



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y  
FINANCIAMIENTO DE LAS MYPES DEL SECTOR  
PRODUCCIÓN DE ROPA DEPORTIVA DEL EMPORIO  
COMERCIAL GAMARRA DEL DISTRITO DE LA  
VICTORIA – LIMA 2015**

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

AUTOR:

BUSTAMANTE CASAS RICARDO RONALD

ASESOR:

Lic. WILLY GASTELLO MATHEWS

LIMA – PERU

2016

## **JURADO EVALUADOR DE TESIS**

Mgtr. José Orestes Vite Ibarra  
**Presidente**

Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero De Murillo  
**Secretario**

Mgtr. Víctor Hugo Espinoza Otoyá  
**Miembro**

## AGRADECIMIENTO

A Dios, fuente inagotable de mis  
fortalezas en este camino que se  
llama vida

A mis padres:

Julia y Ricardo por haberme dado la  
vida, a mi madre por el afecto que me  
ha dado y me sigue brindando, por su  
apoyo permanente e incondicional,  
desde que decidí hacerme profesional

## DEDICATORIA

Con mucho cariño a mi madre Julia Casas Rivas: Por su esfuerzo, por su amor y cariño brindado en todas las etapas de mi vida.

A mis profesores y a mi asesor: Willy Gastello Mathews; quienes me brindan su apoyo incondicional.

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general Describir las características de la capacitación y financiamiento de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Emporio Comercial Gamarra del distrito de La Victoria, Lima, en el año 2015. La investigación fue básica, descriptiva, no experimental y transversal, para el trabajo de campo en la recolección de la información se calculó una muestra de 68 MYPES productoras de ropa deportiva del mencionado conglomerado, a quienes se les aplicó un cuestionario de 30 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: **Respecto a los empresarios de las MYPES** los empresarios manifestaron que el 48.5% de los encuestados tienen entre 41 y 50 años de edad, el 67.6% % son del sexo masculino, el 60.3% tienen educación secundaria, el otro 47.1% son casados y el 61.8% son propietarios del mismo negocio. **Respecto a las características de las MYPES** del estudio son: el 42.6% tienen entre 4 y años de experiencia, el 60.3% de las MYPES tienen entre 5 y 10 trabajadores y el 69.1% tienen familiares trabajando en su empresa. **Respecto a la capacitación**, el 58.8% considera importante la capacitación, el 69.4% de los que se han capacitado están satisfecho con la capacitación, el 27.9% de los encuestados no han tenido acceso a la capacitación, sea por no tener tiempo (42.1%), no tener los recursos necesarios (26.3%). **Respecto al financiamiento**, se tiene que el 66.2% requiere de terceros para financiar sus actividades, el 17.6% no ha tenido acceso a un préstamo, sea por tener un perfil crediticio negativo (38.9%). Finalmente, las conclusiones son: la mayoría de los empresarios MYPE son del sexo masculino y son propietarios de la empresa; la mayoría de las MYPES tienen entre 5 y 10 trabajadores; un segmento de las MYPES tienen un bajo nivel de capacitación, que demandan capacitación en

producción/productividad, marketing, en costos, en computación/internet, tan necesarios para mejorar empresarialmente; y, se tiene a MYPES con deficiente perfil crediticio que limita el acceso al financiamiento de las MYPES productoras de ropa deportiva del Emporio Comercial Gamarra del distrito de la Victoria, Lima.

**Palabras clave:** Capacitación, financiamiento, MYPES, Gamarra

## **ABSTRACT**

This research has the general objective describe the characteristics of the training and financing of MYPES in the production of sportswear Commercial Emporio Gamarra district of La Victoria, Lima, 2015. Research industry was basic, descriptive, not experimental and transverse to the field work in collecting information a sample of 68 producers MYPES sportswear of that conglomerate, who were applied a questionnaire of 30 closed questions, applying the technique of the survey was calculated. The following results: Regarding the entrepreneurs of MYPES entrepreneurs report that 48.5% of respondents are between 41 and 50 years of age, 67.6%% are male, 60.3% have secondary education, the other 47.1% are married and 61.8% own the same business. Regarding the characteristics of MYPES of the study are: 42.6% are between 4 and years of experience, 60.3% of MYPES are between 5 and 10 workers and 69.1% have relatives working in your company. Regarding training, 58.8% considered important training, 69.4% of those who have been trained are satisfied with the training, 27.9% of respondents have not had access to training, either by not having time (42.1% ), not having the necessary resources (26.3%). Regarding financing, it must be 66.2% require third parties to finance their activities, 17.6% had no access to a loan, either by having a negative (38.9%) credit profile. Finally, the conclusions are: MYPE most entrepreneurs are male and are owners of the company; most MYPES are between 5 and 10 workers; a segment of MYPES have a low level of training, training demanding production / productivity, marketing, cost, computer / internet, so necessary to improve entrepreneurially; and you have a poor credit profile MYPES with limiting access to financing MYPES producing sportswear Commercial Emporio Gamarra district of Victoria, Lima.

