



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**“CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO, LA
CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD DE LAS
MYPES DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO
IMPORTADORA Y DISTRIBUIDORA DE EQUIPOS Y
REACTIVOS DE LABORATORIO DE ANÁLISIS
CLÍNICOS DEL DISTRITO, PROVINCIA Y REGIÓN
AREQUIPA, PERIODO 2014-2015”**

**INFORME DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR:
BR. RAÚL SABINO MEJÍA MEJÍA**

**ASESOR:
DR. LEONCIO FERNANDO MEDINA PINTO**

**AREQUIPA – PERÚ
2016**

JURADO EVALUADOR DE TESIS

Mgtr. Américo Hurtado Palomino

Presidente

Mgtr. Juan Jesús Vizcardo delgado

Secretario

Mgtr. Juan Mauricio Pilco Churata

Miembro

Dr. Leoncio Fernando Medina Pinto

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios nuestro Señor, por darme la fuerza necesaria para poder culminar con mis objetivos del curso y mi vida diaria.

Al Docente Tutor Dr. Leoncio Fernando Medina Pinto por la guiarme con paciencia, sabiduría y dedicación durante del desarrollo del curso.

A mis amigos compañeros por su apoyo durante el desarrollo de las tutorías donde debatimos temas relacionados a los proyectos de las MYPES.

DEDICATORIA

A mis padres: Por su apoyo incondicional y empuje constante y sus sabios consejos que me hicieron recordar que todo sacrificio tiene su recompensa.

A mis hijos: Que a pesar de los momentos difíciles que pasamos por el tiempo que les quite para seguir esta carrera me dieron la fuerza necesaria para seguir adelante.

A mi novia: Por su amor, apoyo, comprensión y empuje que en todo momento me dio, gracias por compartir momentos especiales.

A mis Hermanos: Por su apoyo incondicional en cada etapa de mi vida.

A la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote y sus docentes: Por los conocimientos, experiencias, guías y consejos adquiridos.

Gracias, porque sin ustedes no hubiera sido posible este logro.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características del Financiamiento, la Capacitación y la Rentabilidad de las MYPES del sector comercio – rubro importadora y distribuidora de equipos y reactivos de laboratorio de análisis clínicos del distrito, provincia y región Arequipa, periodo 2014-2015. La investigación se utilizó un diseño No experimental- transversal porque el diseño de investigación no intentará variar a la realidad ya que se recolecto datos en un solo momento y en un tiempo determinado, para el recojo de la información, se escogió una muestra de 5 MYPES en forma dirigida, se les aplicó un cuestionario estructurado por 4 puntos principales con un total de 13 preguntas, la técnica utilizada para recabar los datos fue la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: El 100% de las MYPES encuestadas son familiares, se observó que la mayoría de las empresas prefirieron un financiamiento de la Banca Comercial formal, A pesar de que el 80% de población no recibieron capacitación para la administración de los créditos otorgados, estos tuvieron éxito en las inversiones realizadas y ello se debió al nivel de instrucción superior con las que cuenta los empresario por consiguiente obtuvieron rentabilidad en sus empresas y llegaron a ser competitivas frente a las grandes empresas corporativas.

Palabras Clave: Rentabilidad y Capacitación

ABSTRACT

The main objective of the research was to determine the main characteristics of the financing, training and profitability of MYPES in the trade sector - import and distribution of equipment and laboratory reagents for clinical analysis in the Arequipa district, province and region, period 2014- 2015. The research was used a non-experimental-transverse design because the research design will not try to vary to the reality since data was collected in a single moment and in a determined time, for the collection of the information, a sample of 5 MYPES In a directed form, a questionnaire was applied structured by 4 main points with a total of 13 questions, the technique used to collect the data was the survey. The following results were obtained: 100% of the MYPES surveyed are familiar, it was observed that most of the companies preferred a formal Commercial Bank financing, although 80% of the population did not receive training for the administration of credits Granted, these were successful in the investments made and this was due to the higher level of education with which the entrepreneur has therefore obtained profitability in their companies and became competitive with large corporations.

Keywords: Performance and Training

CONTENIDO

| | Pág. |
|---|-------------|
| Jurado Evaluador de Tesis | iv |
| Agradecimiento | v |
| Dedicatoria | vi |
| Resumen | vii |
| Abstract | viii |
| Contenido | ix |
| Índice de tablas y figuras | x |
| I. Introducción | 1 |
| II. Revisión de literatura | 5 |
| 2.1 Antecedentes | 5 |
| 2.2 Bases Teóricas | 7 |
| 2.3 Marco Conceptual | 21 |
| III. Metodología | 23 |
| 3.1 Diseño de Investigación | 23 |
| 3.2 Población y Muestra | 23 |
| 3.3 Definición y Operacionalización de Variables | 24 |
| 3.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos | 26 |
| 3.5 Plan de Análisis | 26 |
| 3.6 Matriz de Consistencia | 27 |
| 3.7 Principios Éticos | 31 |
| IV. Resultados | 40 |
| 4.1 Resultados | 40 |
| 4.2 Análisis de resultados | 53 |
| V. Conclusiones | 56 |
| Referencias bibliográficas | 57 |
| Anexos | 59 |

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

| | Pág. |
|--|-------------|
| 1. Respecto a los datos generales del encuestado y de la empresa. | |
| Tabla y Figura 01: Sexo | 40 |
| Tabla y Figura 02: Grado de Instrucción | 41 |
| Tabla y Figura 03: Tipo de Empresa | 42 |
| Tabla y Figura 04: ¿Hace cuánto tiempo se dedica a esta actividad empresarial? | 43 |
| Tabla y Figura Nro. 05: ¿Cuántos trabajadores laboran en su empresa? | 44 |
| 2. Del financiamiento. | |
| Tabla y Figura 06: ¿De qué institución financiera ha obtenido el microcrédito financiero? | 45 |
| Tabla y Figura Nro.07: ¿Cuántas veces al año solicito un micro crédito financiero? | 46 |
| 3. De la Rentabilidad. | |
| Tabla y Figura 08: ¿El micro crédito financiero contribuyo al incremento de la rentabilidad anual de su empresa? | 47 |
| 4. De la Capacitación. | |
| Tabla y Figura Nro. 09: ¿Recibió Usted Capacitación previa para administración del micro crédito financiero? | 48 |
| Tabla y Figura Nro. 10: El Personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación? | 49 |
| Tabla y Figura Nro. 11: ¿En qué años recibió más capacitación? | 50 |
| Tabla y Figura Nro. 12: ¿Considera Ud. como empresario que la capacitación es una inversión? | 51 |
| Tabla y Figura Nro. 13: ¿Considera Ud. Que la capacitación a su personal es relevante para su empresa? | 52 |

I. INTRODUCCIÓN

Las MYPES presentan limitadas capacidades gerenciales, desarticulación empresarial, informalidad, falta de capital oportuno de trabajo, ausencia de planificación estratégica, uso inadecuado de tecnologías, falta de responsabilidad social, ausencia de una óptima mezcla comercial, limitado acceso a la información; factores que han dado origen al crecimiento de problemas que actualmente atraviesan las MYPES en el país, y no solo a nivel nacional, sino también a nivel internacional.

Tantas, L. (2010). El mundo avanza a una velocidad acelerada hacia la globalización de la economía, la cultura y todas las esferas del quehacer de la humanidad, es por ello que, ésta plantea grandes retos a los países y a las micro y pequeñas empresas, en adelante las MYPES, en cuanto a diversos temas, tales como: La generación de empleo, mejora de la competitividad y sobre todo el crecimiento de un país.

Vela, L. (2007). La informalidad también es un reto que debe ser atendido con firmeza, tanto por las propias MYPES como por los diversos organismos públicos y privados. Para ello, hasta la fecha, se han aprobado muchos instrumentos como la Ley 28015 y el Plan Nacional Exportador, Plan Nacional de Competitividad, Plan Nacional de Formalización para la Competitividad y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa, y el Plan Nacional de Ciencia y Tecnología.

Torres, M. (2006). La gran mayoría de las MYPES son informales por no estar registradas como empresas legalmente constituidas ni contribuir al sistema de impuestos. Es posible que un sector seguramente muy pequeño de las MYPES; los profesionales y técnicos independientes que actúan por cuenta propia, reporta ingresos y no es informal.

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2002). En el contexto de competitividad internacional, las MYPES no sólo tienen la necesidad de ser competitivas internamente, sino que la globalización les exige buscar la competitividad externa y consolidarse como un sector de desarrollo sostenido en la

economía, fomentando las alianzas estratégicas, la subcontratación y otros mecanismos que en su conjunto busquen el progreso del sector.

Torres, M. (2006). El sector informal en América Latina puede representar, en términos del porcentaje del producto interno bruto, entre el 67 (Bolivia) y el 20 por ciento (Chile), siendo un valor promedio 41.

Vela, L. (2007). De acuerdo a la información proporcionada por la SUNAT y usando el indicador de ventas brutas, las micro y pequeñas empresas formales a nivel nacional ascenderían a 648,147 empresas y representarían el 98% del universo empresarial formal nacional, conformando el estrato empresarial formal más importante del país.

En el Perú el número de MYPES informales ascendería a 1.8 millones, en comparación con 648,147 MYPES formales. En términos porcentuales, la MYPE formal representaría el 25% de la MYPE total del país, mientras que la MYPE informal el 75%.

Ministerio de la Producción. (2011). En la costa norte, la región La Libertad concentra el 7,1% de las MYPES Formales, seguido de Piura (5,4%), Lambayeque (4,8%), Ancash (4,3%), lo que representa a 40 156 MYPES Formales y Tumbes (1,1%).

En Nuevo Chimbote, la industria panificadora mantiene un flujo de operaciones dinámico y con mucho volumen, por lo tanto se espera que sea una industria bien desarrollada, próspera y competitiva. Necesita, consecuentemente, contar con información confiable, oportuna y fidedigna, la cual permitirá tomar mejores decisiones para la empresa.

Empero, la cabal informalidad de las MYPES, les impedirá desarrollarse en las múltiples actividades del mercado, lo que generará en ellas su fracaso y desaparición, puesto que éstas desconocen las principales características de la formalización y la

competitividad de las MYPES. Por lo anteriormente expresado, el enunciado del problema de investigación es el siguiente: **¿Cuál es la caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio – rubro importadora y distribuidora de equipos y reactivos de laboratorio de análisis clínicos del distrito, provincia y región Arequipa, periodo 2014-2015?**

Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general:

Determinar las principales características del Financiamiento, la Capacitación y la Rentabilidad de las MYPES del sector comercio – rubro importadora y distribuidora de equipos y reactivos de laboratorio de análisis clínicos del distrito, provincia y región Arequipa, periodo 2014-2015.

Para poder conseguir el objetivo general, se han planteado los siguientes objetivos específicos:

1. Determinar las principales características del Financiamiento de las MYPES del sector industria – rubro importadora y distribuidora de equipos y reactivos de laboratorio de análisis clínicos del distrito, provincia y región Arequipa, periodo 2014-2015.
2. Determinar las principales características de la Capacitación de las MYPES del sector industria – rubro importadora y distribuidora de equipos y reactivos de laboratorio de análisis clínicos del distrito, provincia y región Arequipa, periodo 2014-2015.
3. Determinar las principales características de la Rentabilidad de las MYPES y del sector industria – rubro importadora y distribuidora de equipos y reactivos de laboratorio de análisis clínicos del distrito, provincia y región Arequipa, periodo 2014-2015.

Finalmente, la investigación se justifica porque permitirá conocer las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del

sector comercio – rubro importadora y distribuidora de equipos y reactivos de laboratorio de análisis clínicos del distrito, provincia y región Arequipa, periodo 2014-2015.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 ANTECEDENTES

Se han efectuado consultas en diversas bibliotecas especializadas en administración y se logró encontrar los siguientes estudios similares o que han tratado el tema de manera genérica: El estudiante debe buscar y mejorar constantemente los antecedentes.

Estudios oficiales patrocinados por el Gobierno Peruano.

A) Título: “Análisis estratégico de 10 casos MYPE”

Autor: Pro inversión: Agencia de Promoción de la Inversión Privada, Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2006).

Problema Investigado: La educación formal de los promotores, sus estudios superiores o la capacitación o asesoría recibida sobre la Calidad en la Administración durante el desarrollo de su negocio, es reconocida por los microempresarios como un factor imprescindible para el fortalecimiento y la consolidación de sus empresas.

