
		Número de veces que se han capacitado los trabajadores de la empresa en los dos últimos años.	Ordinal: Uno Dos Tres Más de tres
		Tipo de cursos en los cuales se capacita el personal de la empresa.	Nominal: Inversión del crédito Marketing empresarial Manejo empresarial
		Considera la capacitación como una inversión.	Nominal. Si No
		Cree que la capacitación mejora la rentabilidad de su empresa	Nominal: Si No
		Cree que la capacitación mejora la competitividad de la empresa	Nominal: Si No

Variable	Definición conceptual	Definición operacional:	Escala de medición
----------	-----------------------	-------------------------	--------------------

		<b>Indicadores</b>	
Rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.(principal)	Percepción que tienen los propietarios y/o gerentes de las Mypes de la rentabilidad de sus empresas en el periodo de estudio.	Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los últimos años	Nominal: Si No
		Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por el financiamiento recibido	Nominal: Si No
		Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por la capacitación recibida por Ud. Y su personal	Nominal: Si No
		Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por el financiamiento y la capacitación recibidos	Nominal: Si No

**Fuente:** Ruiz (2017).

#### 4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

**Técnica:** La encuesta fue la técnica que se utilizó.

**Instrumentos:** Un cuestionario estructurado de 30 preguntas fue el medio que se utilizó para conseguir un objetivo determinado.

#### **Procedimientos de recolección de datos**

La aplicación del cuestionario y recolección de datos se realizó los siguientes procedimientos:

- Coordinamos con los representantes de las micro empresas.
- Ubicamos un lugar apropiado para la realización de la encuesta.
- Registramos la información obtenida de los encuestados.
- Codificamos la información obtenida de los encuestados.
- Tabulamos la información obtenida de los encuestados.

#### **4.5. Plan de análisis**

Todos los datos obtenidos en la investigación se analizó haciendo uso de la estadística descriptiva, para la tabulación de los datos se tuvo como soporte el programa Excel.

#### 4.6 Matriz de consistencia

Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA		
						TIPO Y NIVEL	POBLACIÓN	INSTRUMENTO
Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.	¿Cuáles son las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017?	<b>GENERAL</b>	Financiamiento	1. Bancos	- Crédito. - Entidades financieras. - Tasa de interés. - Monto del crédito.	Cuantitativo- Descriptivo	La población estará conformada por 30 propietarios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.	Cuestionario de 30 preguntas cerradas
				2. Intereses				
		<b>ESPECÍFICOS</b>	Capacitación	1. Personal	- Trabajadores permanentes - Recibe capacitación.			
				2. Cursos de capacitación	- Nro. de capacitaciones. - Trabajadores son capacitados			
		Rentabilidad	3. Trabajadores	- Trabajadores eventuales - Es importante la capacitación	<b>DISEÑO</b>	No experimental - transversal - retrospectivo - descriptivo	<b>TÉCNICA</b>	<b>ANÁLISIS DE DATOS</b>
	Describir las principales características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.							
		Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.			- Mejoró la rentabilidad.		Se aplicará la técnica de la encuesta	Se hará uso del análisis descriptivo; para la tabulación de los datos se utilizará como soporte el programa Excel.
		Describir las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.			- Mejoró la rentabilidad de su empresa gracias a la capacitación.			
		Describir las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017			- Mejora la rentabilidad de su empresa gracias al financiamiento.			
				1. Financiamiento				
				2. Capacitación				
				3. Año de mejor rentabilidad				

#### 4.7. Principios éticos

- **Principios éticos.**

Koepsell y Ruíz (2016 pp. 8, 94, 98, 102). “Los principios fundamentales y universales de la ética de la investigación con seres humanos son: respeto por las personas, beneficencia y justicia. Los investigadores, las instituciones y de hecho, la sociedad están obligados a garantizar que estos principios se cumplan cada vez que se realiza una investigación con seres humanos, sin que ello se considere como un freno a la investigación sino como un valor científico que actúa en beneficio de la disciplina y la sociedad en general, pues sólo así es posible asegurar el progreso de la ciencia”.

- **Respeto por las personas.**

Todos debemos reconocer la capacidad de las personas para tomar sus propias decisiones, es decir, su autonomía. A partir de su autonomía protegen su dignidad y su libertad.

El respeto por las personas que participan en la investigación (mejor “participantes” que “sujetos”, puesto esta segunda denominación supone un desequilibrio) se expresa a través del proceso de consentimiento informado, que se detalla más adelante.

Es importante tener una atención especial a los grupos vulnerables, como pobres, niños, marginados, prisioneros. Estos grupos pueden tomar decisiones empujados por su situación precaria o sus dificultades para salvaguardar su propia dignidad o libertad.

- **Beneficencia.**

Tener en cuenta que “La beneficencia hace que el investigador sea responsable del bienestar físico, mental y social del encuestado. De hecho, la principal responsabilidad del investigador es la protección del participante. Esta protección es más importante que la búsqueda de nuevo conocimiento o que el interés personal, profesional o científico de la investigación. Nuestras acciones deben ser de buenas intenciones o cuando menos la voluntad de no causar daño a los demás”.

- **Justicia.**

Considerando y teniendo en cuenta “El principio de justicia prohíbe exponer a riesgos a un grupo para beneficiar a otro, pues hay que distribuir de forma equitativa riesgos y beneficios. Así, por ejemplo, cuando la investigación se sufraga con fondos públicos, los beneficios de conocimiento o tecnológicos que se deriven deben estar a disposición de toda la población y no sólo de los grupos privilegiados que puedan permitirse costear el acceso a esos beneficios”. La justicia requiere de imparcialidad y de una distribución equitativa de los bienes. Toda persona debe recibir un trato digno. Los datos se transformaron en una información real, permitiendo costear el acceso a esos beneficios. La justicia requiere de imparcialidad y de una distribución equitativa de los bienes. Toda persona debe recibir un trato digno.

## V. Resultados

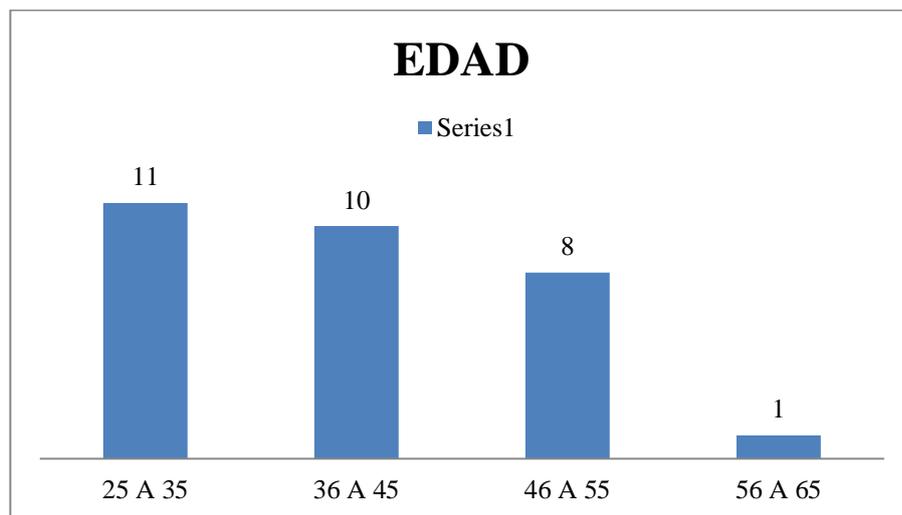
### 5.1. Resultados

Tabla 1

**LA EDAD DE LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO COMPRA Y VENTA DE SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017**

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos		
De 25 a 35 años	11	36,7
De 36 a 45 años	10	33,3
De 46 a 55 años	08	26,7
De 56 años 65 años	01	3,3
Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación



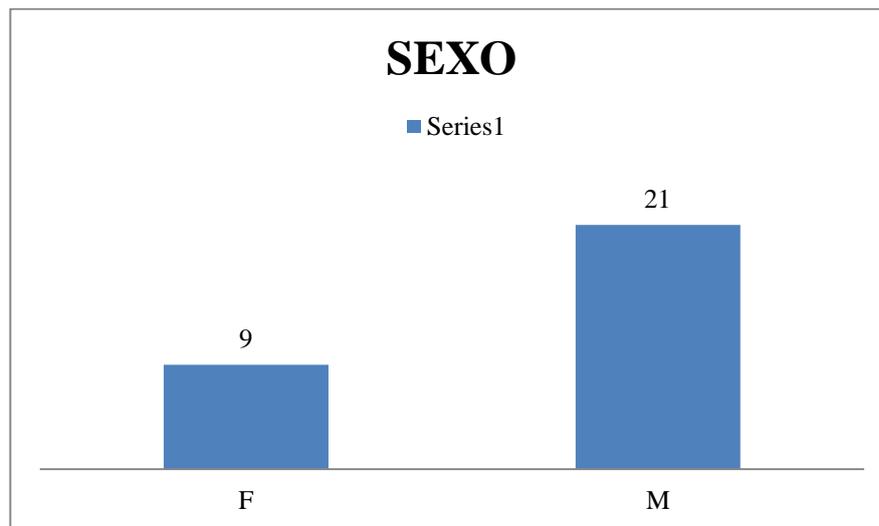
**Gráfico 1: Edad de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.**

**Tabla 2**

**EL SEXO DE LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Masculino	21	70,0
	Femenino	9	30,0
	Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.



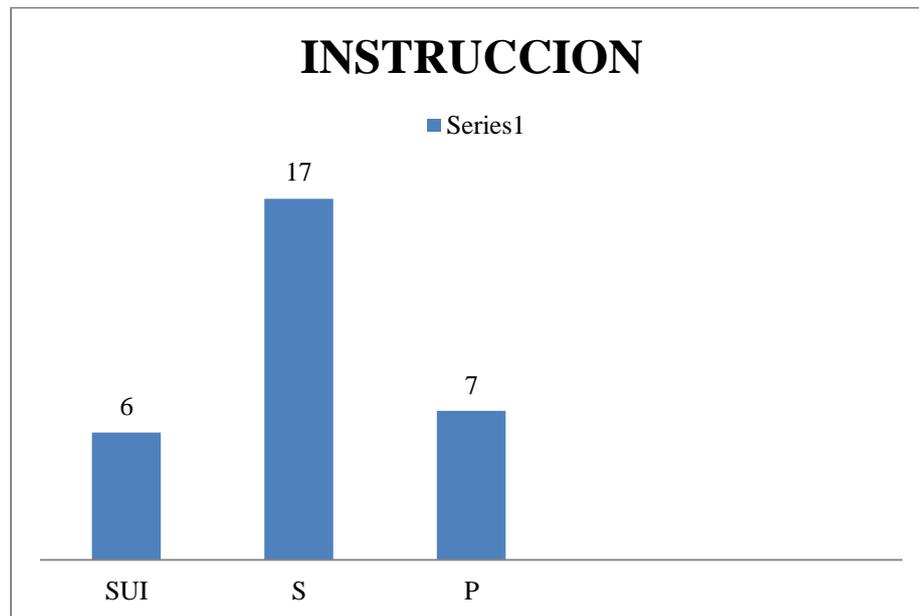
**Gráfico 2: El sexo de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.**

**Tabla 3**

**GRADO DE INSTRUCCIÓN DE LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.**

	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	6	20,0
Secundaria	17	56,7
Válidos Superior universitaria incompleto	7	23,3
Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.