**Keywords:** Training, financing, MYPES, Gamarra



# CONTENIDO

RESUMEN .....	v
ABASTRAC .....	vi
CONTENIDO .....	ix
ÍNDICE DE TABLAS .....	xii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA .....	1
2.1 Antecedentes.....	1
2.2 Bases teóricas.....	8
2.2.1 Teoría de las MYPES .....	8
2.2.1.1 Concepto de MYPE.....	8
2.2.1.2 Clasificación de las MYPES .....	11
2.2.1.3 Características de las MYPES en el Perú .....	11
2.2.2 Teoría de la capacitación.....	17
2.2.2.1 Concepto de capacitación .....	17
2.2.2.2 La capacitación de las MYPES en el Perú .....	24
2.2.2.3 Herramientas tecnológicas para la capacitación en las MYPES ...	26
2.2.3 Teoría del financiamiento.....	28
2.2.3.1 Concepto de financiamiento .....	28
2.2.3.2 Tipos de financiamiento .....	31
2.2.3.3 Fuentes de financiamiento para las MYPES .....	34
2.3 Marco conceptual.....	50
III. METODOLOGÍA.....	58

3.1	Diseño de la investigación .....	58
3.2	Población y muestra.....	59
3.3	Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	61
3.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	64
3.4.1	Técnica .....	64
3.4.2	Instrumento.....	64
3.5	Plan de análisis .....	65
3.6	Matriz de consistencia .....	66
3.7	Principios éticos.....	66
IV.	RESULTADOS .....	68
4.1	Resultados.....	68
4.1.1	Resultados de las características de los gerentes y/o propietarios de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Conglomerado Comercial Gamarra del distrito de La Victoria, Lima.....	68
4.1.2	Resultados de las características generales de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Conglomerado Comercial Gamarra del distrito de La Victoria, Lima. ....	69
4.1.3	Resultados de las características de la capacitación de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Conglomerado Comercial Gamarra del distrito de La Victoria, Lima. ....	71
4.1.4	Resultados de las características del financiamiento de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Conglomerado Comercial Gamarra del distrito de La Victoria, Lima. ....	75
4.2	Análisis de resultados .....	77

V. CONCLUSIONES .....	83
VI. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS .....	85
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	85
ANEXOS .....	90

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Programas y líneas de financiamiento de COFIDE	33
Tabla 2. Las Instituciones Microfinancieras supervisadas por la SBS	46
Tabla 3. Las Instituciones Microfinancieras no supervisadas por la SBS	47
Tabla 4. Operacionalización de la variable principal 1	62
Tabla 5. Operacionalización de la variable principal 2	63
Tabla 6. Resultado de la opinión de los expertos	65
Tabla 7. Matriz de consistencia	67
Tabla 8. Características de los gerentes y/o propietarios de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Conglomerado Comercial Gamarra del distrito de La Victoria, Lima.	68
Tabla 9. Características generales de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Conglomerado Comercial Gamarra del distrito de La Victoria, Lima.	70
Tabla 10. Características de la capacitación de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Conglomerado Comercial Gamarra del distrito de La Victoria, Lima.	71
Tabla 11. Características del financiamiento de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Conglomerado Comercial Gamarra del distrito de La Victoria, Lima.	75

## I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, para las empresas, al igual que los demás agentes de la economía y la producción, la globalización supone un gran reordenamiento de los mercados y a la vez un universo de formas y estrategias que los sectores y agentes de la economía mundial implementan para mejorar su inserción. Sin embargo, la perspectiva de los agentes económicos y productivos, en particular de las micro y pequeñas empresas (MYPES), se enmarca en un escenario de mercado, donde las fronteras y los referentes socio espaciales han cambiado drásticamente. Tal es que en la 104ª reunión de la Conferencia Internacional del Trabajo, llevada a cabo en el 2015, se reconoció que las micro, y pequeñas empresas son vitales para conseguir el trabajo decente y productivo y la prosperidad (OIT, 2015: 16).