Conclusiones: La principal conclusión es que, a pesar de que muchas de estas empresas empezaron por necesidades personales de sus propietarios, prácticamente sin capital físico y con muy pocos conocimientos sobre negocios, sus promotores han demostrado una dosis inmensa de sentido común, y también una gran dedicación hacia su negocio y, en especial, hacia sus clientes. Cabe destacar la flexibilidad para adaptarse a situaciones cambiantes, y la confianza en sí mismos para resolver cada problema según se presente y no dejar nunca que las dificultades los paralicen.

También se nota un justificado orgullo por los diferentes logros obtenidos y la prioridad que cada uno ha puesto a su superación personal y educación en cuanto a la gestión administrativa de calidad, su paulatina profesionalización y el compartir tanto el esfuerzo como los éxitos con su familia y su personal. Estos son casos de negocios donde fácilmente se demuestra que la iniciativa y las capacidades personales logran

sobreponerse a diversas dificultades por el bajo desarrollo de los mercados, como la escasez de financiamiento especializado o la falta de información comercial. Creemos que siempre, independientemente que se trate de las MYPE o de las grandes empresas, el lograr los objetivos de cada etapa de un proyecto de inversión, dependerá de contar con una gerencia eficiente y eficaz. Si bien indudablemente las necesidades de financiamiento varían en cada negocio según la infraestructura productiva que se requiera, conseguir oportunamente los aportes societarios o los créditos necesarios -en condiciones suficientemente buenas dependerá también de la capacidad del promotor del mismo.

B.) Título: “Competencias necesarias para la creación y gestión exitosa de pequeñas y microempresas en el Perú”.

Autor: Ministerio de Educación, MECEP (Programa especial mejoramiento de la calidad de la educación peruana), Coordinador: Fernando Villarán. (Marzo 2001).

Objetivos del estudio: (i) determinar cuáles son las competencias necesarias para crear y gestionar pequeñas y microempresas (pymes) en cualquier actividad económica con eficiencia, competitividad y éxito; (ii) identificar las carencias y limitaciones que enfrentan los empresarios y empresarias para conducir sus empresas; y, (iii) establecer las orientaciones generales sobre la relación entre la educación formal y la adquisición de competencias básicas para la actividad empresarial.

Fuentes menores.

El heterogéneo mundo de la Pequeña y Microempresa. Néstor Valdivia/GRADE, Revista Gerencia, 30/4/2003.

Mypequeña empresa crece - Guía para el desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa", preparada por Pro-Inversión y Esan. Capítulo 3 Gerenciando una MYPE por Fernando Cillóniz Benavides, Paginas del 102 al 119.

De la bibliografía consultada.

Adicionalmente al final del trabajo se detalla las fuentes bibliográficas consultadas tanto temáticas como guías de investigación las cuales se presentan de manera estructurada en relación a la biblioteca de origen y propiedad de los textos.

Según Pino, en la investigación que realizó menciona notablemente acerca de la relación entre el sector industrial y el tamaño de empresa con las prácticas de la calidad total y el desempeño organizacional. Informa que la gestión de la calidad es un concepto que mejora el desempeño operacional de las organizaciones con relación a las prácticas de la calidad total. Su investigación se extiende a las siete ciudades del Perú que analizó el compromiso gerencial, el enfoque al cliente, administración de la calidad del proveedor, etc. con lo cual obtuvo que la relación de las prácticas y el desempeño varía entre las empresas productoras de servicios y las productoras de bienes, así como entre las pymes y grandes empresas (Pino, 2008).

2.2 BASES TEÓRICAS

La Gestión

La gestión se apoya y funciona a través de personas, por lo general equipos de trabajo, para poder lograr resultados. Con frecuencia se promocionan en la empresa a trabajadores competentes para asumir cargos de responsabilidad, pero si no se les recicla, seguirán trabajando como siempre. No se percatan que han pasado a una tarea distinta y pretenden aplicar las mismas recetas que antaño. Un ejemplo claro son los vendedores, que son promocionados a Jefes de Venta. Fracasarán en su nuevo puesto a menos que asuma nuevas actitudes y adquiriera la formación adecuada. En su antiguo puesto de vendedor sus responsabilidades eran:

Alcanzar el volumen de ventas que se le había fijado.

Organizar su propio tiempo con criterios personales para poder establecer contacto con el mayor número posible de clientes.

Identificar a los clientes importantes que podría necesitar la empresa.

Registrar sus visitas y pasar la información a su inmediato superior.

Pero en su nuevo puesto como Jefe de Ventas ahora es responsable de:

Realizar las previsiones de ventas y cumplir los objetivos presupuestados.

Coordinar el tiempo no solo del personal de su departamento sino también personal administrativo del mismo.

Desarrollar un plan de prospección para alcanzar una mayor cuota de mercado.

Diseñar las acciones promocionales y de publicidad, con los comentarios informaciones tanto para su departamento como para el resto de la organización.

La gestión, se relaciona estrechamente con la naturaleza cambiante del entorno de las empresas, sobre todo, los cambios tecnológicos.

La gestión, siempre deberá centrarse en las personas, sea cual fuere la dimensión de la empresa.

La gestión, debe estar al tanto de los cambios que se puedan producir en la empresa, utilizando todos los elementos para responder a dichos cambios, en beneficio de sus clientes y de la sociedad en general. (Rubio, 2006).

La estructura de la microempresa

En principio, es necesario señalar que la estructura, las funciones y los procedimientos no pueden ser aplicados mecánicamente ni, mucho menos, copiados entre las diferentes microempresas. La estructura es el esqueleto en el que se apoyan todas las decisiones y actividades que tienen lugar en ella. A nivel de microempresa la estructura se suele adaptar a las características del emprendedor que la gestiona, al desarrollo de la empresa y al giro del negocio; es decir; que el diseño organizacional termina por personalizarse en todos sus niveles y para cada una de sus actividades. Cada microempresa deberá determinar el tipo de estructura que le resulte más conveniente en relación con su nivel de desarrollo, actividad, composición interna y

objetivos. Esta estructura organizacional irá cambiando en función de la evolución de la misma lo largo del tiempo. Diseñar una estructura apropiada es el primer paso de la organización empresarial. Este consiste básicamente en:

Asignar a cada empleado tareas individuales.

Establecer o definir las relaciones entre las diferentes personas que deben realizar las tareas establecidas.

Según Barragán, existen cuatro estructuras organizativas básicas: La estructura simple, estructura funcional, estructura divisional y estructura matricial, cada una se adapta a un tamaño y complejidad de los procesos de las empresas empezando por la estructura simple hasta llegar a la matricial.

Una MYPE por lo general utiliza una estructura Básica de organización en la que la cabeza visible tanto en la parte operativa como en la administrativa es siempre el Propietario, esta simplicidad obedece a que el número de personal es reducido no excediendo en la mayoría de los casos de 5 personas y por otro lado a que por la naturaleza de sus operaciones debe ser siempre rápida de tal modo que la capacidad de decisión es frecuentemente compartida entre los empleados y el mismo propietario que delega autoridad. Una característica de la estructura de las MYPES es la multifuncionalidad del personal, ya que es usual ver que las tareas operativas y administrativas se comparten y transfieren entre los empleados permanentemente. (Barragán, 2002).

Técnicas Avanzadas de Gestión de Calidad

Entre las técnicas avanzadas de gestión de calidad se puede mencionar las siguientes:

Benchmarking

El Benchmarking es un proceso en virtud del cual se identifican las mejores prácticas en un determinado proceso o actividad, se analizan y se incorporan a la operativa

interna de la empresa. El Benchmarking como proceso clave de gestión a aplicar en la organización para mejorar su posición de liderazgo necesita de los elementos clave:

- a) Competencia, que incluye un competidor interno y una organización admirada dentro del mismo sector.
- b) Medición, tanto del funcionamiento de las propias operaciones como de la empresa.
- c) Representa mucho más que un análisis de la Competencia, examinándose no sólo la aceptación de la organización, del servicio o producto en el mercado sino las prácticas de negocio de grandes compañías que satisfacen las necesidades del cliente.
- d) Satisfacción de los clientes, entendiendo mejor sus necesidades.
- e) Apertura a nuevas ideas, adoptando una perspectiva más amplia y comprendiendo que hay otras formas, y tal vez mejores, de realizar las cosas.
- f) Mejora Continua, el Benchmarking es un proceso continuo de gestión y automejora.

La Reingeniería de Procesos

La reingeniería de procesos es una técnica en virtud de la cual se analiza en profundidad el funcionamiento de uno o varios procesos dentro de una empresa con el fin de rediseñarlos por completo y mejorar radicalmente.

La reingeniería de procesos surge como respuesta a las ineficiencias propias de la organización funcional en las empresas y sigue un método estructurado consistente en:

- a) Identificar los procesos clave de la empresa.
- b) Asignar responsabilidad sobre dichos procesos a un "propietario".
- c) Definir los límites del proceso.
- d) Medir el funcionamiento del proceso.
- e) Rediseñar el proceso para mejorar su funcionamiento.

Entendiendo que un proceso es un conjunto de actividades organizadas para conseguir un fin, desde la producción de un objeto o prestación de un servicio hasta la realización de cualquier actividad interna. (León, 2009).

Modelos de Calidad

Modelo PDCA (Ciclo de Deming)

Pillou nos explica que uno de los principios básicos de la calidad es la prevención y las mejoras continuas. Esto significa que la calidad es un proyecto interminable, cuyo objetivo es detectar disfunciones tan rápido como sea posible después de que ocurran.

Así, la calidad puede representarse en un ciclo de acciones correctivas y preventivas llamado "ciclo de Deming":

Deming nos presenta su modelo o Ciclo PDCA que:

Consiste en una serie de cuatro elementos que se llevan a cabo sucesivamente, y se llama PDCA porque se refiere a las iniciales del inglés de los siguientes cuatro pasos:

P.- Plan (PLANEAR): Establecer los planes.

D.- Do (HACER): Llevar a cabo los planes.

C.-Check (VERIFICAR): Verificar si los resultados concuerdan con lo planeado.

A.-Act (ACTUAR): Actuar para corregir los problemas encontrados, prever posibles problemas, mantener y mejorar.

Planificar, programar las actividades que se van a emprender. Consiste en analizar, identificar áreas de mejora, establecer metas, objetivos y métodos para alcanzarlos y elaborar un plan de actuación para la mejora.

Desarrollar: (hacer), implantar, ejecutar o desarrollar las actividades propuestas.

En esta fase es importante controlar los efectos y aprovechar sinergias y economías de escala en la gestión del cambio. En muchos casos será oportuno comenzar con un proyecto piloto fácil de controlar para obtener experiencia antes de abarcar aspectos amplios de la organización o de los procesos.

Comprobar, verificar si las actividades se han resuelto bien y los resultados obtenidos se corresponden con los objetivos. Consiste en analizar los efectos de lo realizado anteriormente.

Actuar, aplicar los resultados obtenidos para identificar nuevas mejoras y reajustar los objetivos.

Una vez cubierto el ciclo de mejora se reinicia el proceso puesto que siempre habrá posibilidades para mejorar. (Pillou, 2004).

El Modelo Baldrige

El modelo Malcolm Baldrige lleva el nombre de su creador. El modelo está elaborado en torno a 11 valores que representan su fundamento e integran el conjunto de variables y criterios de Calidad:

- Calidad basada en el cliente
- Liderazgo.
- Mejora y aprendizaje organizativo.
- Participación y desarrollo del personal.
- Rapidez en la respuesta.
- Calidad en el diseño y en la prevención
- Visión a largo plazo del futuro.
- Gestión basada en datos y hechos.
- Desarrollo de la asociación entre los implicados.
- Responsabilidad social.
- Orientación a los resultados

Estos valores han tenido amplias modificaciones a lo largo de los años. En el año 1996 apareció una versión para la educación que se está implantando.

El modelo que se utiliza para la autoevaluación tiene siete grandes criterios que aparecen recogidos en el cuadro siguiente:

1. **Liderazgo:** El concepto de Liderazgo está referido a la medida en que la alta dirección establece y comunica al personal las estrategias y la dirección empresarial y busca oportunidades. Incluye el comunicar y reforzar los valores institucionales, las expectativas de resultados y el enfoque en el aprendizaje y la innovación.

2. **Planificación Estratégica:** Como la organización plantea la dirección estratégica del negocio y como esto determina proyectos de acción claves, así como la implementación de dichos planes y el control de su desarrollo resultado.

3. **Enfoque al Cliente:** Como la organización conoce las exigencias y expectativas de sus clientes y su mercado. Asimismo, en qué proporción todos, pero absolutamente todos los procesos de la empresa están enfocados a brindar satisfacción al cliente.