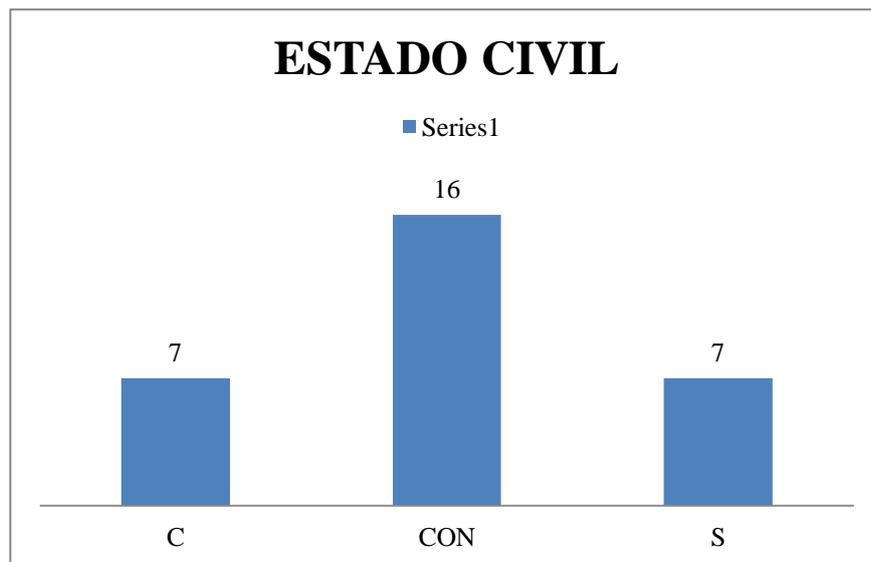
**Gráfico 3: El grado de instrucción de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.**

**Tabla 4**

**ESTADO CIVIL DE LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.**

	Frecuencia	Porcentaje	
Válidos	Soltero	7	23,3
	Casado	7	23,3
	Conviviente	16	53,4
	Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.



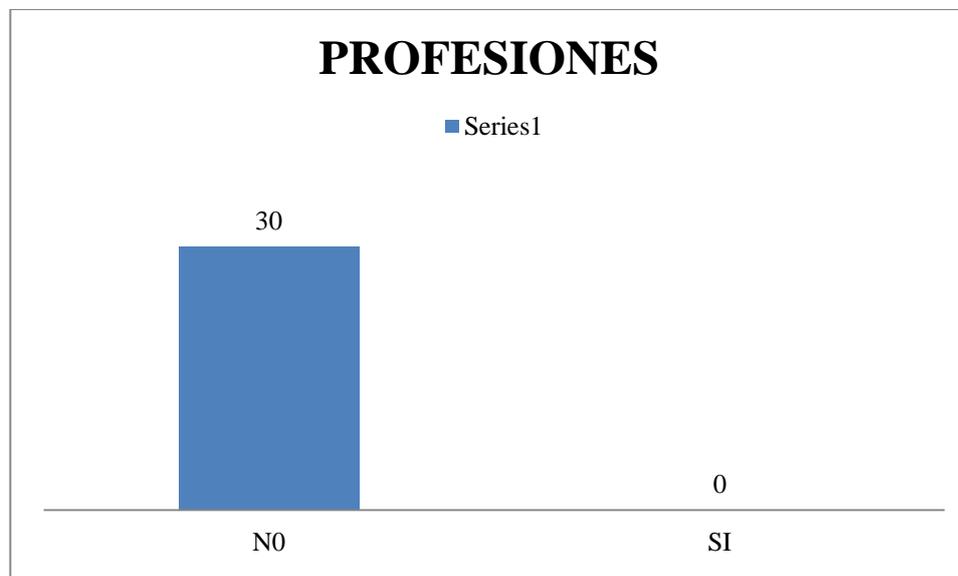
**Gráfico 4: El estado civil de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.**

**Tabla 5**

**PROFESIÓN DE LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.**

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos Ninguno	30	100,0
Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.



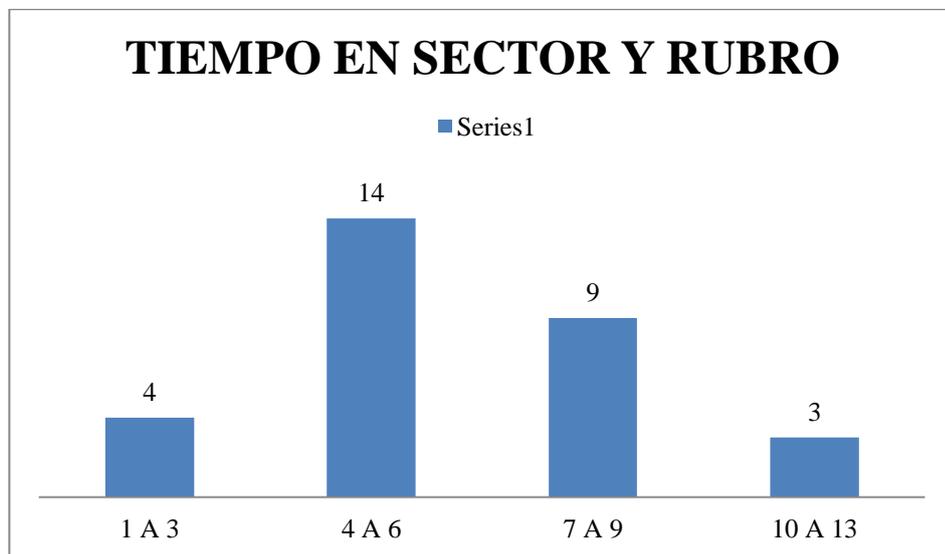
**Gráfico 5: La profesión de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.**

**Tabla 6**

**TIEMPO EN EL SECTOR O RUBRO DE LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.**

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos		
1 a 3 años	4	13,3
4 a 6 años	14	46,7
7 a 9 años	9	30,0
10 a 13 años	3	10,0
Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.



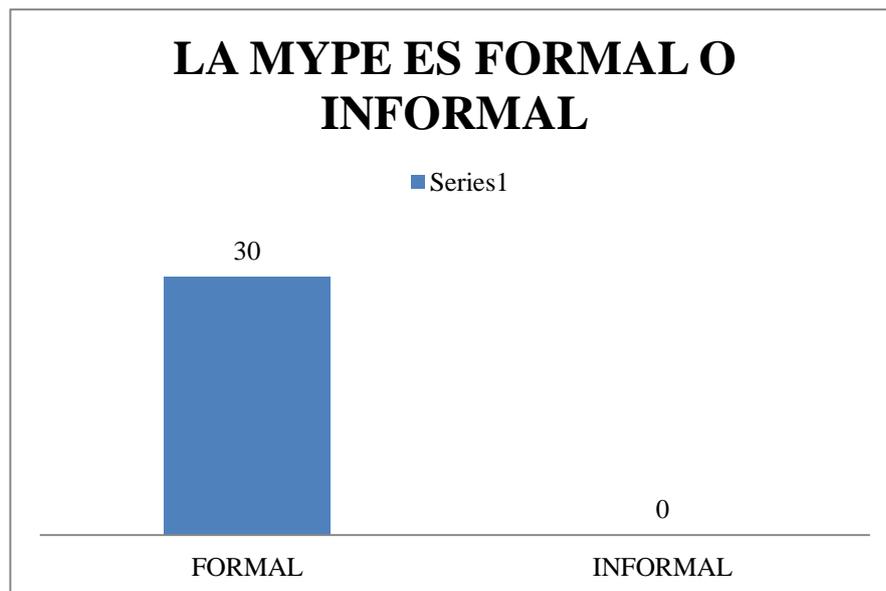
**Gráfico 6: Tiempo en el sector o rubro de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza de Callería, 2017.**

**Tabla 7**

**FORMALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Formal	30	100,0
	Informal	0	0,0
	Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.



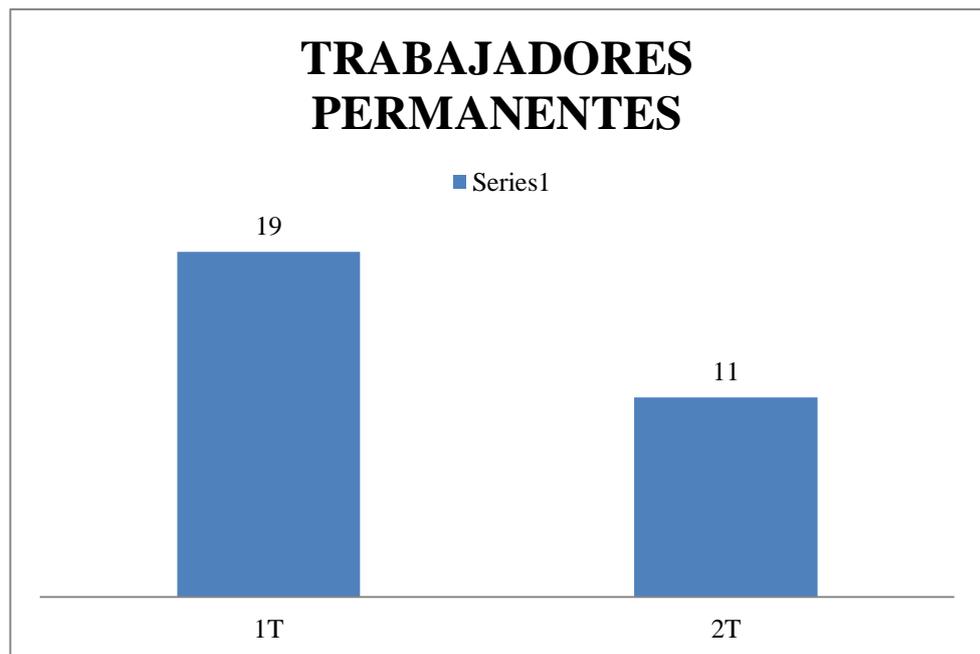
**Gráfico 7: El tiempo en el rubro de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.**

**Tabla 8**

**NÚMERO DE TRABAJADORES PERMANENTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.**

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos De 1 trabajador	19	63,3
De 2 trabajadores	11	36,7
Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.



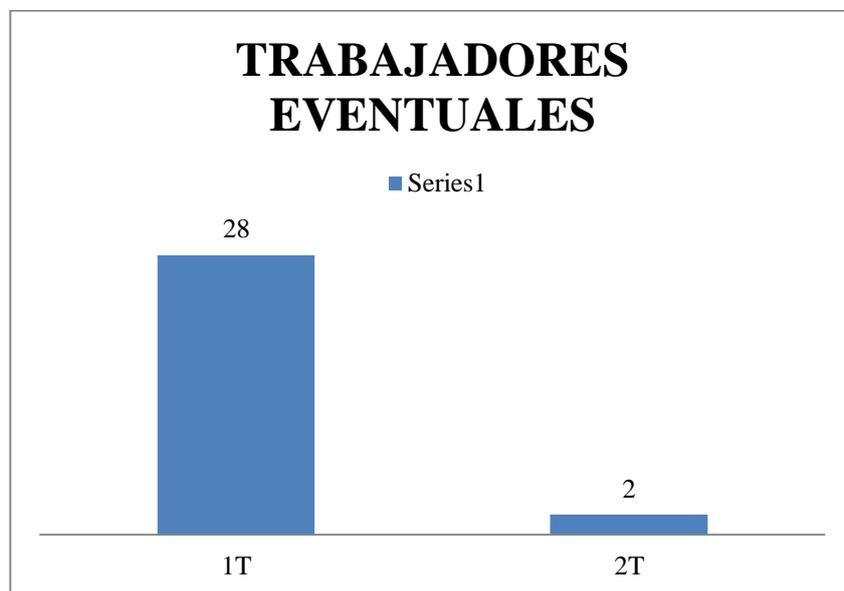
**Gráfico 8: El número de los trabajadores permanentes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.**

**Tabla 9**

**NÚMERO DE TRABAJADORES EVENTUALES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.**

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos De 1 trabajador	28	93,3
De 2 trabajadores	2	6,7
Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.