Cabe señalar que las micro y pequeñas empresas (MYPES) se iniciaron con el objetivo de cubrir las necesidades de las personas de bajos recursos, facilitando el acceso a productos de precios módicos y con cierto nivel de calidad. Esta génesis de las MYPES es un rasgo característico en América Latina y el Caribe donde hay una elevada presencia de micros y pequeñas empresas (OIT, 2015a: 7).

La Organización Mundial de Trabajo refiere que América Latina y el Caribe existen unas 11 millones de unidades económicas que contaban con al menos un trabajador además del empleador, una vasta mayoría de las cuales son MYPE, alrededor de 10 millones, y solo un millón son empresas medianas y grandes (OIT, 2015a: 7). Este organismo internacional, agrega que las MYPE generan 47% del

empleo, es decir, ofrecen puestos de trabajo a unos 127 millones de personas en América Latina y el Caribe, y que hay alrededor de 76 millones de trabajadores por cuenta propia, que representan 28% del empleo, de manera que sumando los trabajadores de MYPE y trabajadores por cuenta propia representan alrededor de las tres cuartas partes del empleo. Cifras que son complementadas con el 19% del empleo que genera las empresas medianas y grandes; y el 5% es del trabajo doméstico. (OIT, 2015a: 7).

Con respecto al Perú, el Ministerio de la Producción (2015: 20) refiere que en el país existen 1'518,284 microempresas, representando el 94.9 de las empresas existentes en el país, en tanto que la pequeña empresa está constituida por 71,313 unidades (4.5% del total de empresas en el país), a ello se suma la mediana empresa que son 2,635 empresas (0.2%) y 8,388 unidades productivas (0.5%) que son de la gran empresa. (Ministerio de la Producción, 2015: 20.)

En la región Lima en el año 2010 existían 547,067 microempresas formales (48.1% del total de microempresas en el país) en tanto que en el año 2014 se incrementó a 716,278 unidades de este tipo de empresas (47.2%), aun cuando se han incrementado en número, en segmento porcentual son menos, porque en las otras regiones se ha incrementado la formalidad de las microempresas. (Ministerio de la Producción, 2015: 21.)

También se tiene que en la región Lima en el año 2010 existían 34,321 pequeñas empresas formales (61.7% del total de pequeñas empresas del país) en tanto que en el

año 2014 se incrementó a 42,827 unidades de este tipo de empresas (60.0% del total de pequeñas empresas del país) (Ministerio de la Producción, 2015: 21.).

Aún cuando un segmento de estas empresas se ha mantenido al margen del mercado formal, se han convertido en los últimos años en las principales generadoras de empleo en el país. Pero, las MYPES por sus características y el acceso al financiamiento dificultan su posición de éxito.

En este contexto, las MYPES peruanas no se encuentran en una posición de éxito, debido a que afrontan problemas como los siguientes (Carazo, 2013: 3):

- a. Dispersión de la composición empresarial.
- b. Escasa organización empresarial.
- c. Dificultades de acceso a la tecnología.
- d. Niveles de formación inadecuadas.
- e. Baja productividad.
- f. Dificultades para acceder al sistema financiero.
- g. Dificultades exportadoras de las MYPES.

Por su parte la Organización Internacional del Trabajo señala que los cinco obstáculos más frecuentemente que afrontan las pequeñas empresas son: acceso al financiamiento, competencia del sector informal, sistema tributario, fuerza de trabajo con educación inadecuada, y delitos, robo y desorden; de manera que los obstáculos identificados se relacionan a un entorno poco propicio para el desarrollo de empresas. (OIT, 2015a: 18)

Las MYPES del sector confecciones, actualmente, afrontan una exigente competencia, requiriendo ser eficientes, eficaces, competitivas, tener respuesta rápida a las exigencias del mercado, y que de alguna manera buscan implementar nuevas tecnologías pero sin dejar sus métodos administrativos tradicionales, esto debido a que existen limitaciones de cultura empresarial, presupuestal, de escepticismo en la aplicación de nuevas herramientas tecnológicas de la administración, así como dificultades para acceder al crédito del sistema financiero. Situación a la que no son ajenas las empresas de confecciones de ropa deportiva del Emporio Comercial de Gamarra del distrito la Victoria, Lima.