4. **Información y Análisis**

Examina la gestión, el empleo eficaz, el análisis de datos e información que apoya los procesos claves de la organización y el rendimiento de la organización.

5. **Enfoque al Recurso Humano:** Examinan como la organización permite a su mano de obra desarrollar su potencial y como el recurso humano está alineado con los objetivos de la organización.

6. **Proceso Administrativo:** Examina aspectos como factores claves de producción, entrega y procesos de soporte. Cómo son diseñados estos procesos, cómo se administran y se mejoran.

7. **Resultados del negocio:** Examina el rendimiento de la organización y la mejora de sus áreas claves de negocio: Satisfacción del cliente, desempeño financiero y rendimiento de mercado, recursos humanos, proveedor y rendimiento operacional.

La categoría también examina como la organización funciona en relación con sus competidores. (Universidad de Salamanca, 2009).

La lluvia o tormenta de ideas

La lluvia de ideas o como más se le conoce, el brainstorming, es una técnica mediante la cual un grupo de personas intenta encontrar soluciones a un problema específico, generando ideas de forma espontánea. En 1938 el psicólogo norteamericano Alex Osborn (1948, 1965) fue uno de los pioneros de los métodos para la generación de ideas creativas al poner a punto la técnica del brainstorming (literalmente tormenta de cerebros).

El brainstorming o tormenta de ideas se ha perfeccionado y actualmente se concibe como una técnica para generar ideas generalmente novedosas, en la cual un grupo de personas van exponiendo sus ideas, a medida que van surgiendo una tras otra, de modo que cada cual tiene la oportunidad de ir perfeccionando y comentando las ideas que otros presentan, hasta rescatar las más consistentes. Esta se desarrolla mediante reuniones en donde no se distinguen ni critican las ideas que van apareciendo. Todo está permitido, incluso las ideas más absurdas y desbaratadas que fluyen libremente. Esta atmósfera relajada e informal, libre de todo espíritu crítico, es básica. Los participantes no se han de sentir nunca cohibidos. La evaluación de las ideas generadas se hace posteriormente. De esta forma pone en marcha el flujo de ideas y proporciona al grupo confianza en sí mismo.

El Brainstorming se desarrolla en cinco fases:

1. **Preparación:** Creación de las condiciones para el desarrollo de la reunión y provisión de documentación.

2. **Calentamiento:** Desinhibición y relajamiento del grupo antes de pasar a la sesión oficial de generación de ideas.

Se presenta el tema y se marcan los límites del mismo, de forma que todos los participantes tengan una visión exacta del objetivo de la reunión.

Cada uno de los participantes da una idea, la cual es registrada.

3. **Evaluación:** Toma de decisiones por expertos o con el grupo, basándose en técnicas de consenso.

La tormenta de ideas se desarrolla básicamente por tres métodos (Sociedad Latinoamericana de la Calidad 2002).

1. **No estructurado** (flujo libre) se trata de escoger a un miembro que apunte las ideas que van surgiendo. Se debe de fomentar la creatividad, por ejemplo, construyendo sobre las ideas de otros.
2. **Estructurada**. Igual que la anterior, la diferencia consiste en que cada miembro del equipo presenta sus ideas de forma ordenada (por turno).
3. **Silenciosa**. En este caso, los participantes piensan las ideas y las escriben en un papel.

Posteriormente se intercambian las ideas escritas y se pueden añadir más ideas al papel del otro miembro del equipo.

Esta herramienta es de las más utilizadas actualmente dentro de los sistemas de calidad, potenciando la colaboración entre los miembros de la organización.

Teorías sobre el liderazgo.

Teoría del comportamiento: Identifica los comportamientos que diferencian a los líderes eficaces de los ineficaces.

Liderazgo.

El liderazgo ha sido definido como la "actividad de influenciar a la gente para que se empeñe voluntariamente en el logro de los objetivos del grupo".

John P. Kotter, en su obra "The leadership factor" (1988), dice que el liderazgo se caracteriza por lo siguiente:

1. Concebir una visión de lo que debe ser la organización y generar las estrategias necesarias para llevar a cabo la visión.
2. Lograr una red cooperativa de recursos humanos, lo cual implica un grupo de gente altamente motivado y comprometido para convertir la visión en realidad.

Conforme se consolida la teoría de la administración y de las organizaciones, sobre todo en este siglo, ha cobrado fuerza el estudio del liderazgo como una función dentro de las organizaciones.

En síntesis "el líder es un producto no de sus características, sino de sus relaciones funcionales con individuos específicos en una situación específica."

Aunque todavía se cree que hay líderes natos, partir del estudio del liderazgo dentro de una perspectiva más original se fundamenta la posición de que se pueden crear líderes, con solo reforzar aquellas habilidades de liderazgo necesarias para una organización o situación específica.

La esencia del liderazgo es la influencia. Los estilos de liderazgo representan patrones conductuales de influencia, de cierta constancia en el tiempo que definen la relación entre un líder y sus seguidores. Las definiciones de liderazgo abundan en la literatura, sobre el tema y representan el interés de los investigadores por diferentes aspectos del proceso de liderazgo.

En nuestro estudio, estamos interesados en los estilos de liderazgo preferidos por los microempresarios de nuestra muestra y entendemos el liderazgo como un estilo o patrón de influencia relativamente estable en la relación entre el líder y sus seguidores. (Robbins & Coulter, 2010).

Estilo de Liderazgo Coercitivo (COE).

El liderazgo coercitivo se caracteriza por hacer que los subordinados actúen de acuerdo con las normas del líder para eludir posibles castigos que se les puedan aplicar.

Este tipo de liderazgo ha sido uno de los más comunes a lo largo de la historia. Los líderes coercitivos suelen establecer metas y reglas arbitrarias, limitan el rango de actuación de los subordinados, controlan la información y establecen pautas y reglas

a seguir para evitar castigos. Este estilo de liderazgo suele manifestarse cuando los líderes actúan bajo presión o han perdido su capacidad de recompensa.

En nuestro estudio, la utilización del estilo coercitivo es escasa entre los microempresarios de la muestra.

Estilo de Liderazgo Participativo (PAR).

El liderazgo participativo engloba la utilización de mecanismos que permiten a los subordinados influir en las decisiones del líder, como son consultas, toma de decisiones conjuntas, compartir el poder, descentralizar, o una gestión democrática del grupo.

Estilo de Liderazgo Carismático (CAR).

Son líderes que a través de su visión y su fuerte personalidad, tienen un verdadero impacto en los subordinados. Los resultados del esfuerzo del líder en los seguidores no solo llevan a actuaciones esperadas sino que actúan más allá de lo que se espera de ellos.

El líder carismático desarrolla fuertes relaciones emocionales con sus subordinados que se identifican con el líder, son entusiastas hacia sus ideas, y trabajan duro para apoyarle.

Estilo de Liderazgo Inspiracional (INS).

El liderazgo inspiracional, se basa sobre todo en la comunicación de una visión de futuro atractiva para los subordinados. Esta visión se articula utilizando símbolos para enfocar al subordinado a esforzarse. El líder inspiracional da sentido al trabajo de los subordinados, es entusiasta y contagia el entusiasmo a sus seguidores hacia las metas del grupo. Los líderes inspiracionales saben crear un espíritu de equipo con normas y valores de alto rendimiento y sacrificio personal.

Estilo de Liderazgo Estimulación Intelectual (EST).

El liderazgo de estimulación intelectual enfatiza la innovación de los subordinados al hacerles reflexionar sobre sus creencias, marcos de actuación y estrategias para abordar viejos problemas y tomar decisiones.

Se evita la crítica, sobre todo en público y se anima a que los subordinados tomen riesgos para aumentar su creatividad. Los subordinados son involucrados en el planteamiento de los problemas y la toma de decisiones.

Estilo de Liderazgo Capacitador (CAP).

Este estilo de liderazgo se basa en la dirección por objetivos para la consecución de metas, y su premisa principal es que los objetivos en las tareas pueden aumentar la motivación, si están correctamente fijados y bien dirigidos.

El líder capacitador siempre involucra a sus subordinados en el proceso de establecimiento de metas, bien estableciendo sub-metas o en la determinación de las estrategias a seguir para alcanzar las metas. Este estilo de liderazgo también incluye otorgar apoyo, alentar y desarrollar a los subordinados.

Estilo Liderazgo Transaccional.

El líder transaccional se centra en la administración de recompensas y castigos a sus subordinados para motivarles y orientarles en sus trabajos.

El líder transaccional define su relación con los subordinados en términos transaccionales y de intercambio. Para que este estilo de liderazgo sea efectivo, el líder debe tener acceso a recursos valorados por los seguidores.

A largo plazo, sin embargo, necesita de refuerzos continuos para mantener la motivación de los subordinados.

Estilo Liderazgo Visionario.

El término liderazgo visionario describe a alguien que utiliza su carisma y cualidades personales para hacer suscitar aspiraciones y obtener el compromiso de los subordinados.

El líder visionario actúa como modelo de conducta para los subordinados y establece relaciones emocionales con ellos. Los subordinados se identifican con el líder y manifiestan una motivación y un rendimiento extraordinario especialmente en contextos de innovación y cambio. Los líderes visionarios suelen tener pensamiento estratégico, actitudes de emprendedores y muy buenas habilidades de comunicación.

Beneficios que aporta el sistema de gestión de calidad.

Los beneficios que aporta un Sistema de Gestión de Calidad podemos enfocarlos como los beneficios propios para la organización en sí y beneficios para los clientes:

- Beneficios para la propia organización que implanta una gestión basada en la Iso 9001.
- Se generan mejoras en los procesos: La mejora de procesos, documentación normas, manuales, organización, formación se traduce en que los elementos están mejor organizados, todos saben que tienen que hacer, los inputs de un proceso están enlazados con los outputs del proceso precedente, todo ello conlleva a un aumento de la productividad.
- Se mejora la organización interna, al establecerse una comunicación más fluida, con responsabilidades y objetivos de calidad establecidos.
- Incremento de la rentabilidad, esto es consecuencia de los puntos anteriores que posibilitan menores costos y también es consecuencia de la mayor confianza que genera en los clientes, como consecuencia de aportar mayor calidad en los productos y servicios.

- Mejora la capacidad de respuesta y flexibilidad ante las oportunidades cambiantes del mercado. El reto de las organizaciones es ser capaz de anteponerse a las necesidades del mercado, los mercados están muy fragmentados, al igual que los clientes, innovaciones tecnológicas constantes cambian las estructuras. Reducir el tiempo de producción y comercialización de productos / servicios, hay que anticiparse a las necesidades de los clientes, la enorme competencia premia a quien se anticipa. Las empresas tienen que buscar el conocer a los clientes (el enfoque al cliente no es nada fácil, por cierto), tener conocimiento importante del mercado y una organización que le permita una respuesta ágil y rápida, a las nuevas necesidades.

- Mejora la motivación y el trabajo en equipo, lo que da mayores posibilidades de alcanzar metas y objetivos de calidad propuestos. Es necesaria la formación, el desarrollo del liderazgo en los directivos, lo que permite una capacidad de cambio y esfuerzo, desarrollar el corporativismo. Han pasado los tiempos de bonanza, de crecimiento fácil, ahora las empresas se enfrentan a un crecimiento moderado y el sistema de gestión de la calidad posibilita esa confianza aportando las bases que permitan mantener un crecimiento de ingresos a la vez que una reducción de costes y un aumento de la productividad.

Beneficios para los clientes, que inspira la ISO 9001

- Mejora de la imagen de la empresa al demostrar que la satisfacción del cliente es la principal preocupación de la empresa.
- Refuerza la confianza del cliente, al observar que la empresa suministra los productos acordados y los servicios pactados con calidad.
- Consecuencia de lo anterior es una mejor posición en el mercado.
- Aumenta la fidelidad de los clientes, el boca a boca (abc,2010).

2.3 MARCO CONCEPTUAL

En la actualidad las micro y pequeñas empresas de los sectores comercio, servicio y producción de la Provincia del Santa. Chimbote actúan de forma empírica, aunque conocen de parte de muchos medios de comunicación de los cuales reciben información de cómo organizar su negocio y gestionar las actividades diarias por medio de amigos, familiares que han tenido alguna asesoría, o por televisión o por internet, tips de como dirigir la tesorería y el manejo del recurso humano. La mayoría lleva una contabilidad simple y empírica, para solo determinar las ganancias que obtendrán pues su único enfoque es la venta.

Las MYPES a la vista del estado son necesarias para que éstas en su etapa de creación estén formalizadas; pero al generarse los primeros años de crecimiento es duro y crítico la formalización fue producto de una etapa posterior.