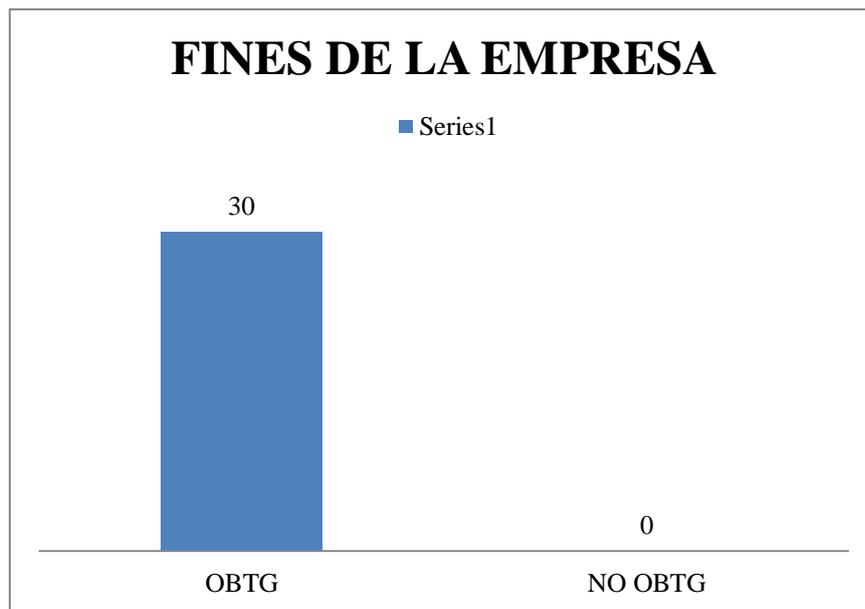
**Gráfico 9: El número de los trabajadores permanentes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.**

**Tabla 10**

**FINES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR  
COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA,  
2017.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Obtener ganancia	30	100,0
	No obtener ganancia	0	0,0
	Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.



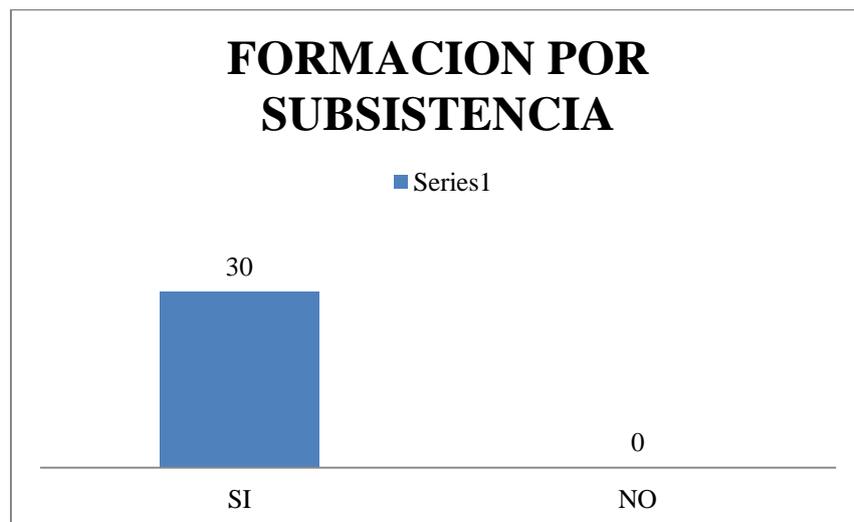
**Gráfico 10: Realiza financiamiento para sus actividades las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.**

**Tabla 11**

**FORMACION POR SUBSISTENCIA DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Subsistencia	30	100,0
	No subsistencia	0	0,0
	Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.



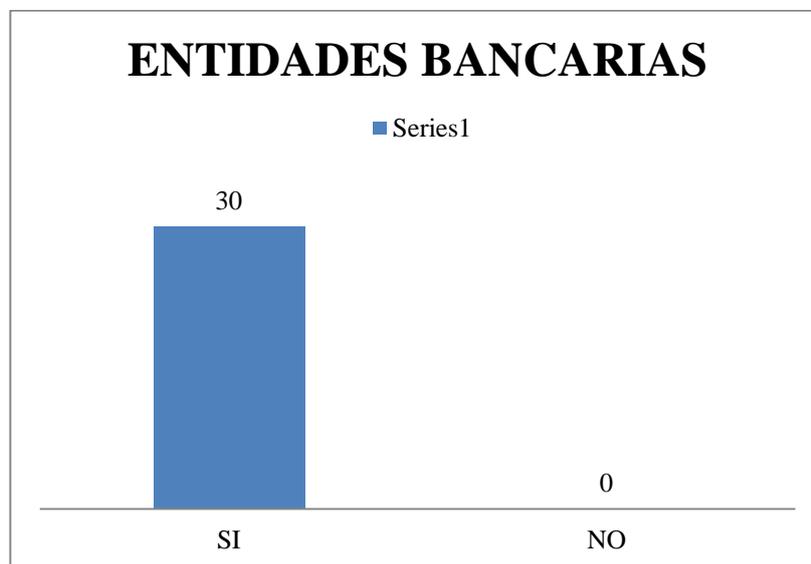
**Gráfico 11: Formación por subsistencia de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.**

**Tabla 12**

**ENTIDADES QUE OBTIENE EL FINANCIAMIENTO PARA LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.**

	Frecuencia	Porcentaje
No realiza financiamiento	0	0,0
Entidades bancarias	0	0,0
Válidos Cajas municipales	30	100,0
Financieras	0	0,0
Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.



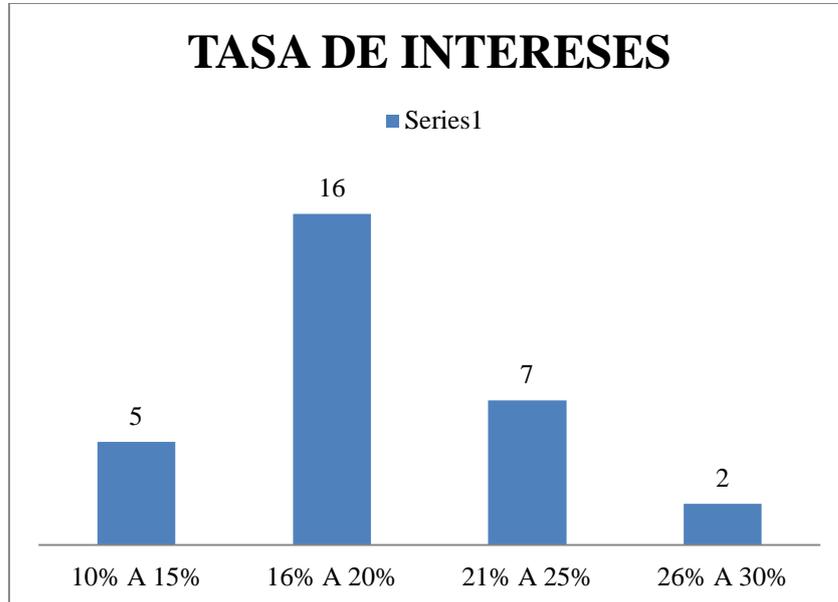
**Gráfico 12: Entidades que obtiene el financiamiento para las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.**

**Tabla 13**

**TASA DE INTERES QUE PAGAN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.**

	Frecuencia	Porcentaje
10% a 15%	5	16,7
16% a 20%	16	53,3
Válidos 21% a 25%	7	23,3
26% a 30%	2	6,7
Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.



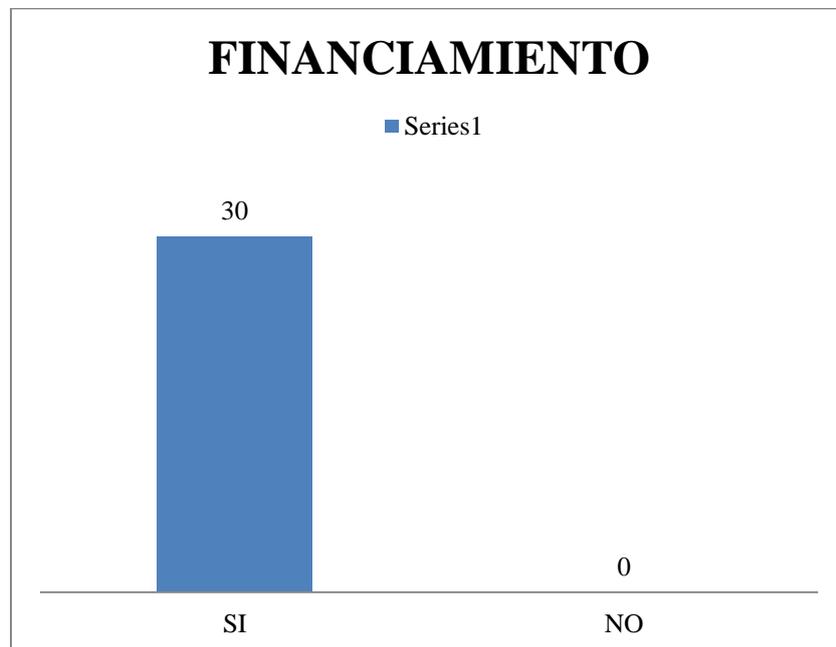
**Gráfico 13: Tasa de interés que pagan las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.**

**Tabla 14**

**ENTIDADES QUE FINANCIAN A LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.**

	Frecuencia	Porcentaje
Cajas municipales	30	100,0
Financieras	0	0,0
Válidos Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.



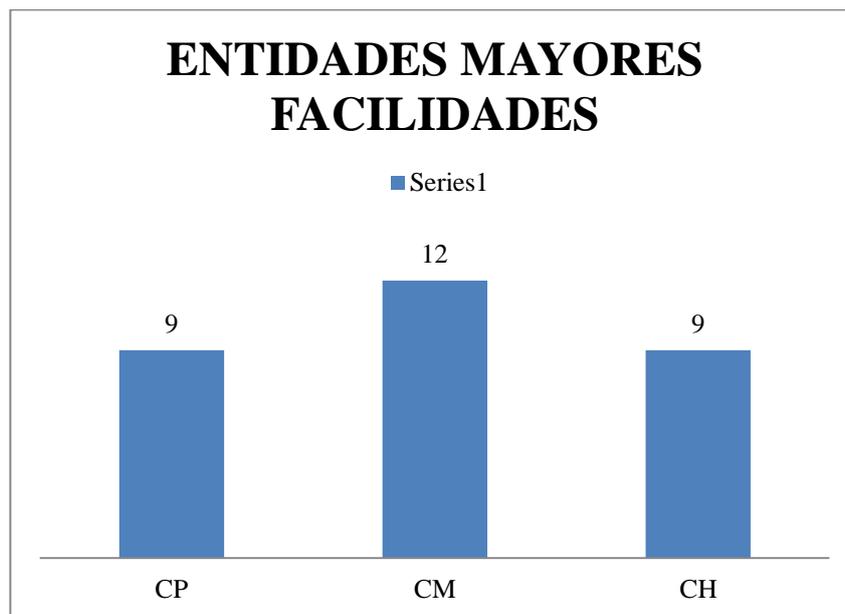
**Gráfico 14: Entidades que financian a las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.**

**Tabla 15**

**ENTIDADES QUE OTORGAN MAYORES FACILIDADES A LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.**

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos		
Caja Maynas	12	40,0
Caja Huancayo	9	30,0
Caja Piura	9	30,0
Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.