El Emporio Comercial de Gamarra, también conocido como “Gamarra”, ubicado en el céntrico distrito de La Victoria en Lima, es una zona de gran movimiento comercial relacionado principalmente con la industria de la moda y el textil (Cuba, 2011: 5).

La Cámara de Comercio de Gamarra (2012) refiere que la industria textil en el distrito de La Victoria, se inicio hace más de 120 años, pero en los años 50 del siglo pasado es que se comenzó a forjar lo que hoy es Gamarra. En la década del 60 los talleres de confección y negocios textiles es notoria en Gamarra, estando limitados por la zonificación que no permitía el crecimiento y dejaba en la ilegalidad a los núcleos productivos instalados y negocios sin puerta a la calle. Gamarra crece rápidamente debido a la tercerización de la confección de prendas y, la conquista del mercado provinciano y de la clase trabajadora que eran desatendidos para la moda, generando



una oportunidad de negocio. Éste segmento del mercado de ropa no era muy exigente en cuanto a calidad ni diseño, se trataba de precio y funcionalidad dando flexibilidad para el aprendizaje en campo del nuevo confeccionista provinciano y su proliferación en la zona.

Actualmente en Gamarra se confecciona todo tipo de ropa e incluso compite en diseño, costo y líneas de vestir diversos que le permite incursionar en mercados internacionales como Venezuela, Estados Unidos, Ecuador, México y otros países a quienes se exporta prendas como polos, short deportivos, buzos, es decir la línea de ropa deportiva.

Así se tiene que las MYPES, formadas por personas que hicieron de la necesidad una oportunidad de generarse ingresos, de generar trabajo para ellos y los demás, son hoy en día las principales productoras en el incremento del Producto Bruto Interno (PBI) del país. Resultado que aun cuando las MYPES son importantes para el desarrollo del país, no reciben el apoyo necesario por parte de las entidades financieras, debido a que un sector de ellas no están formalizadas y las que lo están no poseen una atractiva estructura patrimonial, no cuentan con un buen capital de trabajo debido a que las personas que hacen de administradores son los propios dueños, que no tienen estudios superiores o ni siquiera han recibido una capacitación para poder administrar adecuadamente su negocio y así posicionarse en el mercado competitivo.

Lo señalado en el párrafo anterior, ha generado desconfianza a las entidades financieras para que les otorguen créditos financieros; y ello ha ocasionado que las

MYPES recurran a préstamos no bancarios que cobran altos intereses, los cuales ocasionarán que obtengan una rentabilidad muy baja y en muchos casos que las MYPES no duren más de dos o tres años en el mercado, por no obtener un financiamiento a tiempo y de capacitación, es decir, por no tener liquidez o contar con dinero suficiente para poder seguir operando; ya que con su ayuda financiera permitirían el desarrollo económico y tecnológico de estos micro y pequeños negocios; y además que requieren de capacitación en la tecnología administrativa, costos, productiva, abastecimiento y manejo de personal, convirtiéndolos con el tiempo en empresas de éxito nacional e internacional. Pero ante un mercado globalizado y competitivo donde todo cambia constantemente, es momento que las entidades financieras faciliten el apoyo económico que las MYPES necesitan, para que sigan operando en el mercado en que se desenvuelven.

Por lo tanto, es necesario que se investigue sobre la capacitación y financiamiento de las MYPES productoras de prendas deportivas del Conglomerado Comercial de Gamarra. Para ello se aplicarán metodologías científicas y estadísticas para determinar la situación de la capacitación y financiamiento, que ayudarán al conocimiento y divulgación de la importancia que tiene la capacitación en la gestión empresarial y en acceder al financiamiento formal para el crecimiento de las MYPES; ya que al no contar con un financiamiento formal y una capacitación técnica determina que muchas MYPES dejen de funcionar. Al no seguir operando, estas empresas dejarían a muchas personas sin trabajo, haciendo que la tasa de pobreza aumente y por ende se genere una inestabilidad económica para el país.

Las exigencias del mercado y los problemas que tienen las MYPES del sector confecciones de ropa deportiva del Emporio Comercial de Gamarra permiten plantear el siguiente problema general de la investigación: **¿Cuáles son las características de la capacitación y financiamiento de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Emporio Comercial Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, en el año 2015?**

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

Describir las características de la capacitación y financiamiento de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Emporio Comercial Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, en el año 2015.