La formalización de las MYPES debe darse una cuestión paulatina, esto conllevaría a que la creación sea por hitos e intereses de desarrollo comercial.

En el aspecto de decoración de interior del negocio, hay una buena estructura de la parte de ambiente y posición de los productos y accesorios, como también en el diseño arquitectónico. Las MYPES en lo que es objetivos y crecimiento organizacional no existe un desarrollo de objetivos.

Las MYPES en el desarrollo del manejo de precios es interesante ver, ya en el momento de la venta pueden ofrecer descuentos flexibles pues existe una pequeña negociación.

La visión es 100% al bienestar y satisfacción de los clientes. Satisfacción de los clientes en cada compra que realizan. Sin embargo no existe un sistema de retención de clientes.

Enfoque al Cliente: Como la organización conoce las exigencias y Expectativas de sus clientes y su mercado. Asimismo, en qué proporción todos, pero absolutamente todos los procesos de la empresa están enfocados a brindar satisfacción al cliente.

Planificación Estratégica: Como la organización plantea la dirección estratégica del negocio y como esto determina proyectos de acción claves, así como la implementación de dichos planes y el control de su desarrollo.

Liderazgo: El concepto de Liderazgo está referido a la medida en que la alta Dirección establece y comunica al personal las estrategias y la dirección empresarial y busca oportunidades. Incluye el comunicar y reforzar los valores institucionales, las expectativas de resultados y el enfoque en el aprendizaje y la innovación.

III. METODOLOGÍA

3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

Para desarrollar el presente trabajo de investigación se utilizó un diseño No experimental - transversal porque el diseño de investigación no intentará variar a la realidad ya que se recolecto datos en un solo momento y en un tiempo determinado.

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

Está conformada por las empresas distribuidoras ubicadas en el mercado de Arequipa y que suman un total de 5 empresas, haciendo un universo general de 5 empresarios, lo que representa el 100% de la población, (<http://www.regionarequipa.gob.pe/index.php/gerencias>)

Muestra

Se trabajó con una muestra de 5 MYPES del Sector Comercio – Rubro importadora y distribuidora de equipos y reactivos de laboratorios de análisis clínicos, ubicadas en el distrito y provincia de Arequipa, las cuales fueron seleccionadas de forma dirigida. Unidad de análisis: Representante de cada MYPE.

3.3 DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

| Variable Principal | Definición Conceptual | Definición Operacional: Indicadores | Escala de Medición |
|--|--|--|---------------------------|
| Respecto a los representantes legales de las MYPES | Algunas características generales del encuestado y de la empresa | Sexo 1 | Nominal |
| | | | Masculino |
| | | | Femenino |
| | | Grado de Instrucción 2 | Nominal |
| | | | Secundaria |
| | | | Superior Universitaria |
| | | Tipo de Empresa 3 | Nominal |
| | | | Familiar |
| | | | Corporativa |
| | | ¿Hace cuánto tiempo se dedica a esta actividad empresarial? 4 | Razón |
| | | | 01 año |
| | | | 02 años |
| 03 años | | | |
| ¿Cuántos trabajadores laboran en su empresa? 5 | Razón | | |
| | Dos | | |
| | Tres | | |
| | Más de tres | | |
| Financiamiento de las MYPES | Algunas características financieras que accedieron las MYPES | ¿De qué institución financiera ha obtenido el microcrédito financiero? 6 | Nominal |
| | | | Banca Comercial |
| | | En promedio ¿Cuántas veces al año solicito un micro crédito financiero? 7 | Razón |
| | | | 1 vez |
| | | | Más de 2 veces |
| | | | |
| Rentabilidad de las MYPES | Algunas características de la rentabilidad de las MYPES | ¿El micro crédito financiero contribuyo al incremento de la rentabilidad anual de su | Nominal |
| | | | SI |
| | | | NO |

| | | | |
|---|---|--|----------------|
| | | empresa? 8 | |
| Capacitación en las MYPES | Algunas características de capacitación a la que accedieron las personas de estas MYPES | ¿Recibió Usted Capacitación previa para administración del micro crédito financiero? 9 | Nominal |
| | | | SI |
| | | | NO |
| | | El Personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación? 10 | Nominal |
| | | | SI |
| | | | NO |
| | | ¿En qué años recibió más capacitación? 11 | Razón |
| | | | 2014 |
| | | | 2015 |
| | | ¿Considera Ud. como empresario que la capacitación es una inversión? 12 | Nominal |
| | | | SI |
| | | | NO |
| ¿Considera Ud. Que la capacitación a su personal es relevante para su empresa? 13 | Nominal | | |
| | SI | | |
| | NO | | |

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Técnica: En el presente trabajo de investigación se aplicó una encuesta.

Instrumento: El instrumento utilizado para recabar los datos fue un cuestionario. El Cuestionario estuvo estructurado por 4 puntos principales con un total de 13 preguntas, las cuales están distribuidas en 5 preguntas relacionadas a los datos generales del empresario y la empresa, 2 preguntas relacionadas al financiamiento, 1 pregunta relacionada a la rentabilidad y 5 preguntas relacionadas a la capacitación del empresario.

3.5 PLAN DE ANÁLISIS

Una vez recabado los datos a través de la aplicación de encuestas se procedió a ingresarlos a una base de datos para ser procesados haciendo uso del programa informático Microsoft Excel.

Los resultados se presentan en tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales (%) con sus respectivas figuras estadísticas. Se realizó un análisis descriptivo de las variables en estudio.

3.6 MATRIZ DE CONSISTENCIA

| Problema | Objetivos | Variables | Población y Muestra | Metodología y Diseño de la Investigación | Instrumento y Procedimiento |
|---|--|---|---|---|---|
| ¿Cuáles son las principales Características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio – rubro distribuidora de Material y Reactivos de Laboratorio de Análisis Clínicos del Distrito, Provincia y Región Arequipa, periodo 2014-2015 | Objetivo general Describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio rubro distribuidora de Material y Reactivos de Laboratorio de Análisis Clínicos del Distrito, Provincia y Región | Financiamiento de las MYPES. Rentabilidad de las MYPES. Capacitación en las MYPES | Población Está conformada por las empresas distribuidoras ubicadas en el mercado de Arequipa y que suman un total de 5 empresas con un promedio de 5, haciendo un universo general de 5 empresarios y sus respectivos colaboradores, lo que representa el 100% de la población. Muestra | DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN. Para desarrollar el presente trabajo de investigación se utilizó un diseño experimental-transversal porque el diseño de investigación no intentará variar a la realidad ya que se recolecto datos en un | En el presente trabajo de investigación se aplicó una encuesta (técnica) , mediante un cuestionario (instrumento) estructurado por 3 puntos principales con un total de 16 preguntas, las |

| | | | | | |
|--|--|--|---|--|---|
| | <p>Arequipa, periodo 2014-2015</p> <p>b)</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Describir las principales características del financiamiento (créditos) de las MYPES del sector comercio del distrito de Arequipa en el rubro de distribuidora de Material y Reactivos de Laboratorio de Análisis Clínicos del Distrito, Provincia y Región Arequipa, periodo</p> | | <p>Se evaluó a un total de 5 empresarios que representan el 100% de la población total.</p> | <p>solo momento en un tiempo determinado .</p> | <p>cuales están distribuidas en 3 Preguntas relacionadas a los Datos Generales del Empresario, 6 preguntas relacionadas al financiamiento y capacitación del empresario y 7 preguntas relacionadas a los datos de la micro y pequeña empresa;</p> |
|--|--|--|---|--|---|

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|---|
| | <p>2014-2015.</p> <p>Describir las principales características de la capacitación de las MYPES del sector comercio del distrito de Arequipa en el rubro de distribuidora de Material y Reactivos de Laboratorio de Análisis Clínicos del Distrito, Provincia y Región Arequipa, periodo 2014-2015.</p> <p>Describir las principales características de la rentabilidad</p> | | | | <p>para la tabulación de los datos se utilizara como soporte el programa Excel.</p> |
|--|--|--|--|--|---|

| | | | | |
|---|--|--|--|--|
| de las MYPES del sector comercio del distrito de Arequipa en el rubro de distribuidora de Material y Reactivos de Laboratorio de Análisis Clínicos del Distrito, Provincia y Región Arequipa, periodo 2014-2015. | | | | |
|---|--|--|--|--|

3.7 PRINCIPIOS ÉTICOS.

3.7.1 Principio de humanización

Llamamos principio de humanización al dinamismo que mueve al hombre a crecer en conciencia, libertad, responsabilidad, sentido social y a realizar y promover los valores humanos. El principio de humanización lo podemos enunciar así: Todo hombre está llamado a hacerse cada vez más humano. Este principio se traduce más en un proyecto de crecimiento que en un conjunto de normas. En términos jurídicos podemos decir que es el derecho y la obligación que la persona tiene a desarrollarse en todos sus aspectos, en orden a una meta: Ser plenamente lo que ya es. Los deberes brotan de él, no como imposiciones extrínsecas al hombre, sino como exigencias de su realidad, de los valores que lo realizan y de la dignidad de la persona. Este principio habla del hombre abierto a todos los valores y lo ubica en un horizonte sin límites; fundamenta y compendia los derechos humanos, por cuanto el hombre tiene el derecho y la obligación de desarrollarse en todos los campos.

El principio de humanización corresponde al contenido de lo que se ha entendido también como ley natural. Hablamos de principio, y no de ley, porque no se trata de un mandato explícito que proceda formalmente de un legislado aunque su origen sea Dios. Lo llamamos de humanización para señalar el carácter total y dinámico de la persona en contraste con las leyes físicas. La realidad vinculante, la fuente de obligación (del deber), o la ley natural más fuerte y clara para el hombre es el hombre mismo; por lo que el principio de humanización es expresión de la realidad del hombre.

Va contra este principio aquel que se niega a crecer o que impide el crecimiento de los demás. Especialmente cuando se trata de lo que hace al hombre más humano. Para entender al hombre en términos humanos no debemos considerarlo como un problema de física, química o biología, ni siquiera en términos sociales, económicos o políticos, sino en la raíz de esas manifestaciones, en su llamamiento (dinamismo) a ser más, cualitativamente, de cuanto es. Se opone a este principio quien no obra bien,

o supone que su acción no lo modifica. (García de Alba, Juan Manuel: *Ética Profesional*, Págs. 180-181).

3.7.2 Principio de autonomía

Cada persona (adulta) posee el derecho irrenunciable a determinar y conducir su vida por sí mismo, y no se le puede privar de vivir una vida plena y auto determinada. Al actuar se encuentra en una situación particular, única e irrepetible, que necesariamente influye en su acción, pero no necesariamente la determina.

Es verdad que en la vida familiar y de trabajo encontramos una instrumentalización de la persona, tolerable únicamente si no impide su responsabilidad y la realización plena de su vocación humana. Interpreta mal este principio quien piense que la situación no influye en la acción del sujeto, o que es el elemento único determinante. (García de Alba, Juan Manuel: *Ética Profesional*, Págs. 181-182).

3.7.3 Principio de Igualdad

Todos los seres humanos son iguales, tienen los mismos derechos y obligaciones, y forman un todo que podemos llamar familia humana. El axioma: “No hagas a otro lo que no quieras para ti”, expresa la estricta reciprocidad en las relaciones humanas. Exige una manera de pensar y de vivir.

Es evidente que la igualdad de que se trata es una igualdad de naturaleza y de todo lo que de ella se deriva. El principio de igualdad se opone a las discriminaciones raciales, de religión o de origen étnico, y la que se basa en la diferenciación sexual. (García de Alba, Juan Manuel: *Ética Profesional*, Pág. 180).

3.7.4 Principio de complejidad

Aunque podemos conocer la realidad objetivamente, nuestra percepción es incompleta, porque abarca solamente algunos de sus múltiples aspectos; y los que

percibimos, los percibimos de forma aproximada. Además de las dificultades objetivas para conocer la realidad, encontramos dificultades que provienen del sujeto que conoce. Nuestra captación de las cosas es posible no sólo gracias a que la realidad es inteligible en sí misma, sino al acervo de conocimientos que ya poseemos, a los esquemas de comprensión que hemos ido adoptando, a los métodos de aproximación propios de cada ciencia y de cada persona, y a los modelos de interpretación de que disponemos. Habrá que añadir los prejuicios e ideologías que hemos ido haciendo nuestros.