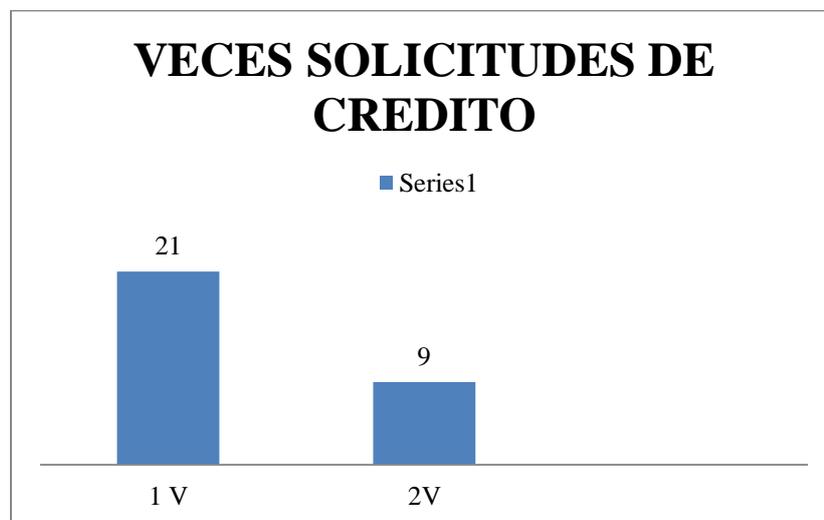
**Gráfico 15: Entidades que otorgan mayor facilidad a las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.**

**Tabla 16**

**CANTIDAD DE VECES QUE SOLICITÓ EL CRÉDITO EN EL AÑO 2017 LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	1 vez	21	70,0
	2 veces	9	30,0
	Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.



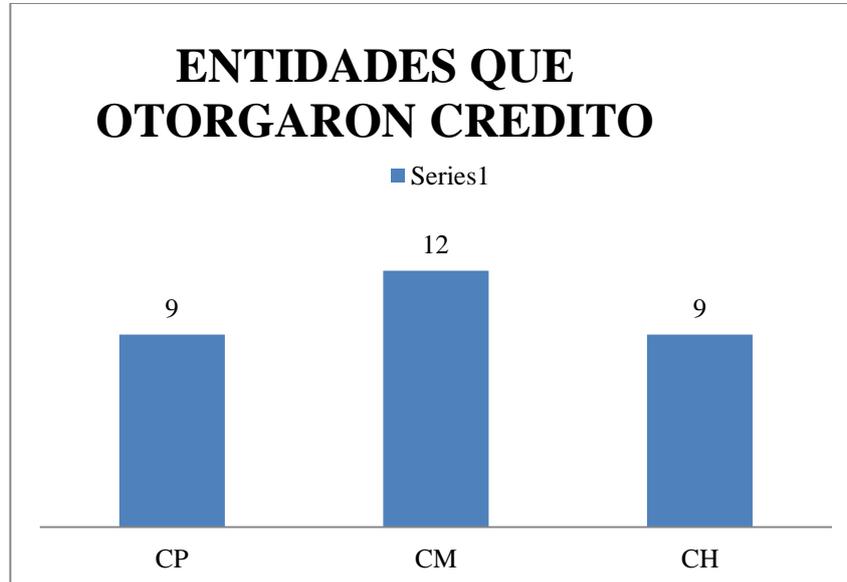
**Gráfico 16: Cantidad de veces que solicitó crédito en el año 2016 las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.**

**Tabla 17**

**ENTIDADES QUE OTORGARON EL CREDITO SOLICITADO A LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.**

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos		
Caja Maynas	12	40,0
Caja Huancayo	9	30,0
Caja Piura	9	30,0
Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.



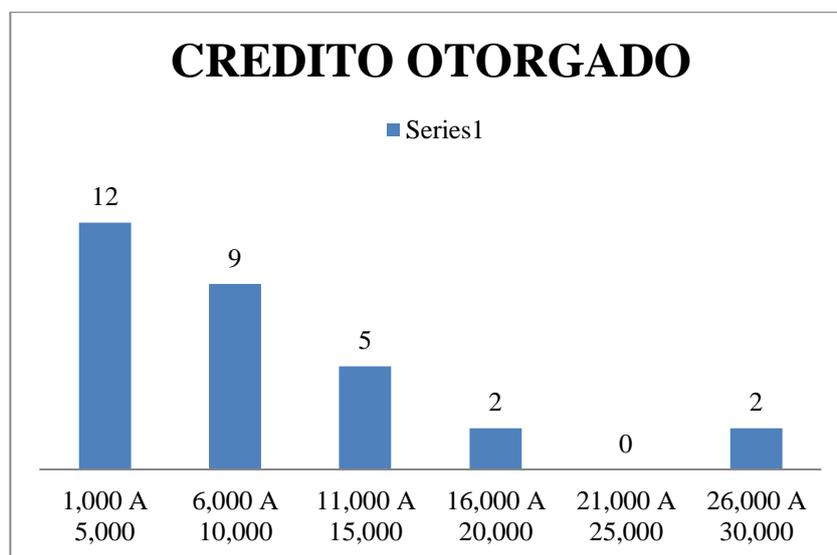
**Gráfico 17: Entidades que otorgaron el crédito solicitado a las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.**

**Tabla 18**

**MONTO DE CREDITOS OTORGADO A LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.**

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos		
1,000 a 5,000	12	40,0
6,000 a 10,000	9	30,0
11,000 a 15,000	5	16,6
16,000 a 20,000	2	6,7
21,000 a 25,000	0	0,0
26,000 a 30,000	2	6,7
Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.



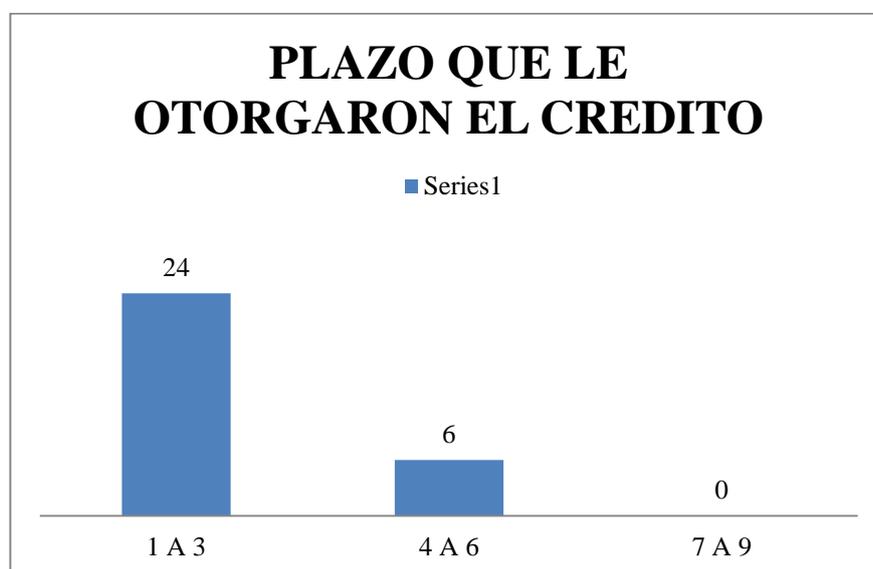
**Gráfico 18: Monto de créditos otorgado a las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.**

**Tabla 19**

**PLAZO QUE LE OTORGARON EL CREDITO A LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.**

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos		
1 a 3 años	24	80,0
4 a 6 años	6	20,0
7 a 9 años	0	0,0
Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.



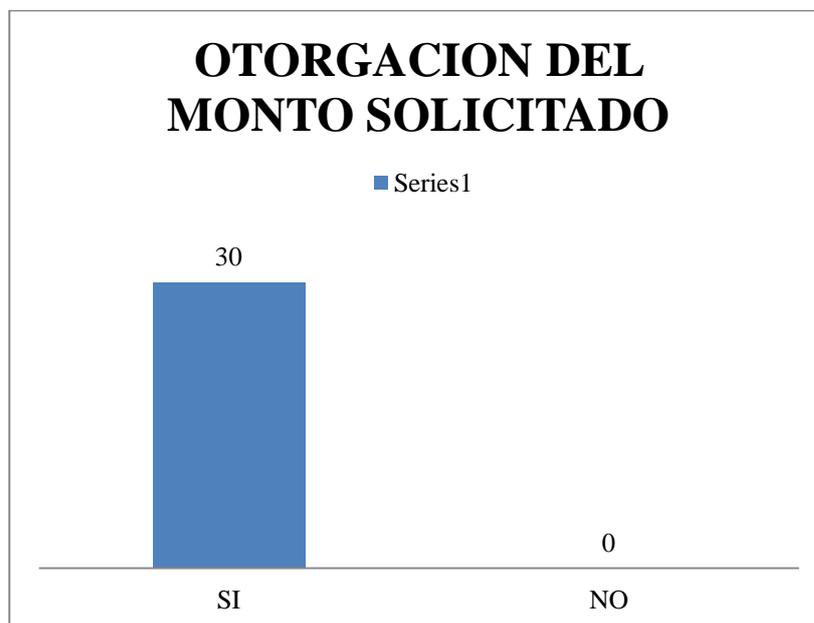
**Gráfico 19: Plazo que le otorgaron el crédito a las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.**

**Tabla 20**

**OTORGACION DE CREDITO SOLICITADOS POR LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	30	100,0
	No	0	0,0
	Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.



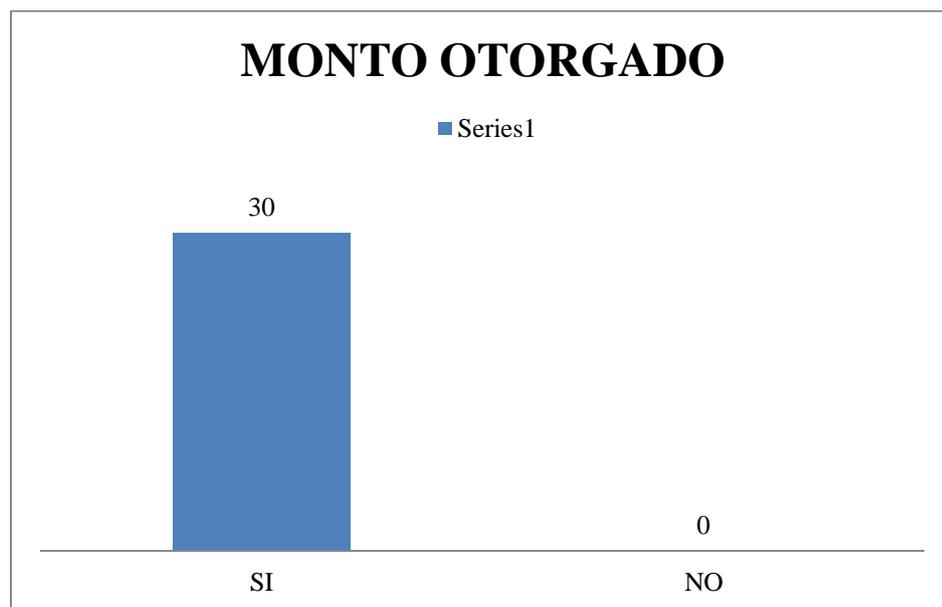
**Gráfico 20: Otorgación del monto solicitados por las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.**

**Tabla 21**

**MONTO OTORGADO DE LOS CREDITOS SOLICITADOS POR LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.**

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos		
Si	30	100,0
No	0	0,0
Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.