Para la consecución del objetivo general se tiene los siguientes objetivos específicos:

1. Determinar las características del perfil de los emprendedores MYPES del sector producción de ropa deportiva del Emporio Comercial Gamarra del distrito de la Victoria, Lima.
2. Determinar las características generales de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Emporio Comercial Gamarra del distrito de la Victoria, Lima.
3. Describir las características de capacitación de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Emporio Comercial Gamarra del distrito de la Victoria, Lima.

4. Describir las características de financiamiento de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Emporio Comercial Gamarra del distrito de la Victoria, Lima.

Finalmente la presente investigación se justifica por su conveniencia, relevancia social, implicancias prácticas, utilidad metodológica y viabilidad.

*Conveniencia.* La presente investigación es una propuesta para coadyuvar a resolver la problemática de la capacitación y del financiamiento en las MYPES del sector producción de ropa deportiva de Gamarra, porque se tiene MYPES que tienen como fuente de financiamiento a familiares, prestamistas y otros. Además el estudio da luces sobre las ventajas de la capacitación y las oportunidades que tendrían con las entidades financieras al momento de solicitar financiamiento para sus negocios.

*Relevancia social.* Los resultados de la investigación pretende avizorar los beneficios del efecto multiplicador en la economía y la sociedad, dado que los beneficios de las MYPES y sus trabajadores tendrán un efecto multiplicador en lo económico y en lo social, por la mejora de la calidad de vida que podría tener los trabajadores por sus ingresos remunerativos al tener una mejor capacitación.

*Implicaciones prácticas.* El trabajo de investigación contesta las inquietudes sobre los problemas estructurados inicialmente, por tanto ayudará a resolver problemas reales de la población estudiada y por ende contribuirá al desarrollo socio-económico del país. También la investigación será beneficiosa para los estudiantes de la carrera

de ciencias empresariales de las universidades cuando realicen investigaciones sobre el financiamiento y capacitación para las MYPES.

*Utilidad metodológica.* En el presente estudio utilizó el método deductivo, con un diseño no experimental ya que no se manipulará a las variables dado que los hechos ya han sucedido, y el tipo de estudio fue descriptivo. Descriptivo porque se describió cada una de las variables.

*Viabilidad.* La realización de la investigación sobre el tema propuesto es viable, porque se contó con la información necesaria para el desarrollo del tema.

## **II. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **2.1 Antecedentes**

Puecas (2015) en su tesis “Caracterización del financiamiento y capacitación en las MYPES del sector productivo, rubro confección de polos en la ciudad de Chimbote, 2013” determinó objetivo general de estudio, determinar las principales características del financiamiento y capacitación de las MYPES del sector productivo, rubro confección de polos en la Ciudad de Chimbote, 2013. Un estudio cuantitativo-descriptivo, con una muestra de 10 MYPES, aplicando un cuestionario de 12 preguntas cerradas. Los resultados más resaltantes fue que el 40% de los encuestados tienen más de 61 años, el 90 % son del sexo femenino, el 50% tienen estudios técnicos, el 50% son personas casadas y el 80% son propietarios del mismo negocio. Otros resultados son que el 80% crearon su empresa con el fin de obtener ganancias, el 50% tienen más de 21 años de experiencia como empresario MYPE. Se tiene que en el año 2013, el 40% de los encuestados obtuvieron créditos del sistema financiero formal, cabe señalar que el 30% solicitaron crédito más de una vez, y el 50% de los que accedieron al crédito lo aplicaron para capital de trabajo. Finalmente, se tiene el 60% no recibió capacitación para iniciar su negocio. Concluyéndose que la totalidad de los representantes legales de las MYPES son adultos, la mayoría son del sexo femenino y propietarios de la empresa, solo una minoritaria parte de los encuestado obtienen

financiamiento informal y no recibieron capacitación para formar su negocio asimismo, la mitad son personas casadas con profesión técnica que tienen permanencia mayor a 20 años en su negocio que se formaron con la finalidad de generar ganancias.