El principio de complejidad lo podemos enunciar así: La realidad es compleja, y el hombre debe actuar de acuerdo a lo que va conociendo de ella. La necesidad de tomar en cuenta el todo de la realidad surge de la realidad misma, a esta exigencia la llamamos “principio de complejidad”. Este es un principio analítico de carácter ético, que mira a la práctica y obliga al discernimiento. Hablamos de complejidad en atención a la naturaleza de las personas, de las situaciones y de la realidad.

Este principio pone de manifiesto la posibilidad que todos los hombres tenemos de equivocarnos, y la necesidad de estar siempre en búsqueda de la verdad, del bien, de la justicia, del amor, de la paz y de la unidad.

El principio es importante para la ética, dado que su carácter normativo deriva del conocimiento de la realidad. Las exigencias éticas son exigencias de la realidad que han de evaluarse y medirse en el campo de lo objetivo, aunque sean un llamado interno a cada persona. Así por ejemplo, si alguien encuentra una persona gravemente herida, esa realidad es una exigencia ética para quien pueda ayudarla. Y dado que la realidad concreta tiene su propia complejidad y la de quien está involucrado en ella, los principios éticos no son el único factor determinante, al margen de todos los demás factores que están en juego. Estos son prácticamente imprevisibles, y no por eso podemos prescindir de ellos; el no tenerlos en cuenta es una actitud no ética. Así por ejemplo, si la persona que está gravemente herida sufre un daño más grande, o se ve en peor peligro al ser atendida por un inexperto, la obligación de atenderla desaparece.

Creemos que es posible conocer la verdad, si bien, con limitaciones y de modo aproximado; y precisamente, en atención a la realidad y a nuestro modo de conocer, es valedero el principio de complejidad: La realidad es más compleja de lo que inicialmente solemos creer, y descubrir el bien por realizar es mucho más difícil que limitarse a poner en práctica ciertos principios de forma mecánica.

La realidad es como un “sistema de fuerzas” compuesto de vectores de diferente valor y dirección. Como sistema dinámico, la resultante no puede ser la dirección de un solo vector, sino la suma, en dirección y fuerza, de todos los que están en juego. A pesar de la complejidad de un sistema, los vectores siempre forman una unidad que, en el caso de la ética, viene dada por la realidad y la situación del sujeto involucrado. Si la exigencia se separa de la persona, pierde carácter obligatorio.

El principio de complejidad no niega, ni va en contra de los criterios fundamentales necesarios para resolver los casos más complejos. No es para justificar cualquier comportamiento, o pensar que no se pueden dar soluciones decisivas, sino para atender a la situación concreta.

Interpreta mal este principio quien cree que no hay valores, normas o leyes que deban conocerse y aplicarse, dada la complejidad de las cosas. (García de Alba, Juan Manuel: *Ética Profesional*, Págs. 182-185).

3.7.5 Principio de totalidad.

De la unidad y totalidad del ser humano se desprende un principio de suma importancia para la ética; cada persona es responsable no sólo de cada parte de sí, sino, principalmente, del todo de su ser personal; por eso puede disponer de las partes en beneficio del todo. Llamamos principio de totalidad a la relación determinante del todo sobre la parte, la cual podríamos enunciar así: Donde se verifique la relación de todo a parte, y en la medida exacta en que se verifique, la parte está subordinada al todo, y éste determina a la parte, por lo que puede disponer de ella en su propio interés. Tratándose del bien de la persona, para el que este

principio tiene su más adecuada aplicación, el todo trasciende a cualquiera de sus partes y vale más que la suma de todas ellas. Este principio se fundamenta en la unidad del sujeto que actúa, para el que su identidad y su existencia son los valores primarios.

Los elementos no están mezclados, sino organizados en conexiones de estructura y de función. El hombre es un ser que debe tener cuidado de toda su realidad, él es una realidad total. Su obligación natural es salvar su ser personal, su vida, su libertad, su conciencia, aun perdiendo miembros, órganos, funciones o facultades.

Distingamos algunos conceptos importantes en este principio:

- a) El Todo: Se dice en relación a las partes, que son elementos de una unidad orgánica, psíquica, moral, individual, social, etc.
- b) Las Partes: Pueden ser integrantes, cuando no constituyen el todo, sino que lo integran, y quitada una parte de estas se lesiona la integridad del todo, pero no se destruye. Fuera del todo la parte no tiene sentido ni finalidad.
- c) Las partes pueden ser también constitutivas (esenciales o vitales), cuando quitada una de ellas, el todo no sólo se lesiona, sino que se le destruye. Estas partes están ordenadas al todo, y su existencia y función se justifica por la finalidad del todo.
- d) Tratándose de un todo moral, las partes serán también morales y como tales nunca formarán un todo físico (orgánico); paralelamente, las partes integrantes no constituirán un todo moral, sino físico, como las partes del ser humano.
- e) El Dominio: Es la subordinación de las partes con respecto al todo. Y es la capacidad del todo de disponer de las partes.

La persona es el principal referente (*princeps analogatum*) del principio de totalidad. Teniendo en cuenta el carácter analógico del principio de totalidad, es necesario determinar en cada caso particular la relación de todo a parte, y el tipo de dominio o autoridad.

El principio de totalidad se aplica a un todo moral, como la familia, la sociedad, el Estado, un equipo o una empresa, solamente de forma análoga (parecida); y en esos casos hay que cuidar de no rebasar el tipo de unidad y la relación con el todo, sacrificando a las partes. Una parte puede formar un todo, pero no bajo todos los aspectos. La persona no puede ser sacrificada (su existencia) por el Estado o la familia.

La aplicación del principio supone una jerarquía de valores que se fundamenta en la naturaleza, en la realidad, y por eso no es arbitraria. Así como es necesario atender al todo de la realidad, por el principio de complejidad, es necesario atender al todo de la persona por el principio de totalidad. El principio de totalidad abarca el todo del ser, como también de la historia, y de las experiencias personales.

Quien se deja dominar por una parte de su vida, sin superarla e integrarla, se opone a la totalidad de su ser y de su vida, que sobrepasa cualquiera de sus etapas. Los derechos y condiciones morales quedan limitados por los derechos de las personas que las componen. En cuanto a las condiciones que las instituciones pueden poner para la afiliación, la pertenencia o el trabajo, no deben rebasar las exigidas por sus finalidades.

Si una persona tiene autoridad o el dominio de una institución, y así presta un servicio, no por eso tiene derecho a poner cualquier tipo de condiciones, sino sólo aquellas que pida la naturaleza de la institución y los fines que persiga. Interpreta mal este principio quien no atiende a la naturaleza del todo; por ejemplo: Quien desconoce que la persona no es una parte de la sociedad, o del Estado, y que estas instituciones no tienen autoridad para ir contra sus derechos fundamentales. (García de Alba, Juan Manuel: *Ética Profesional*, Págs. 185-188).

3.7.6 Principio de solidaridad

El principio de solidaridad surge de la naturaleza social del hombre. Esta condición del hombre que nace, vive, crece y se desarrolla en sociedad le da también un sentido

de finalidad: El hombre está orientado de forma inmediata al servicio de los demás. En el orden práctico este servicio se hace realidad en el ejercicio de la profesión, la búsqueda del bien común y la atención a los más necesitados.

El principio de solidaridad se puede enunciar así: Cada persona ha de contribuir al bien común según sus posibilidades, de acuerdo con los diferentes estratos del bien común. Y tiene derecho a recibir de los demás todo lo que necesita para vivir y desarrollarse, si por justas causas él mismo no puede adquirir lo necesario.

A este derecho corresponde una obligación que, según se trate, toca a los padres, a la familia, a las asociaciones intermedias y finalmente al estado. El principio de solidaridad tiene por objeto, en primer lugar, el bien común, y la obligación de contribuir a él; es un deber de justicia que cada persona debe cumplir según su propia capacidad y en atención a la necesidad ajena, promoviendo y ayudando a las instituciones tanto públicas como privadas. La contribución al bien común tiene diversas características que deben ser tomadas en consideración:

- a) La capacidad real de cada persona para contribuir con su trabajo, investigación, su cuidado por la naturaleza y por el medio ambiente, la observancia de las normas civiles, su contribución económica a través de los impuestos, etc.
- b) La obligación de atender a las necesidades ajenas y a mejorar las condiciones de los demás es tanto mayor cuanto más fundamentales sean esas necesidades.

La solidaridad está vinculada a los valores de justicia, libertad, igualdad, participación, etc.; expresa la condición ética de la vida humana común, y tiene como acción suprema el compartir y tomar parte. Todos los hombres tienen derecho a los valores humanos, como la verdad, la libertad, el desarrollo, la justicia, la paz, etc.

Interpreta mal el principio de solidaridad quien se escuda en él para no asumir sus responsabilidades personales. O también, quien abusa de los bienes y servicios comunes pensando que con eso no daña a nadie. (García de Alba, Juan Manuel: *Ética Profesional*, Págs. 185-190).

3.7.7 Principio de subsidiaridad

El principio de subsidiaridad surge del derecho que tienen todas las personas a crecer y a desarrollar sus facultades y exige que quienes tienen mayor capacidad, autoridad, experiencia o conocimientos, no asuman los trabajos, las decisiones, las funciones y obligaciones que pueden ir asumiendo la persona subordinada, porque con eso se impide su crecimiento.

Este principio trae consigo la obligación de atender al desarrollo de la persona y de dejar en sus manos todo aquello que pueda realizar por sí misma. Es de suma importancia que la persona sea agente activo de su propio desarrollo, porque tratarla como objeto dentro de un plan sería desprestigiar su dignidad, su libertad y su responsabilidad.

El principio de subsidiaridad puede plantear el problema de determinar hasta dónde se debe ayudar a las personas sin hacerles daño. En el campo social y político el principio de subsidiaridad implica que ni el Estado ni la Sociedad deberán sustituir la iniciativa y responsabilidad de las personas, y de los grupos sociales intermedios, en los niveles en que éstos puedan actuar; ni destruir el espacio necesario para el desarrollo integral de todas las personas que forman la sociedad.

Este principio implica que la persona sea apoyada y respetada en todos sus derechos por el Estado o cualquier grupo social. Exige que el Estado no asuma más responsabilidades que las requeridas por el bien común y que sobrepasen las posibilidades de los particulares. Se ha de evitar cualquier paternalismo atrofiante y se pretende que todo tipo de sociedad esté al servicio del hombre y no el hombre esclavizado por la sociedad. Es fácil de comprender que este principio nunca será aceptado por ninguna sociedad o Estado totalitario. En algunas culturas todavía se piensa, que a la aristocracia, o a la autoridad le toca el saber, pensar, decidir y mandar, y a todos los demás, obedecer.

Este principio fundamenta la democracia y se opone al desempeño autócrata de la autoridad. Se falta a este principio cuando la autoridad piensa, decide, y actúa en lugar del subordinado, de tal manera que este llega a aceptar y hasta preferir que sea otro quien tome las decisiones y responsabilidades que le pertenecen. (García de Alba, Juan Manuel: *Ética Profesional*, Págs. 190-191).

(El material bibliográfico de esta punto fue tomado de las siguientes fuentes: GARCIA DE ALBA, Juan Manuel: *Ética Profesional Fundamental*, Ed. AMIESIC, Morelia, Mich).

IV. RESULTADOS

4.1 RESULTADOS

RESPECTO A LOS DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO Y EMPRESA

Tabla 01. Sexo

| Sexo | N° de empresarios | Porcentaje |
|--------------|-------------------|-------------|
| Masculino | 3 | 60% |
| Femenino | 2 | 40% |
| TOTAL | 5 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a los empresarios que participaron en la presente investigación.

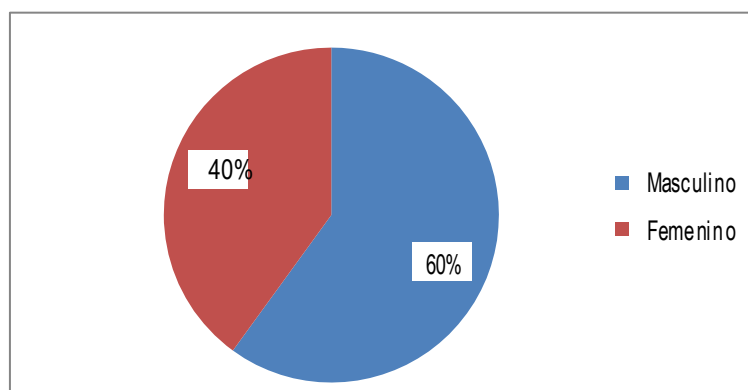


Figura 01. Sexo.

Fuente: Tabla 01.