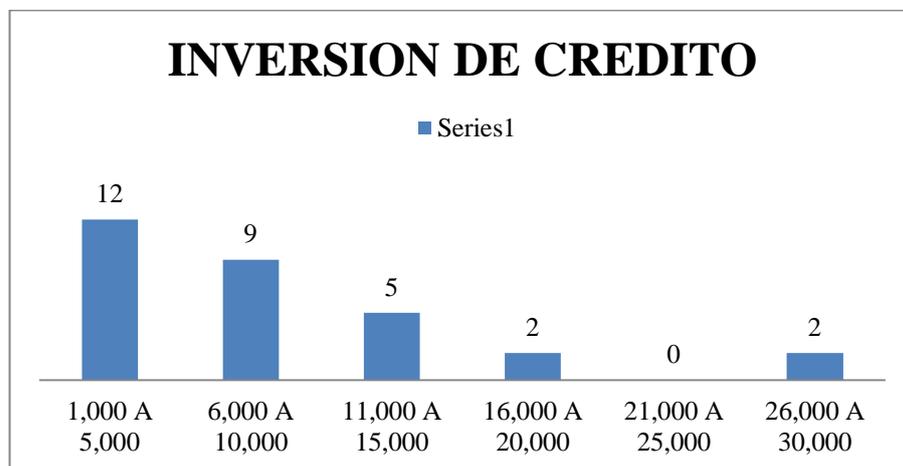
**Gráfico 21: Monto otorgado de los créditos solicitados por las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.**

**Tabla 22**

**INVERSION DEL CRÉDITO OTORGADO LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.**

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos		
1,000 a 5,000	12	40,0
6,000 a 10,000	9	30,0
11,000 a 15,000	5	16,6
16,000 a 20,000	2	6,7
21,000 a 25,000	0	0,0
26,000 a 30,000	2	6,7
Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.



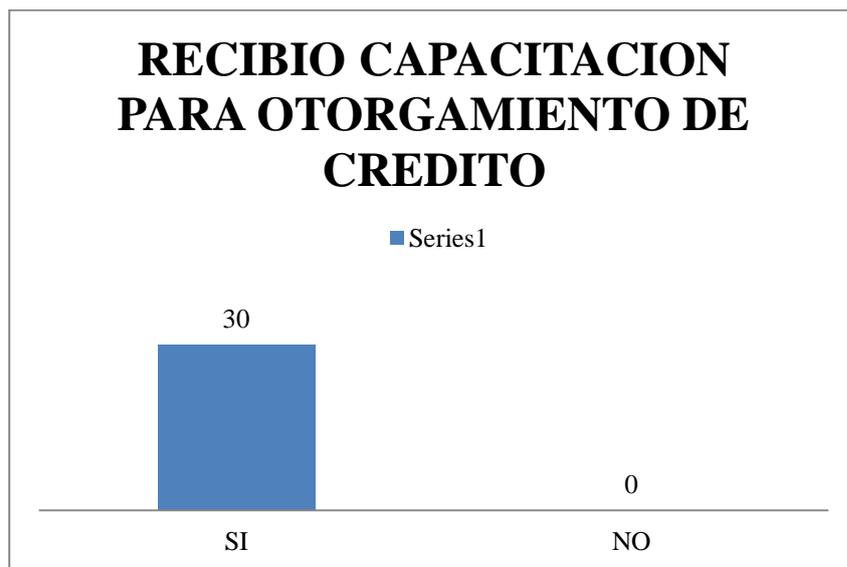
**Gráfico 22: Inversión del crédito otorgado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.**

**Tabla 23**

**RECIBIO CAPACITACION PARA OTORGAMIENTO DE CREDITO DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017**

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos Si	30	100,0
No	0	0,0
Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.



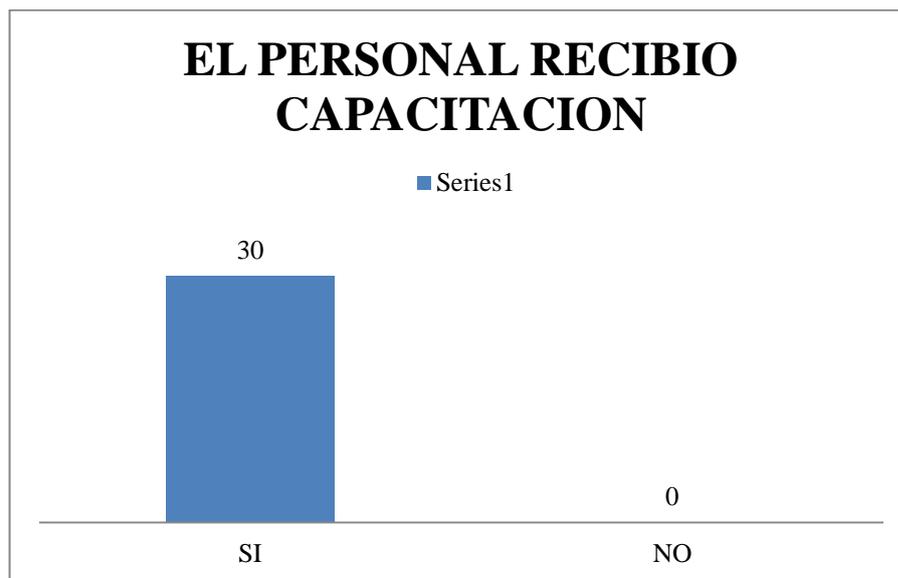
**Gráfico 23: Recibió capacitación para otorgamiento de crédito de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.**

**Tabla 24**

**RECIBIO CAPACITACIONES EL PERSONAL DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	30	100,0
	No	0	0,0
	Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.



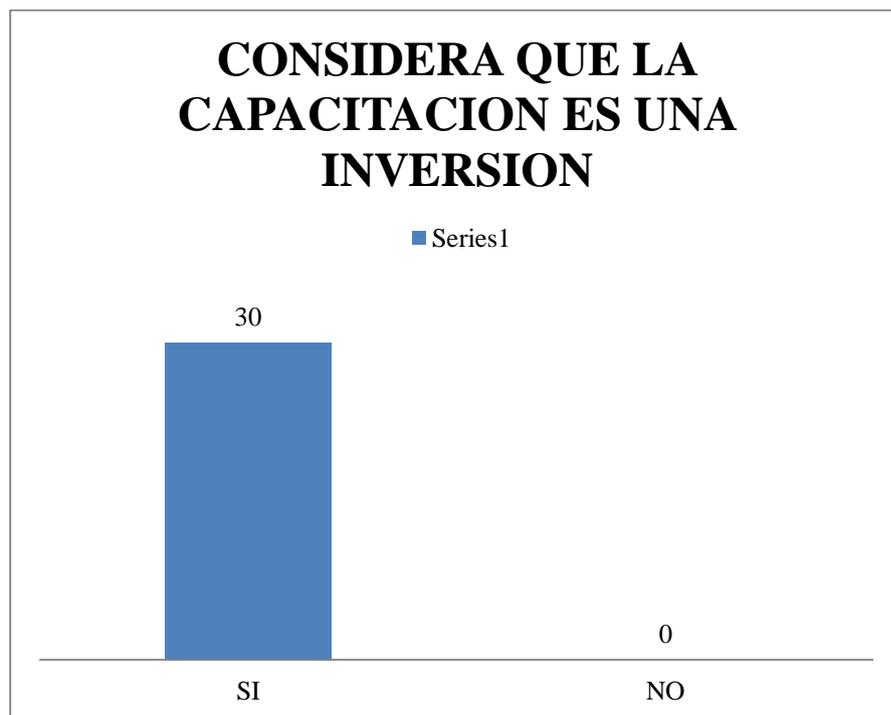
**Gráfico 24: Recibió capacitación el personal de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.**

**Tabla 25**

**CONSIDERA QUE LAS CAPACITACIONES ES UNA INVERSION DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	30	100,0
	No	0	0,0
	Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación



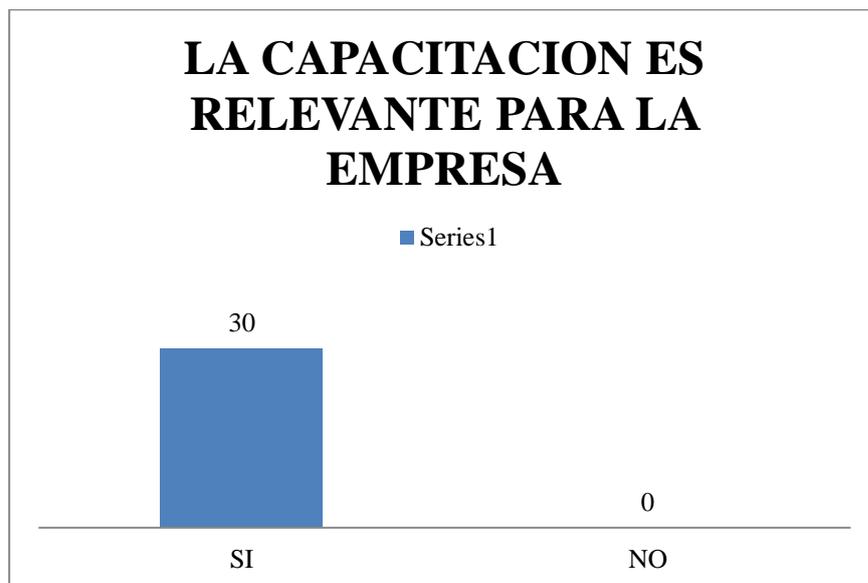
**Gráfico 25: Considera que la capacitación es una inversión de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.**

**Tabla 26**

**LA CAPACITACIÓN ES RELEVANTE PARA LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	30	100,0
	No	0	0,0
	Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.



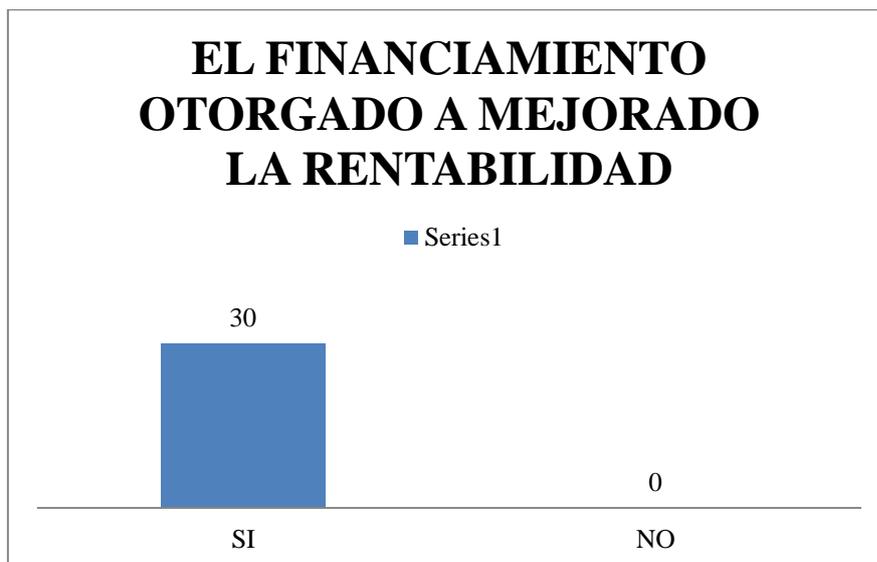
**Gráfico 26: La capacitación es relevante para las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.**

**Tabla 27**

**EL FINANCIAMIENTO OTORGADO A MEJORADO LA RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	30	100,0
	No	0	0,0
	Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.