Interpretación: El 60% de la población es Masculino y el 40% Femenino.

Tabla 02. Grado de Instrucción

| Grado de instrucción | N° de empresarios | Porcentaje |
|------------------------|-------------------|-------------|
| Secundaria | 1 | 20% |
| Superior Universitaria | 4 | 80% |
| TOTAL | 5 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a los empresarios que participaron en la presente investigación.

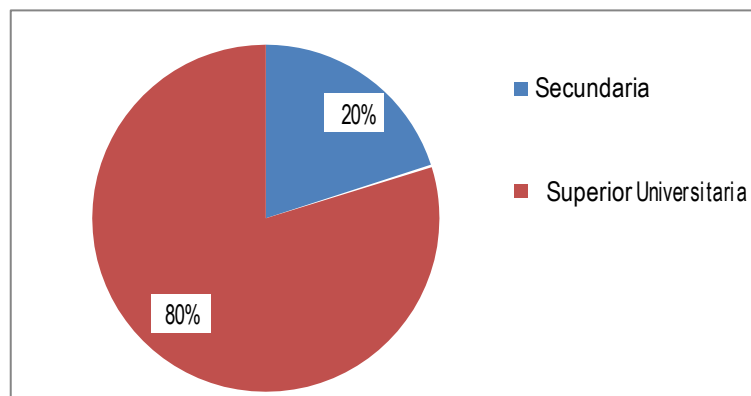


Figura 02. Grado de Instrucción

Fuente: Tabla 02.

Interpretación: El 80% tiene Grado de Instrucción Superior Universitaria y el 20% Secundaria.

Tabla 03. Tipo de Empresa

| Tipo de empresa | N° de MYPES | Porcentaje |
|-----------------|-------------|-------------|
| Familiar | 5 | 100% |
| Corporativa | 0 | 0% |
| TOTAL | 5 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a los empresarios que participaron en la presente investigación.

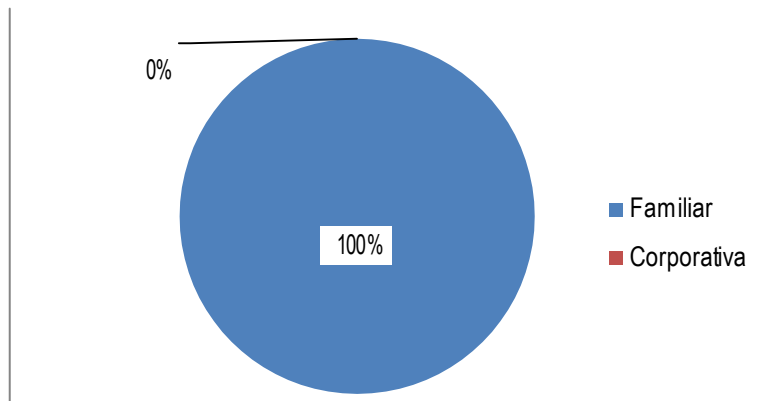


Figura 03. Tipo de Empresa

Fuente: Tabla 03.

Interpretación: El 100% de las empresas son familiares.

Tabla 04. Empresario ¿Hace cuánto tiempo se dedica a esta actividad empresarial?

| Tiempo (años) | N° de empresarios | Porcentaje |
|----------------|-------------------|-------------|
| 01 año | 1 | 20% |
| 02 anos | 0 | 0% |
| 03 años | 1 | 20% |
| Más de 03 años | 3 | 60% |
| TOTAL | 5 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a los empresarios que participaron en la presente investigación.

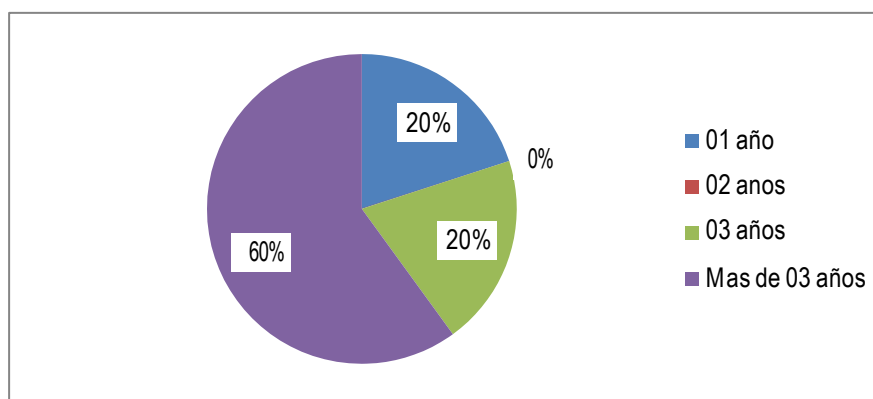


Figura 04. Empresario ¿Hace cuánto tiempo se dedica a esta actividad empresarial?

Fuente: Tabla 04.

Interpretación: De antigüedad un 20% tienen 1 año, otro 20% 3 años y un 60% más de 3 años.

Tabla 05. ¿Cuántos trabajadores laboran en su empresa?

| Número de trabajadores | N° de MYPES | Porcentaje |
|------------------------|-------------|-------------|
| Dos | 0 | 0% |
| Tres | 2 | 40% |
| Más de tres | 3 | 60% |
| TOTAL | 5 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a los empresarios que participaron en la presente investigación.

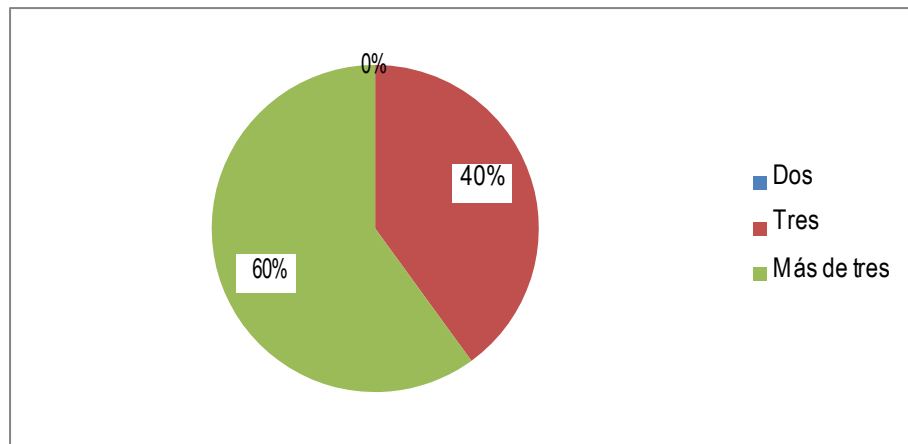


Figura 05. ¿Cuántos trabajadores laboran en su empresa?

Fuente: Tabla 05.

Interpretación: En cuanto a cantidad de trabajadores un 40% tiene tres y un 60% más de tres.

DEL FINANCIAMIENTO

Tabla 06. ¿De qué institución financiera ha obtenido el microcrédito financiero?

| Institución Financiera | N° de MYPES | Porcentaje |
|------------------------|-------------|-------------|
| Banca Comercial | 3 | 60% |
| Banca No Comercial | 1 | 20% |
| No Obtuvieron | 1 | 20% |
| TOTAL | 5 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a los empresarios que participaron en la presente investigación.

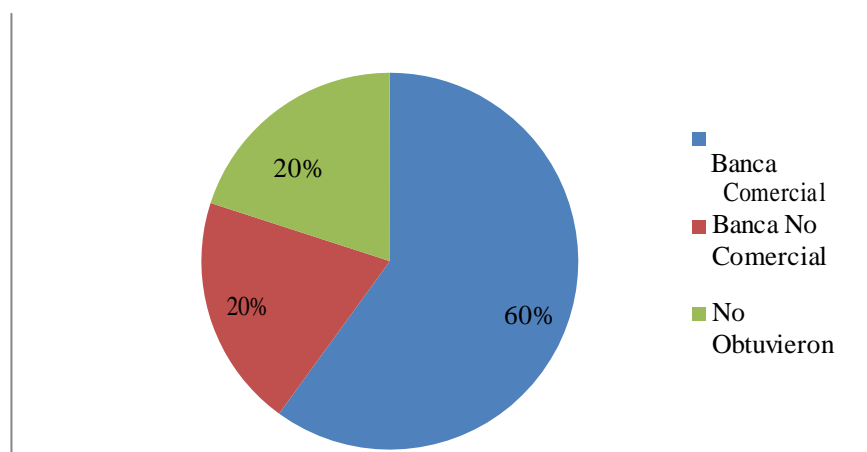


Figura 06. ¿De qué institución financiera ha obtenido el microcrédito financiero?

Fuente: Tabla 06.

Interpretación: El 60% lo obtuvo de la Banca Comercial, el 20% Banca No Comercial y el otro 20% No Obtuvieron.

Tabla 07. En Promedio ¿Cuántas veces al año solicito un microcrédito financiero?

| N° de veces | N° de MYPES | Porcentaje |
|----------------|-------------|-------------|
| 1 vez | 4 | 80% |
| Más de 2 veces | 1 | 20% |
| TOTAL | 5 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a los empresarios que participaron en la presente investigación.

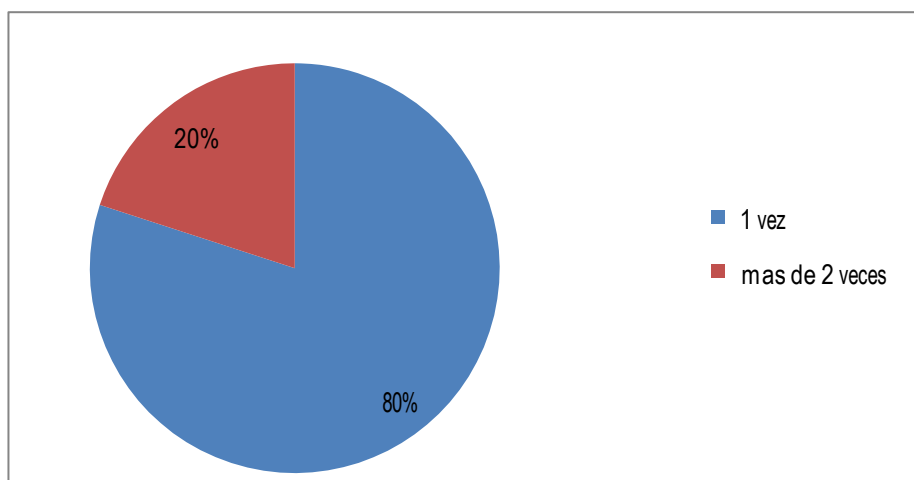


Figura 07. En Promedio ¿Cuántas veces al año solicito un microcrédito financiero?

Fuente: Tabla 07.

Interpretación: El 80% lo solicitó 1 vez, un 20% más de dos veces.

DE LA RENTABILIDAD

Tabla 08. ¿El micro crédito financiero contribuyo al incremento de la rentabilidad anual de su empresa?

| Contribuyo al incremento de la rentabilidad: | N° de MYPES | Porcentaje |
|--|-------------|------------|
| SI | 1 | 20% |
| NO | 3 | 60% |
| No Obtuvieron | 1 | 20% |
| TOTAL | 5 | 80% |

Fuente: Encuesta aplicada a los empresarios que participaron en la presente investigación.

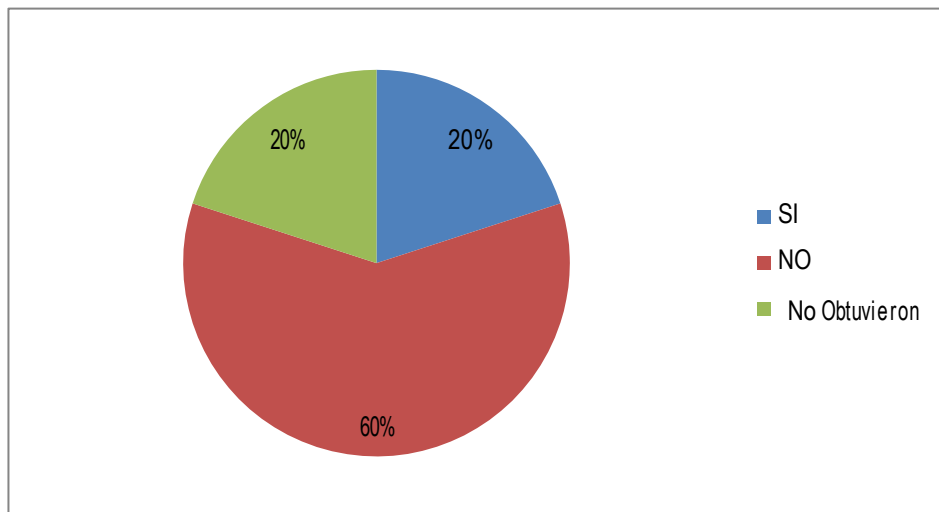


Figura 8. ¿El micro crédito financiero contribuyo al incremento de la rentabilidad anual de su empresa?.