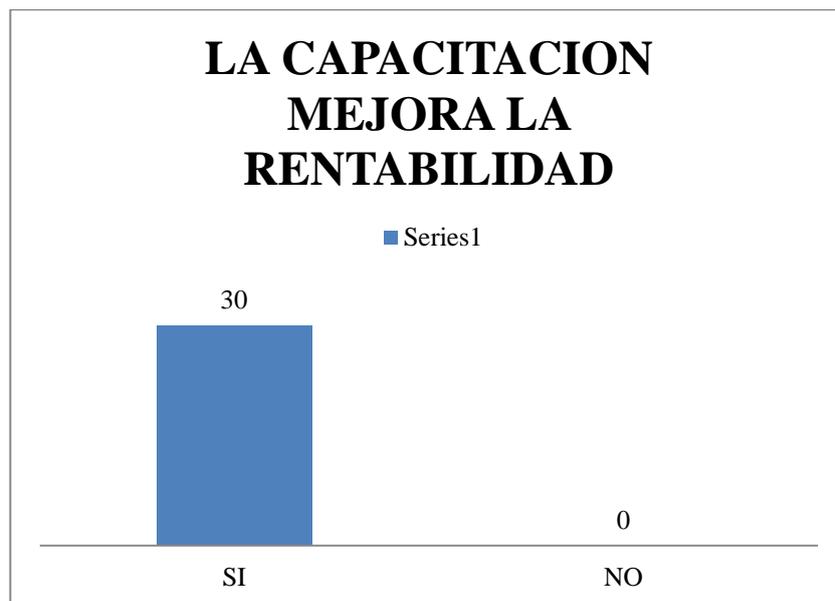
**Gráfico 27: El financiamiento otorgado a mejorado la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.**

**Tabla 28**

**LA CAPACITACIÓN MEJORA LA RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	30	100,0
	No	0	0,0
	Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.



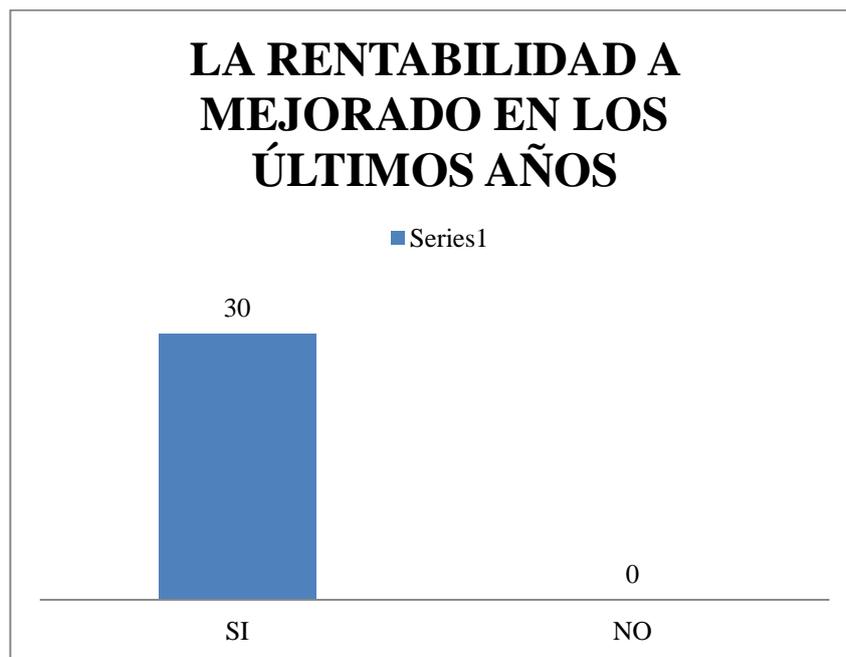
**Gráfico 28: La capacitación mejora la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.**

**Tabla 29**

**LA RENTABILIDAD A MEJORADO EN LOS ÚLTIMOS EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.**

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos Si	30	100,0
No	0	0,0
Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.



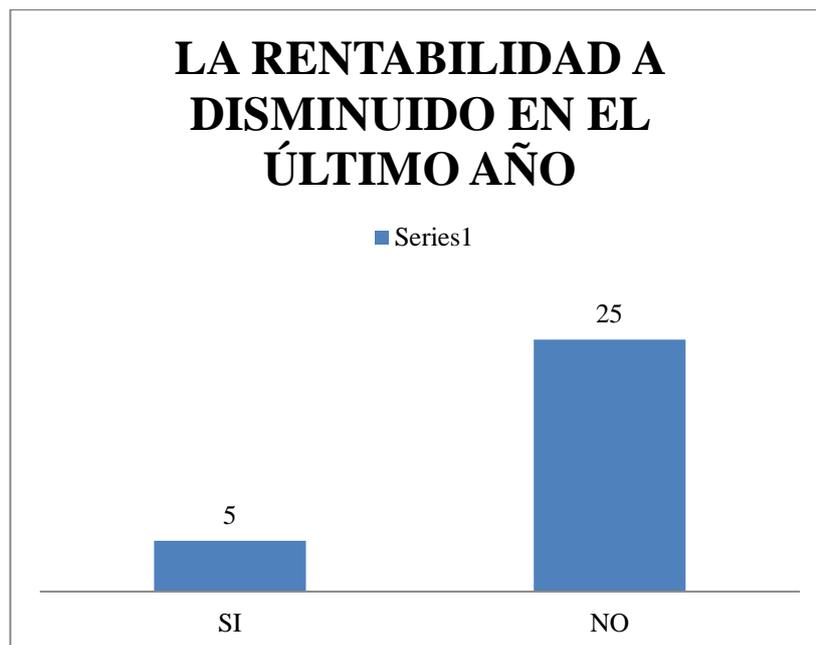
**Gráfico 29: La rentabilidad a mejorado en los últimos años en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.**

**Tabla 30**

**LA RENTABILIDAD A DISMINUIDO EN EL ÚLTIMO AÑO EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO SALÓN DE BELLEZA DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017.**

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos Si	5	16,7
No	25	83,3
Total	30	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.



**Gráfico 30: La rentabilidad a disminuido en el último año en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.**

## **5.2. Análisis de resultados**

- Se puede observar que el 36,7% (11) su edad oscila entre 25 a 35 años de edad; y de 36 a 45 años el 33,3% (10). (Ver Gráfico N° 1).
- El 70,0% (21) mencionan que son de sexo masculino y el 30,0 % (9) son del sexo femenino. (Ver Gráfico N° 2).
- El 20,0% (6) de los representantes encuestados mencionan que tienen estudios primarios; el 56,7% (17) con estudios de secundaria y el 23,3% (7) con estudio superior universitario incompleto. (Ver Gráfico 03).
- El 23,3% (7) afirman que tienen la condición de casados, el 23,3% (7) son solteros, y el 53,4% (16) son convivientes. (Ver Gráfico 04).
- El 100,0% (30) mencionan que no tienen profesión (Ver Gráfico 05).

### **Respecto a las características de las microempresas**

- El 13,3% (4) de los representantes tiene de 1 a 3 años en el rubro, el 46,7% (6) de 4 a 6 años; el 30,0% (9) de 7 a 9 años y el 10,0% (3) de 10 a 13 años. (Ver Gráfico 06).
- El 100,0% (30) mencionan que son formales (Ver Gráfico 07).
- El 63,3% (19) de las empresas tienen de 1 trabajador permanente y el 36,7% (11) tienen 2 trabajadores permanentes. (Ver Gráfico 08).
- El 93,3% (28) de las microempresas tienen de 1 trabajador eventual y el 6,7% (2) tiene 2 trabajadores eventuales. (Ver Gráfico 09).
- El 100,0% (30) de las empresas el motivo de la formación es para obtener ganancias. (Ver Gráfico 10).

- El 100% (30) de las empresas el motivo de la formación es por subsistencia. (Ver Gráfico 11).

### **Respecto al financiamiento**

- El 100% (30) de las microempresas han sido financiados por cajas municipales. (Ver Gráfico 12).
- El 16,7% (5) de los representantes pagan de 10% a 15% de tasas intereses, el 53,3% (16) paga del 16% al 20% de intereses, el 23,3% (7) pagan de 21% a 25% y el 6,7% (2) paga de 26% a 30%. (Ver Gráfico 13).
- El 100,0% (30) de los representantes manifiestan que son financiados por las cajas municipales. (Ver Gráfico 14).
- El 40,0% (12) de los representantes reciben financiamiento de caja municipal Maynas, el 30,0% (9) de caja municipal Huancayo y el 30,0% (9) de caja municipal Piura. (Ver Gráfico 15).
- El 70,0% (21) solicita financiamiento 1 cantidad de veces y el 30,0% (9) solicita financiamiento 2 cantidades de veces (Ver Gráfico 16).
- El 40,0% (12) de las micro y pequeñas empresas solicitaron su financiamiento a Caja Municipal de Maynas, 30,0% (9) de las micro y pequeñas empresas solicitaron su financiamiento a Caja Municipal de Huancayo y el 30,0% (9) de las micro y pequeñas empresas solicitaron su financiamiento a Caja Municipal de Piura. (Ver Gráfico N° 17).
- El 40,0% (12) recibió financiamiento de 1,000 a 5, 000 soles, el 30,0% (9) recibió financiamiento de 6,000 a 10,000 soles, el 16,6 (5) recibió financiamiento de 11,000 a 15, 000 soles, el 6,7% (2) recibió

financiamiento de 16,000 a 20, 000 soles y el 6,7% (2) recibió financiamiento de 25,000 a 30, 000 soles. (Ver Gráfico N° 18).

- El 80,0% (24) mencionan que recibieron crédito para 1 a 3 años y el 20,0% (6) mencionan que recibieron crédito para 4 a 6 años (Ver Gráfico N° 19).
- El 100,0% (30) de las microempresas manifiestan que si les otorgaron el monto solicitado. (Ver Gráfico 20).
- El 100,0% (30) de las microempresas indican que si recibieron el monto del préstamo solicitado. (Ver Gráfico N° 21).
- El 40,0% (12) invirtió el financiamiento de 1,000 a 5, 000 soles, el 30,0% (9) invirtió el financiamiento de 6,000 a 10,000 soles, el 16,6 (5) invirtió el financiamiento de 11,000 a 15, 000 soles, el 6,7% (2) invirtió el financiamiento de 16,000 a 20, 000 soles y el 6,7% (2) invirtió el financiamiento de 25,000 a 30, 000 soles. (Ver Gráfico N° 22).
- El 100,0% (30) de los representantes encuestados si recibieron capacitación sobre el crédito antes de ser otorgados. (Ver Gráfico N° 23).

### **Respecto a la capacitación**

- El 100,0% (30) el personal si recibió capacitación. (Ver Gráfico 24).
- El 100,0% (30) de los representantes consideran como inversión a las capacitaciones (Ver Gráfico 25).
- El 100,0% (30) de los representantes consideran como relevante la inversión en las capacitaciones. (Ver Gráfico 26).