Fuente: Tabla 08.

Interpretación: Incremento su Rentabilidad un 20%, un 60% no obtuvieron rentabilidad y el 20% restante no obtuvo crédito.

DE LA CAPACITACIÓN

Tabla 09. ¿Recibió usted Capacitación previa para la administración del microcrédito financiero?

| Recibió capacitación: | N° de empresarios | Porcentaje |
|-----------------------|-------------------|-------------|
| SI | 1 | 20% |
| NO | 4 | 80% |
| TOTAL | 5 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a los empresarios que participaron en la presente investigación.

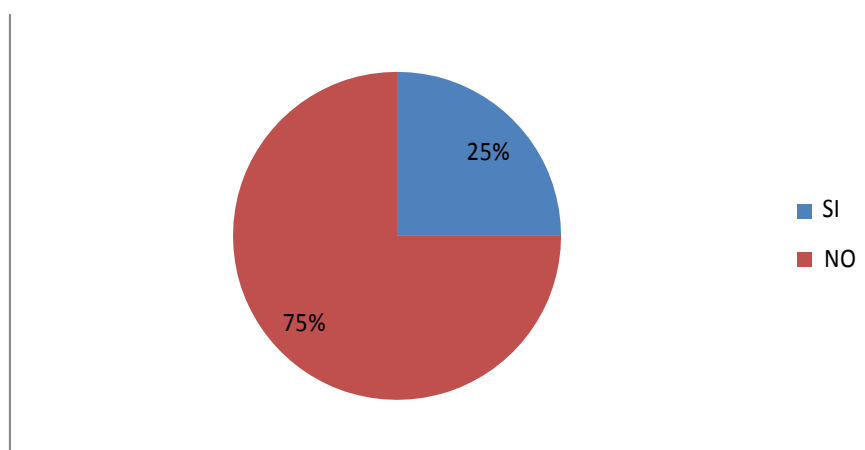


Figura 09. ¿Recibió usted Capacitación previa para la administración del microcrédito financiero?

Fuente: Tabla 09.

Interpretación: Un 20% recibió capacitación y un 80% no.

Tabla 10. El Personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?

| Recibió capacitación | N° de MYPES | Porcentaje |
|----------------------|-------------|-------------|
| SI | 4 | 80% |
| NO | 1 | 20% |
| TOTAL | 5 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a los empresarios que participaron en la presente investigación.

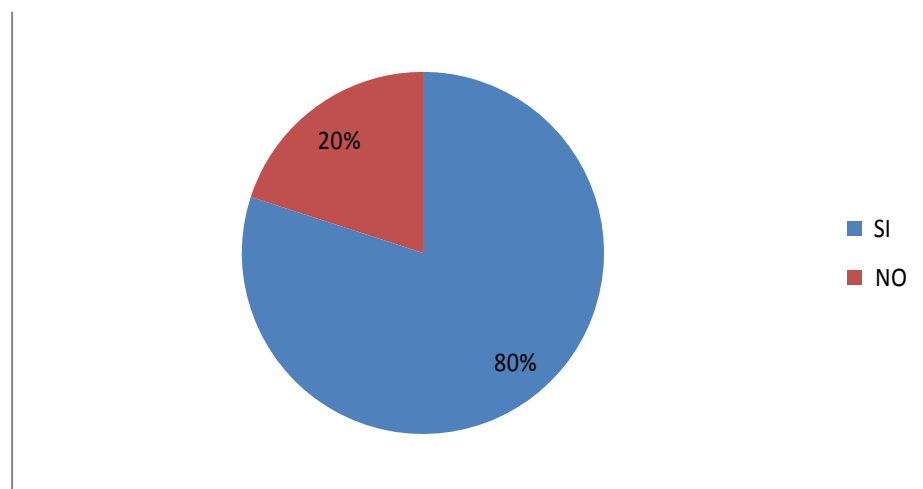


Figura 10. El Personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?

Fuente: Tabla 10.

Interpretación: En cuanto a Capacitación un 80% si recibió y un 20% no recibió.

Tabla 11. ¿En qué años recibió más capacitación?

| Año | N° de empresarios | Porcentaje |
|--------------|-------------------|-------------|
| 2014 | 1 | 20% |
| 2015 | 4 | 80% |
| TOTAL | 5 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a los empresarios que participaron en la presente investigación.

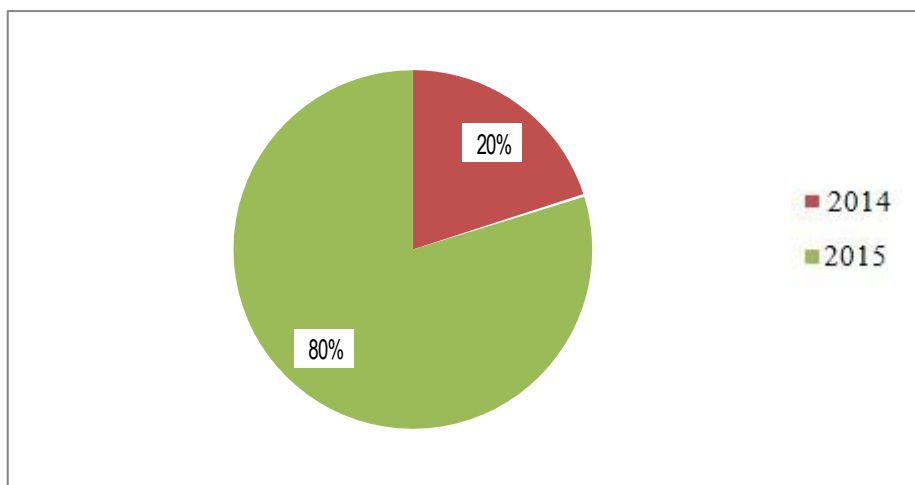


Figura 11. ¿En qué años recibió más capacitación?

Fuente: Tabla 11.

Interpretación: Un 80% si recibió capacitación en el 2015 y un 20% en el 2014.

Tabla 12. ¿Considera Ud. como empresario que la capacitación es una inversión?

| Considera la capacitación como una inversión: | N° de empresarios | Porcentaje |
|--|--------------------------|-------------------|
| SI | 5 | 100% |
| NO | 0 | 0% |
| TOTAL | 5 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a los empresarios que participaron en la presente investigación.

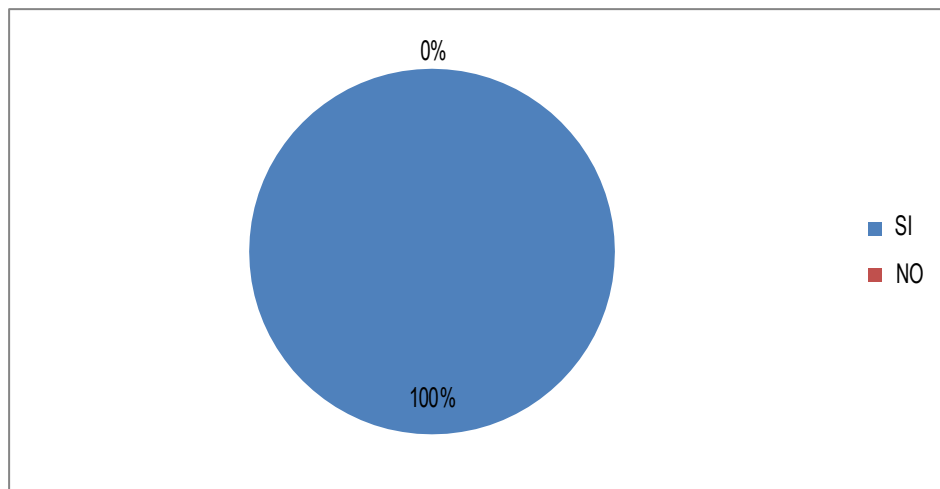


Figura 12. ¿Considera Ud. como empresario que la capacitación es una inversión?

Fuente: Tabla 12.

Interpretación: El 100% considera la capacitación como inversión.

Tabla 13. ¿Considera Ud. Que la capacitación a su personal es relevante para su empresa?

| Capacitación al personal es relevante: | N° de MYPES | Porcentaje |
|--|-------------|-------------|
| SI | 5 | 100% |
| NO | 0 | 0% |
| TOTAL | 5 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a los empresarios que participaron en la presente investigación.

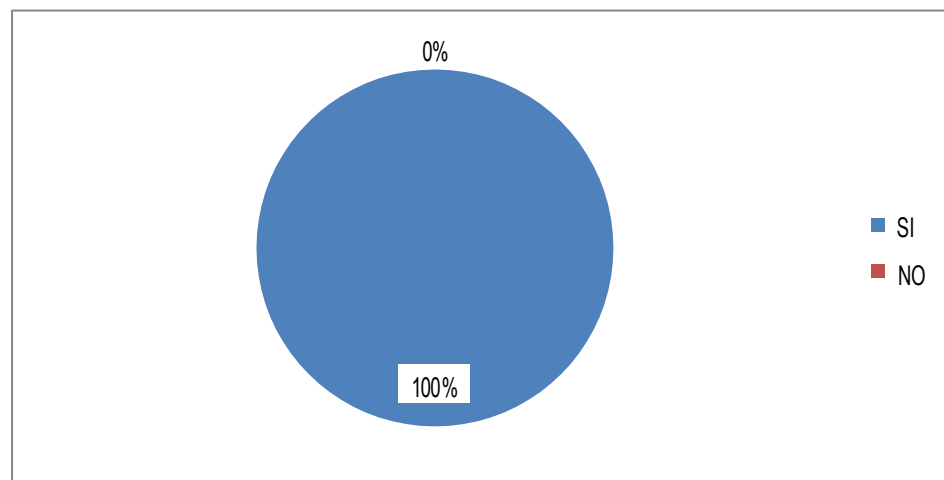


Figura 13. ¿Considera Ud. Que la capacitación a su personal es relevante para su empresa?

Fuente: Tabla 13.

Interpretación: El 100% considera que si es relevante la capacitación.

4.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS

Con respecto a los datos generales del encuestado y empresa

Tabla 01. Sexo

De la Figura Nro. 1: Se puede apreciar que el 60% de la población encuestada existe son varones el 40% son mujeres, lo que quiere decir que la tendencia a esta actividad económica existe más experiencia en ventas y comercio que las mujeres.

Tabla 02. Grado de Instrucción

De la Figura Nro. 2: El 20% de la población encuestada tienen una educación secundaria, el 80% está conformado por personal con educación superior que lo conforman los gerentes, contadores, administradores de la empresa y/o propietarios.

Tabla 03. Tipo de Empresa

De la Figura Nro. 3: El 100% de la población encuestada lo conforman empresas familiares ya que estas son micro y pequeñas empresas que se dedican a la distribución del material y reactivos de laboratorio, las empresas corporativas vienen a ser los grandes importadores quienes proveen a las micro y pequeñas empresas.

Tabla 04. Empresario ¿Hace cuánto tiempo se dedica a esta actividad empresarial?

De la Figura Nro. 4: En cuanto al tiempo de la actividad se tiene un 20% son empresas nuevas con 1 año de antigüedad, un 20% con 3 años y con más de 3 años un 60%, en resumen existen más empresas antiguas que nuevas.

Tabla 05. ¿Cuántos trabajadores laboran en su empresa?

De la Figura Nro. 5: De la población encuestada un 60% manifiesta tener más de tres trabajadores y un 40% con tres trabajadores.

Con respecto del financiamiento

Tabla 06. ¿De qué institución financiera ha obtenido el microcrédito financiero?

De la Figura Nro. 6: Se observa que el 60% de los microcréditos fueron de Banca Comercial ya que esta ofrece mayores garantías que la banca no comercial que obtuvo el 20% y el otro 20% restante no llegaron a obtener créditos.

Tabla 07. En promedio ¿Cuántas veces al año solicito un micro crédito financiero?

De la Figura Nro.7: Se aprecia que el 80% de la población encuestada realizaron mayor número solicitudes y solo el 20% lo hizo durante 1 vez.

Con respecto a la Rentabilidad

Tabla 08. ¿El micro crédito financiero contribuyo al incremento de la rentabilidad anual de su empresa?