### **Respecto a la rentabilidad**

- El 100,0% (30) de los representantes manifiestan que si el financiamiento recibido ha mejorado la rentabilidad. (Ver Gráfico 27)
- El 100,0% (30) de los representantes manifiestan que la capacitación si ha mejorado la rentabilidad. (Ver Gráfico 28).
- El 100,0% (30) de los representantes manifiestan que la rentabilidad si ha mejorado en los últimos años. (Ver Gráfico 29)
- El 100,0% (30) de los representantes manifiestan que la rentabilidad si ha disminuido en el último año. (Ver Gráfico 30)

## **VI. Conclusiones**

### **Respecto a los empresarios**

- Se concluye indicando que el 36,7% (11) de los encuestados la edad que oscila es entre 25 a 35 años de edad.
- El 70,0% (21) los propietarios son de sexo masculino.
- El 56,7% (17) de los propietarios tienen estudios de secundaria.
- El 53,4% (16) afirman que están en condición de convivientes.
- El 100,0% (30) mencionan que no tienen profesión universitaria.

### **Respecto a las características de las microempresas**

- Los representantes que tienen de 7 a 9 años en el rubro es el 30,0% (9) de los encuestados.
- El 100,0% (30) mencionan que son formales.
- El 63,3% (19) de las empresas tienen 1 trabajador permanente.
- El 93,3% (28) de las microempresas tienen de 1 trabajador eventual.

- El 100,0% (30) de las empresas, el motivo de la formación es para obtener ganancias.
- El 100% (30) de las empresas, el motivo de la formación es para su subsistencia.

### **Respecto al financiamiento**

- El 100% (30) de las microempresas han sido financiados por cajas municipales.
- El 53,3% (16) de los representantes pagan del 16% al 20% de intereses por el financiamiento inmediato.
- El 100,0% (30) de los representantes manifiestan que son financiados por las cajas municipales.
- El 40,0% (12) de los representantes reciben financiamiento de la caja municipal de Maynas.
- El 70,0% (21) solicita financiamiento solo 1 vez.
- El 40,0% (12) de las micro y pequeñas empresas solicitaron su financiamiento a la Caja Municipal de Maynas.
- El 40,0% (12) recibió financiamiento de 1,000 a 5, 000 soles.
- El 80,0% (24) mencionan que recibieron crédito para cancelar de 1 a 3 años.
- El 100,0% (30) de las microempresas manifiestan que si les otorgaron el monto solicitado.
- El 100,0% (30) de las microempresas indican que si recibieron el monto del préstamo solicitado.
- El 40,0% (12) invirtió el financiamiento de 1,000 a 5, 000 soles.

- El 100,0% (30) de los representantes encuestados si recibieron capacitación y/o orientación sobre el crédito antes de ser otorgados.

#### **Respecto a la capacitación**

- El 100,0% (30) el personal si recibió capacitación y actualización en nuevas tendencias.
- El 100,0% (30) de los representantes consideran como inversión a las capacitaciones porque aprenden nuevas técnicas y herramientas de trabajo.
- El 100,0% (30) de los representantes consideran como relevante la inversión en las capacitaciones.

#### **Respecto a la rentabilidad**

- El 100,0% (30) de los representantes manifiestan que, debido al financiamiento recibido ha mejorado su rentabilidad.
- El 100,0% (30) de los representantes manifiestan que la capacitación si ha mejorado la rentabilidad.
- El 100,0% (30) de los representantes manifiestan que la rentabilidad si ha mejorado en los últimos años.
- El 100,0% (30) de los representantes manifiestan que la rentabilidad si ha disminuido en el último año.

#### **Recomendaciones**

##### **Respecto a los empresarios**

- Se sugiere que a este rubro de salón de belleza de las empresas, debido a que existe oportunidad para las personas de temprana edad, puedan aprovechar y aplicar sus visiones de acuerdo a las temporadas de la moda.

- Que los varones continúen apostando y participando en las micro y pequeñas empresas del rubro salón de belleza, ya que no tienen ninguna limitación, por estar en un mundo competitivo y con roles de igualdad.
- Se recomienda seguir formándose profesionalmente, actualizando los equipos, ambientando de acorde a la temporada y finalmente poner en práctica en el rubro de salón de belleza, todos los conocimientos recibidos en las capacitaciones actualizadas.
- Que el trabajo en el rubro de salón de belleza sirva para satisfacer al cliente brindándoles opciones y alternativas de buena imagen, estética y sexy.
- Se recomienda que se formen con un título profesional y le sirva para mejorar su participación en el rubro de salón de belleza.

#### **Respecto a las características de las microempresas**

- Se recomienda que consigan continuidad en el rubro que les permitirá surgir como empresa y siempre existirá la necesidad de cambiar el look.
- Es preciso recalcar la necesidad de tener un trabajador permanente en la empresa.
- Los microempresarios traten de tener la menor cantidad de personal eventual, salvo en ocasiones que amerite (temporadas altas como fiestas de promociones).
- Se recomienda fomentar y aplicar herramientas y métodos que permitan tener una mayor rentabilidad en la empresa.

#### **Respecto al financiamiento**

- Se recomienda contar con un capital propio que permita a la empresa evitar endeudamientos con diferentes entidades de financiamiento.

- Se recomienda que antes de realizar un préstamo estén bien asesorados financieramente y evitar posibles problemas posteriores que se puedan presentar.
- Se recomienda indagar tasas de interés módicas que permitan a la empresa tener solvencia y rentabilidad.
- Se recomienda que los entes financieros deberían brindar las mayores y mejores facilidades para que la empresa pueda surgir.
- Evitar realizar endeudamientos incensarios y que no tengan un fin específico.
- Buscar un buen asesoramiento de que entidades puede darle las facilidades necesarias.
- Se recomienda realizar préstamos a corto plazo que permitan que la empresa evitar endeudamientos largos.
- Se recomienda seguir generando más ideas y aplicar herramientas que permitan seguir teniendo una solvencia económica.
- Se recomienda no realizar préstamos que no se cuenta con el dinero necesario para devolver en los plazos acordados.

### **Respecto a la capacitación**

- Se debe fomentar las capacitaciones en las empresas de acuerdo a las falencias internas que existen.
- Se debe impulsar las capacitaciones en los trabajadores constantemente.
- Se debe adecuar capacitaciones de acuerdo a la necesidad del trabajador y sentirse más actualizado.

### **Respecto a la rentabilidad**

- Se recomienda fomentar capacitaciones en ramas relacionadas con la rentabilidad donde existen algunas falencias.
- Se recomienda al momento de invertir tener una idea clara de los pasos a seguir y las consecuencias que acarrearán posteriormente.

## Referencias bibliográficas

### Bibliografía

- Alvarado Leandro, P. (2017). *El Regimen MYPES Tributario y la Gestión Contable en las Empresas del Sector Combustible en la Ciudad de Huánuco*. Huánuco: UDH.
- Amaya Moncayo, J. (2017). *Modelo para una Reserva Técnica de Liquidez para Entidades Financieras Privadas de Ecuador*. Quito Ecuador: FLACSO Ecuador.
- Aramburu Lazo , C. A., Dávila Alvarado, J. H., Morales Flores, P. M., & Rodríguez Zevallos, K. P. (2017). *SALÓN DE BELLEZA MÓVIL PARA MUJERES DE LIMA METROPOLITANA*. Lima - Perú: Universidad San Ignacio de Loyola.
- areadepymes. (01 de enero de 2005). <https://www.areadepymes.com/?tit=ratios-de-rentabilidad-ratios-del-balance-y-de-la-cuenta-de-resultados&name=Manuales&fid=ej0bcac>.  
Obtenido de <https://www.areadepymes.com/?tit=ratios-de-rentabilidad-ratios-del-balance-y-de-la-cuenta-de-resultados&name=Manuales&fid=ej0bcac>:  
<https://www.areadepymes.com/?tit=ratios-de-rentabilidad-ratios-del-balance-y-de-la-cuenta-de-resultados&name=Manuales&fid=ej0bcac>
- Ayales Báez, E. (2014). *¿Por qué fracasan las pequeñas empresas?* Costa Rica: Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología Costa Rica.
- Betancur Villaorduña, D. (2016). *Caracterización de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de mezcla promocional en las micro y pequeñas Empresas del Sector Servicios rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el Distrito e Huaraz*. Huaraz: ULADECH.
- Bustos García, J. J. (2013). *Fuentes de financiamiento y capacitación en el distrito federal para el desarrollo de micros, pequeñas y medianas empresas*. Mexico: Universidad Nacional Autónoma de Mexico.
- Colchado Aguilar, J. P. (2013). *FINANCIAMIENTO EN LA GESTIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DE MYPES. CASO ROMISA E.I.R.L.* Obtenido de <https://www.google.com/search?client=firefox-b-ab&ei=M-3YW5OSJOqI5wLcs7TYBw&q=http%3A%2F%2Frevistas.uladech.edu.pe%2Findex.php%2Fincrescendo-cienciascontables%2Farticle%2Fview%2F248%2F202.+&oq=http%3A%2F%2Frevistas.uladech.edu.pe%2Findex.php%2Fincrescendo>.

- Definiciones, C. y. (01 de enero de 2017). <https://conceptodefinicion.de/capacitacion/>. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/capacitacion/>: <https://conceptodefinicion.de/capacitacion/>
- Definiciones, C. y. (01 de enero de 2017). <https://conceptodefinicion.de/financiamiento/>. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/financiamiento/>: <https://conceptodefinicion.de/financiamiento/>
- Definiciones, C. y. (01 de enero de 2017). <https://definicion.de/rentabilidad/>. Obtenido de <https://definicion.de/rentabilidad/>: <https://definicion.de/rentabilidad/>
- Delgado Reátegui, J. I. (2017). *GESTIÓN BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS SECTOR SERVICIOS, RUBRO SALÓN SPA, DEL DISTRITO DE CALLERÍA, AÑO 2017*. Pucallpa - Perú: ULADECH.
- Díaz, K. (2016). *Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza y spa del distrito de Yarinacocha*. Tesis, ULADECH, Ucayali, Pucallpa.
- Florián Paredes, J. D. (2011). *ESTUDIO DE PRE FACTIBILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE UN SPA EN LA CIUDAD DE*. Trujillo - Perú: Universidad Privada del Norte.
- García Garzón, J. (2016). *Factores que impiden la Sostenibilidad de las Microempresas en el Sector de comercio en Armenia Quindío*. Armenia - Colombia: Universidad EAFIT.
- García Hurtado, J. (2013). "El ABC de la micro y pequeña empresa". *Teleley*, 432-441.
- González, J. A. (2013). *Evaluación del Impacto de la Facilidad de Liquidez a Plazo*. Santiago de Chile: Universidad Católica Pontificia de Chile.
- González, J. A. (2013). *Evaluación del Impacto de la Facilidad de Liquidez a Plazo*. Santiago de Chile: Universidad Católica Pontificia de Chile.
- Matamala González, J. (2013). *Evaluación del Impacto de la Facilidad de Liquidez a Plazo*. Santiago de Chile: Universidad Católica Pontificia de Chile.
- Medina Vidal, C. J. (2014). *OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS*. Lima - Perú: Universidad San Ignacio de Loyola.
- Ortiz Acevedo, C. (2017). *Plan de Negocios para la Creación del Salón de Belleza y Spa Azul*. Bogotá - Colombia: Universidad Santo Tomás.

- Ponce, K. (2013). Abre una Estética Exprés. *C&C Magazine Revista de Peluquería y Estética*, 2-4.
- PQS, L. V. (10 de Abril de 2017). Mypes: por qué son importantes para la economía peruana. *Mypes: por qué son importantes para la economía peruana*. Lima, Lima , Perú: PQS.
- Sosa Valdés, R. (2014). *EL FINANCIAMIENTO DE LOS MICRONEGOCIOS EN MÉXICO*. UANL. MEXICO: UANL.
- SUNAT. (03 de julio de 2003). <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>. (SUNAT, Editor, SUNAT, Productor, & SUNAT) Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>
- Wikimedia, F. (24 de junio de 2017). [https://es.wikipedia.org/wiki/Rentabilidad\\_econ%C3%B3mica](https://es.wikipedia.org/wiki/Rentabilidad_econ%C3%B3mica). Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Rentabilidad\\_econ%C3%B3mica](https://es.wikipedia.org/wiki/Rentabilidad_econ%C3%B3mica): [https://es.wikipedia.org/wiki/Rentabilidad\\_econ%C3%B3mica](https://es.wikipedia.org/wiki/Rentabilidad_econ%C3%B3mica)
- Wikimedia, F. (26 de Junio de 2017). [https://es.wikipedia.org/wiki/Rentabilidad\\_financiera](https://es.wikipedia.org/wiki/Rentabilidad_financiera). Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Rentabilidad\\_financiera](https://es.wikipedia.org/wiki/Rentabilidad_financiera): [https://es.wikipedia.org/wiki/Rentabilidad\\_financiera](https://es.wikipedia.org/wiki/Rentabilidad_financiera)

**Anexos**

**Definición y Operacionalización De Variables E Indicadores**

<b>Variable Complementaria</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional: Indicadores</b>	<b>Escala de medición</b>
Perfil de los propietarios y/o gerentes de las micro y pequeñas empresas	Son algunas características de los propietarios y/o gerentes de las micro y pequeñas empresas	Edad	<b>Razón:</b> Años
		Sexo	<b>Nominal:</b> Masculino Femenino
		Grado de instrucción	<b>Nominal:</b> Sin instrucción Primaria Secundaria Instituto Universidad

<b>Variable Complementaria</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional: Indicadores</b>	<b>Escala de medición</b>
		Giro del negocio de las micro y pequeñas empresas.	<b>Nominal:</b> Especificar

Perfil de las micro y pequeñas empresas.	Son algunas características de las micro y pequeñas empresas.	Antigüedad de las micro y pequeñas empresas	<b>Razón:</b> Un año Dos años Tres años Más de tres años
		Número de trabajadores	<b>Razón:</b> 01 06 15 16 – 20 Más de 20
		Objetivos de las micro y pequeñas empresas	<b>Nominal:</b> Maximizar ganancias Dar empleo a la familia Generar ingresos para la familia Otros: Especificar

Variable complementaria	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.	Son algunas características relacionadas con el financiamiento de las micro y	Solicito crédito	<b>Nominal:</b> Si
		Recibió crédito	<b>Nominal:</b> Si
		Monto del crédito solicitado	<b>Cuantitativa:</b> Especificar el monto

	pequeñas empresas.	Monto del crédito recibido	<b>Cuantitativa:</b> Especificar el monto
		Entidad a la que solicito el crédito	<b>Nominal:</b> Bancaria No bancaria
		Entidad que le otorgo el crédito	<b>Nominal:</b> Bancaria No bancaria
		Tasa de interés cobrado por el crédito	<b>Cuantitativa:</b> Especificar
		Crédito oportuno	<b>Nominal:</b> Si
		Crédito inoportuno	<b>Nominal:</b> Si
		Monto del crédito: Suficiente Insuficiente	<b>Nominal:</b> Si No
		Cree que el financiamiento mejora la empresa.	<b>Nominal:</b> Si No

<b>Variable</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional: Indicadores</b>	<b>Escala de medición</b>
Capacitación en las micro y pequeñas	Son algunas características	Recibió capacitación antes del otorgamiento del crédito	Nominal: Si No

empresas del sector comercio, rubro salón de del distrito de Callería, 2017.(variable principal)	relacionadas a la capacitación del personal en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.	Número de veces que se ha capacitado el personal de gerencia en los últimos años	Ordinal: Uno Dos Tres
		Los trabajadores de la empresa se capacitan	Nominal: Si No
		Número de veces que se han capacitado los trabajadores de la empresa en los dos últimos años.	Ordinal: Uno Dos Tres Más de tres
		Tipo de cursos en los cuales se capacita el personal de la empresa.	Nominal: Inversión del crédito Marketing empresarial Manejo empresarial
		Considera la capacitación como una inversión.	Nominal. Si No
		Cree que la capacitación mejora la rentabilidad de su empresa	Nominal: Si No
		Cree que la capacitación mejora la competitividad de la empresa	Nominal: Si No

<b>Variable</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional: Indicadores</b>	<b>Escala de medición</b>
Rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de del distrito de Callería, 2017.(principal)	Percepción que tienen los propietarios y/o gerentes de las Mypes de la rentabilidad de sus empresas en el periodo de estudio.	Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los últimos años	Nominal: Si No
		Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por el financiamiento recibido	Nominal: Si No
		Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por la capacitación recibida por Ud. Y su personal	Nominal: Si No
		Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por el financiamiento y la capacitación recibidos	Nominal: Si No

**Fuente:** Ruiz (2017).

### **Técnicas e instrumentos de recolección de datos.**

**Técnica:** La encuesta fue la técnica que se utilizó.

**Instrumentos:** Un cuestionario estructurado de 30 preguntas fue el medio que se utilizó para conseguir un objetivo determinado.

### **Procedimientos de recolección de datos**

La aplicación del cuestionario y recolección de datos se realizó los siguientes procedimientos:

- Coordinamos con los representantes de las micro empresas.
- Ubicamos un lugar apropiado para la realización de la encuesta.
- Registramos la información obtenida de los encuestados.
- Codificamos la información obtenida de los encuestados.
- Tabulamos la información obtenida de los encuestados.

### **Plan de análisis**

Todos los datos obtenidos en la investigación se analizó haciendo uso de la estadística descriptiva, para la tabulación de los datos se tuvo como soporte el programa Excel.

Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA		
						TIPO Y NIVEL	POBLACIÓN	INSTRUMENTO
Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.	¿Cuáles son las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017?	<b>GENERAL</b>	Financiamiento	1. Bancos	- Crédito. - Entidades financieras. - Tasa de interés. - Monto del crédito.	Cuantitativo- Descriptivo	La población estará conformada por 30 propietarios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.	Cuestionario de 30 preguntas cerradas
				2. Intereses				
		<b>ESPECÍFICOS</b>	Capacitación	1. Personal	- Trabajadores permanentes - Recibe capacitación.		<b>MUESTRA</b>	
				2. Cursos de capacitación	- Nro. de capacitaciones. - Trabajadores son capacitados		Estará conformada por 30 propietarios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017.	
		Rentabilidad	3. Trabajadores	- Trabajadores eventuales - Es importante la capacitación	<b>DISEÑO</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>ANÁLISIS DE DATOS</b>	
	Describir las principales características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017. Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017. Describir las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017. Describir las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017		1. Financiamiento 2. Capacitación 3. Año de mejor rentabilidad	- Mejoró la rentabilidad. - Mejoró la rentabilidad de su empresa gracias a la capacitación. - Mejora la rentabilidad de su empresa gracias al financiamiento.	No experimental - transversal - retrospectivo - descriptivo	Se aplicará la técnica de la encuesta	Se hará uso del análisis descriptivo; para la tabulación de los datos se utilizará como soporte el programa Excel.	

## INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS;



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y**  
**ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**Cuestionario aplicado a los dueños, gerentes o representantes legales de las**  
**Micro y Pequeñas Empresas 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, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresa del sector comercio, rubro salón de belleza del distrito de Callería, 2017**”.

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: ...../...../2017

Razón Social:.....RUC N°.....

### **I. DATOS GENERALES DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LAS MYPES:**

1.1 **Edad del representante legal de la empresa:** .....

1.2 **Sexo:** Masculino..... Femenino.....

1.3 **Grado de instrucción:** Ninguno.....Primaria: Completa..... Primaria

.Incompleta..... Secundaria: Completa..... Incompleta.....

Superior universitaria completa (....) Superior universitaria incompleta (....)

Superior no universitaria: Completa.....Incompleta.....

1.4 **Estado Civil:** Soltero...Casado.....Conviviente....Divorciado.....Otros.....

1.5 **Profesión:**.....

1.6 **Ocupación:**.....

### **II. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS MYPES:**

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

2.2 **Formalidad de las Mypes:** Formal (.....) Informal (.....)

- 2.3 Números de trabajadores permanentes.....
- 2.4 Número de Trabajadores eventuales.....
- 2.5 Motivos de formación de la Mype: Obtener ganancias (.....) Subsistencia (.....)

### III. DEL FINANCIAMIENTO DE LAS MYPES:

#### 3.1. **Cómo financia su actividad productiva:**

Con financiamiento propio (autofinanciamiento): (.....)

Con financiamiento de terceros: (.....)

#### 3.2. **Si el financiamiento es de terceros:** A que entidades recurre para obtener financiamiento:

Entidades bancarias (especificar el nombre de la entidad bancaria).....

3.3. Que tasa de interés mensual paga.....

3.4. Entidades no bancarias (especificar el nombre de las entidades no bancarias).....

3.5. Qué tasa de interés mensual paga a entidades no bancarias.....

3.6. Prestamistas o usureros.....

3.7. Qué tasa de interés mensual paga a prestamistas o usureros.....

3.8. Otros (especificar).....

3.9. Que tasa de interés mensual paga.....

#### 3.10. **Qué entidades financieras le otorga mayores facilidades para la obtención del crédito:** Las entidades bancarias (.....) .Las entidades no bancarias (.....) Los prestamistas usureros (.....)

3.11. Los créditos otorgados fueron en los montos solicitados: Si (....) No (....)

3.12. Monto Promedio de crédito otorgado: .....

#### 3.13. **Tiempo del crédito solicitado:**

El crédito fue de corto plazo: (....) Largo plazo: (....)

3.14. **En que fue invertido el crédito financiero que obtuvo:** Capital de trabajo (%).....Mejoramiento y/o ampliación del local (%).....Activos fijos (%).....Programa de capacitación (%).....Otros- Especificar:.....

#### **IV. DE LA CAPACITACIÓN A LAS MYPES:**

**4.1. Recibió Ud. Capacitación para el otorgamiento del crédito financiero:**

Si.....No.....

**4.2 Considera Ud. Que la capacitación como empresario es una inversión:**

Si..... No.....

**4.3 Considera Ud. Que la capacitación de su personal es relevante para su empresa; Si..... No.....**

#### **V. PERCEPCIÓN DE LA RENTABILIDAD DE LAS MYPEs:**

**5.1 Cree que el financiamiento otorgado ha mejorado la rentabilidad de su empresa: Si.....No.....**

**5.2 Cree que la capacitación mejora la rentabilidad de la empresa:**

Si.....No.....

**5.3 Cree Usted que la rentabilidad de su empresa a mejorado en los últimos años:**

Si.....No.....

**5.4 Cree Ud. que la rentabilidad de su empresa ha disminuido en el último año: Si**

(....) No (....)

## FOTOGRAFÍAS