De la Figura Nro. 8: El 60% de la población encuestada manifiesta que el micro crédito que obtuvieron contribuyo en un incremento de rentabilidad y un 20% no, esto se debió a factores como que las personas que manejaron estos créditos tuvieron educación superior lo que les contribuyo en un mejor entendimiento y control de cómo llevar las finanzas de la empresa, finalmente un 20% no llegaron a obtener crédito.

De la capacitación

Tabla 09. ¿Recibió Usted Capacitación previa para administración del micro crédito financiero?

De la Figura Nro. 9: Se aprecia que un 20% de empresas recibieron capacitación por parte de las instituciones de donde obtuvieron el micro crédito y un 80% manifestó no haber recibido capacitación.

Tabla 10. El Personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?

De la Figura Nro. 10: El 80% de la población encuestada dieron capacitación a sus trabajadores (colaboradores) y un 20% no lo hizo hasta el momento de la encuesta.

Tabla 11. ¿En qué años recibió más capacitación?

De la Figura Nro. 11: En el año 2015 se realizaron más capacitaciones llegando a un 80%, seguido de un 20% que recibieron capacitación durante el periodo 2014, se aprecia que el último año las empresas por un tema de competencias tienen más preocupación por capacitar a sus colaboradores.

Tabla 12. ¿Considera Ud. como empresario que la capacitación es una inversión?

De la Figura Nro. 12: El 100% de la población encuestada están convencidos que la capacitación es una inversión y tal como se aprecia en la Figura Nro. 4 estas realizaron capacitación en el último periodo.

Tabla 13. ¿Considera Ud. Que la capacitación a su personal es relevante para su empresa?

De la Figura Nro. 13: El 100% de empresario consideran que la capacitación para su personal es relevante a que contribuiría en un mejor ofrecimiento de los productos que ofrece y el cliente tendría una imagen que la empresa es seria al ver que los productos que compra tienen la garantía necesaria en caso de requerir soporte.

V. CONCLUSIONES

Con respecto a los datos generales del encuestado y empresa:

Las principales características son:

- La mayoría de empresarios encuestados están conformadas por varones.
- Todas las empresas son familiares.
- La mayoría de empresas tienen más de 3 trabajadores.

Con respecto del financiamiento

Las principales características son:

- La mayoría de empresas tuvieron más confianza en los créditos con la Banca Comercial.
- A pesar que un 80% de la población manifestó no haber recibido una capacitación den el manejo de los créditos, el éxito para realizar una buena inversión se debió al grado de instrucción superior de los colaboradores y los empresarios.

Con respecto a la Rentabilidad:

Las principales características son:

- El micro crédito financiero contribuyo al incremento de la rentabilidad anual de las empresas

Con respecto de la Capacitación:

Las principales características son:

- Los empresarios consideraron la capacitación de sus colaboradores como una inversión por lo que invirtieron en capacitarlos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arruñada, B. (2007).** El Imperativo de Eficacia en la Formalización de Empresas. Revista: Globalización, Competitividad y Gobernabilidad. 1 (1), 106-107.
- Cabrera, A., López, P. & Ramírez, C. (2011).** La competitividad empresarial: Un marco conceptual para su estudio. Bogotá: Universidad Central, Región Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables.
- Cárdenas, N. (2010).** Influencia de la informalidad en la Competitividad de la Micro y Pequeña Empresa en la Región Arequipa 2010. Tesis para optar el Grado Académico de Magíster en Derecho, Facultad de Derecho, Universidad Católica Santa María, Arequipa, Perú.
- Castillo, J. (2008).** ¿Existe inadecuación de la legislación referente a las MYPES con respecto a la problemática de su informalidad? Tesis para optar el Grado Académico de Magíster en Derecho, Facultad de Derecho y Ciencia Política, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- Linares, K. & Santos, J. (2010).** La informalidad y su influencia en la obtención de créditos financieros para las microempresas del rubro granos y menestras del mercado Moshoqueque - 2010. Tesis de grado para optar el Título Profesional de Contador Público, Escuela Profesional de Contabilidad, Universidad Señor de Sipán, Chiclayo, Lambayeque.
- Perú, Dirección Nacional de la Micro y Pequeña Empresa. (2007).** Guía de Constitución y Formalización de Empresas. Lima: Autores.
- Perú, Nathan Associates Inc. (2009).** COMPETITIVIDAD: El significado de la competitividad y oportunidades de internacionalización para las MYPES. Lima: Autor.
- Perú, Ministerio de la Producción. (2010).** Como crear una empresa - Constitución y Formalización de empresas. Piura: Autor.
- Perú, Ministerio de la Producción. (2011).** MYPE 2011. Estadísticas de la Micro y Pequeña Empresa. Lima: Autor.
- Perú, Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2002).** Programas e Instituciones Estatales que apoyan a las MYPES en el Perú. Lima: Autores.
- Perú, Movimiento Manuela Ramos. (2006).** Microempresa, Formalización y Seguridad Social. Lima: Autores.

- Soto, H. (2007).** La competitividad de la Industria del calzado en el Perú y sus proyecciones en el mediano plazo (Caso Pyme Tobbex International y el Papel de Citeccal). Tesis para optar el Grado Académico de Magister en Contabilidad, Facultad de Ciencias Contables, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- Tantas, L. (2010).** Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio – rubro distribuidoras de útiles de oficina del distrito de Chimbote, periodo 2008-2009. Tesis para optar el Título de Contador Público, Escuela de Contabilidad, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.

A N E X O S

ANEXO 1

Cronograma de Actividades

| | Oct | Oct | Oct | Oct | Oct | Oct | Oct | Oct | Oct | Nov | Nov | Nov | Nov | Nov | Nov | Nov | Nov | Dic | |
|-----|---|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|--|
| | 4 | 9 | 10 | 16 | 17 | 23 | 24 | 30 | 31 | 6 | 7 | 13 | 14 | 20 | 21 | 27 | 28 | 2 | |
| Nro | Actividad | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 1 Sesión | 2 Sesión | 3 Sesión | 4 Sesión | 5 Sesión | 6 Sesión | 7 Sesión | 8 Sesión | 9 Sesión | | | | | | | | | | |
| 1 | Redactando las páginas preliminares del Informe de Investigación | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Titulo de la investigacion | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Hoja de Agradecimiento | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Hoja de Dedicatoria | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Resumen | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Abstrac | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | Contenido | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8 | Introducción | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9 | Revisión de Literatura | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10 | Metodología del Informe de Investigación | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 12 | Resultados de la Investigación | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 13 | Análisis de Resultados de la Investigación | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 14 | Conclusiones de la Investigación | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 15 | Referencias Bibliograficas | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 16 | Anexos del Informe de Investigación | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 17 | Presentación del Informe final de investigación | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 18 | Informe final de investigación para Comisión de investigación URL | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 19 | Artículo de Investigación URL | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Anexo 02

Recursos Necesarios

- Recurso humano.
- Recurso económico.
- Computadora.
- Unidades de almacenamiento (USB).

Anexo 03

Presupuesto de Gastos

| Actividad y/o Materiales | Costos Totales S/. |
|--|--------------------|
| Combustible movilidad traslado tutorías de Tesis | 40.00 |
| USB para traslado y respaldo de información | 35.00 |
| Servicio de Internet (3 meses) | 160.00 |
| Fotocopias de información de referencia | 5.00 |
| Llamadas telefónicas – celular | 15.00 |
| Refrigerios | 27.00 |
| Total General de Gastos S/. : | 282.00 |

Anexo 04

Financiamiento

El proyecto de investigación será autofinanciado.

Anexo 05

Encuestas

CUESTIONARIO

(APLICADO A MICROEMPRESAS DE COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS DE LABORATORIO CLINICO)

La presente encuesta forma parte de un trabajo de investigación, cuyo objetivo es conocer la incidencia del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del rubro Importadora y Distribuidora de Equipos y Reactivos de Análisis Clínicos. Se le agradece por anticipado la información veraz que nos proporcionará. Sus respuestas anónimas se guardarán con absoluta confidencialidad y sólo servirán para fines académicos y de investigación.

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

1. Datos Generales

- 1.1 Sexo: a) Masculino: b) Femenino:
- 1.2 Grado de Instrucción
 - a) Secundaria: b) Superior Universitaria:
- 1.3 Tipo de Empresa
 - a) Familiar: b) Corporativa:
- 1.4 ¿Hace cuánto tiempo se dedica a esta actividad empresarial?
 - a) 01 año () b) 02 años () c) 03 años () d) Más de 3 años ()
- 1.5 ¿Cuántos trabajadores laboran en su empresa?
 - a) Dos b) Tres c) Mas de tres

2. Del Financiamiento

- 2.1 ¿De qué institución financiera ha obtenido el microcrédito financiero?
 - a) Banca Comercial:
 - b) Banca No Comercial:
 - c) No Obtuvieron:
- 2.2 En promedio ¿Cuántas veces al año solicito un micro crédito financiero?
 - 1 vez: más de 2 veces:

3. De la Rentabilidad

- 3.1 ¿El micro crédito financiero contribuyo al incremento de la rentabilidad anual de su empresa?
 - a) Si ()
 - b) No ()
 - c) No Obtuvieron ()

4. De la Capacitación

- 4.1 ¿Recibió Usted Capacitación previa para administración del micro crédito financiero?

- a) Si () b) No ()
- 4.2 El Personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?
- a) SI ()
b) No ()
- 4.3 ¿En qué años recibió más capacitación?
- a) 2014 () b) 2015 ()
- 4.4 ¿Considera Ud. como empresario que la capacitación es una inversión?
- a) Si () b) No ()
- 4.5 ¿Considera Ud. Que la capacitación a su personal es relevante para su empresa?
- a) Si () b) No ()

Anexo 06

Tabulación de Resultados

| PREGUNTA | RESPUESTA | CONTEO | FRECUENCIA ABSOLUTA |
|---|------------------------|--------|---------------------|
| 1. RESPECTO A LOS DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO Y EMPRESA | | | |
| 1. Sexo | Masculino | III | 3 |
| | Femenino | II | 2 |
| | Total | | 5 |
| | | | |
| 2. Grado de Instrucción | Secundaria | I | 1 |
| | Superior Universitaria | III | 4 |
| | Total | | 5 |
| | | | |
| 3. Tipo de Empresa | Familiar | III | 5 |
| | Corporativa | | 0 |
| | Total | | 5 |
| | | | |
| 4. Empresario ¿Hace cuánto tiempo se dedica a esta actividad empresarial? | 01 año | I | 1 |
| | 02 años | | 0 |
| | 03 años | I | 1 |
| | Más de 03 años | III | 3 |
| | Total | | 5 |
| | | | |
| 5. ¿Cuántos trabajadores laboran en su empresa? | Dos | | 0 |
| | Tres | II | 2 |
| | Más de tres | III | 3 |
| | Total | | 5 |
| | | | |
| 2. DEL FINANCIAMIENTO | | | |
| | | | |

| | | | |
|--|--------------------|-----|----------|
| 6 ¿De qué institución financiera ha obtenido el microcrédito financiero? | Banca Comercial | III | 3 |
| | Banca No Comercial | I | 1 |
| | No Obtuvieron | I | 1 |
| | Total | | 5 |
| | | | |
| 7. En promedio ¿Cuántas veces al año solicitó un micro crédito financiero? | 1 vez | III | 4 |
| | más de 2 veces | I | 1 |
| | Total | | 5 |
| | | | |
| 3. DE LA RENTABILIDAD | | | |
| 8. ¿El micro crédito financiero contribuyó al incremento de la rentabilidad anual de su empresa? | SI | I | 1 |
| | NO | III | 3 |
| | No Obtuvieron | I | 1 |
| | Total | | 5 |
| | | | |
| DE LA CAPACITACION | | | |
| 9. ¿Recibió Usted Capacitación previa para administración del micro crédito financiero? | SI | I | 1 |
| | NO | III | 4 |
| | Total | | 5 |
| | | | |
| 10. El Personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación? | SI | III | 4 |
| | NO | I | 1 |
| | Total | | 5 |
| | | | |
| 11. ¿En qué años recibió más capacitación? | 2014 | I | 1 |
| | 2015 | III | 4 |
| | Total | | 5 |
| | | | |
| 12. ¿Considera Ud. como empresario que la capacitación es una inversión? | SI | III | 5 |
| | NO | | 0 |
| | Total | | 5 |
| | | | |

| | | | |
|--|--------------|------|----------|
| 13. ¿Considera Ud. Que la capacitación a su personal es relevante para su empresa? | SI | IIII | 5 |
| | NO | | 0 |
| | Total | | 5 |