Flores (2014) en su tesis “Modelo empresarial Clústers en negocios internacionales del sector exportador MYPES de confecciones textiles de Gamarra, Lima 2005 – 2012” refiere que el Modelo Empresarial Clúster propuesto, es una alternativa para generar más riqueza que sus competidores en los mercados mundiales. Por otra parte un clúster es la concentración geográfica de grupos de empresas que se apoyan mutuamente mediante relaciones verticales (clientes, tecnología y canales de distribución), desarrollando competencias y consolidándose ante los clientes. De ambos conceptos se deducen que los clústeres generan competitividad siendo ésta una necesidad para el desarrollo del país. Esta investigación tuvo como objetivo realizar un análisis estratégico de la situación actual de las MYPES textiles del sector confecciones, y poder plantear alternativas de alianzas estratégicas que permitan a las MYPES textiles del sector de las confecciones de Gamarra, ser más competitivas en el ámbito nacional e internacional. Fue una investigación de tipo descriptiva cuasi experimental, cuantitativa de diseño pre experimental. La muestra fue de 70 MYPES seleccionadas aleatoriamente entre las cuadras 5 y 6 de la zona textil de Gamarra y aledaños. Entre sus resultados se tiene que el 35.71% de los empresarios MYPES del estudio tienen más de tres años de experiencia gerencial, pero el 18.57% de las MYPES tienen más de tres años de experiencia en el sector de confecciones para las exportaciones. También encontró que el 100% del personal de las empresas exportadoras de Gamarra están capacitadas para afrontar la competencia del sector de

confecciones textiles para la exportación. Entre sus conclusiones se tiene que la competitividad empresarial de los clúster, está integrada por la asociación de pequeñas empresas en Gamarra, que brindan al confeccionista una serie de beneficios como: reducción de costos, acceso al financiamiento, negociación con proveedores y clientes, compartir riesgos, entre otros beneficios, lo cual, le permite atender a tiempo pedidos esporádicos. Pero, no solo es importante la articulación entre empresas, sino, que haya también articulaciones entre asociaciones, lo que no se ha dado por la ausencia de confianza entre los diferentes gremios. Finalmente la investigación constituye un cambio de actitud empresarial en insertarse en la nueva economía del conocimiento. Un aporte trascendental para las MYPES de Gamarra del Sector de Confecciones para la Exportación asociadas como un Clúster, alternativa que de acuerdo a la muestra tomada en la parte estadística del presente trabajo, las MYPES estarían interesadas en practicarla para enfrentar retos más exigentes en un mercado globalizado y competitivo, contribuyendo al desarrollo y crecimiento económico del país por la generación de nuevos puestos de trabajo.

Kong y Moreno (2014) en su tesis “Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las MYPES del distrito de San José – Lambayeque en el período 2010-2012” plantea el objetivo general de determinar la relación que existe entre las fuentes de financiamiento y el desarrollo de las MYPES, para ello aplicó una metodología de tipo correlacional y el diseño de investigación de tipo Ex post facto, ya que el análisis se da en un tiempo determinado. Tuvo como sujetos de estudio a 130 gestores de las MYPES y a cuatro representantes de las fuentes de financiamiento que tuvieron mayor participación en el mercado del Distrito de San José, obteniendo



resultados medidos a través de encuestas y entrevistas. Básicamente analizó la situación del sector microempresarial de San José, encontrándose que el 69% de las MYPES invierten poco en la capacitación de los recursos humano, dado que lo consideran poco importante, dado que son ellos mismos los que administran y atienden en sus negocios; en cuanto al financiamiento encontraron que el 70% de los empresarios MYPES financia su empresa a través de entidades financieras, así como agiotistas y/o familiares, tal es que el 28% de los empresarios MYPE se financian a través de Mi Banco y el 17% lo hacen en las entidades bancarias; prestamos que en un 45% lo destinaron a capital de trabajo (45%), así como a la adquisición de activos fijos (26%) para ampliar sus negocios, y un 8% para cumplir con sus obligaciones a proveedores. Con estos resultados se determinó que el sector comercial es el de mayor concentración, evidenciado por las bodegas quienes producto de sus ahorros dieron inicio a sus pequeños negocios, pero con el afán de desarrollarse y obtener un crecimiento en el tiempo decidieron optar por otras alternativas para poder financiarse; dando inicio al protagonismo de las fuentes de financiamiento. Con ello se pudo determinar que una proporción considerable de MYPES han sabido gestionar su financiamiento reflejado en el aumento de su producción y en el de sus ventas, considerando favorable la influencia de las fuentes de financiamiento. Por otro lado, existe una parte de pequeños negocios que no han destinado de manera correcta su financiamiento, limitando su desarrollo en el tiempo, básicamente afectado por una deficiente gestión empresarial. Ante esta situación se recomendó promover actividades de gestión empresarial con el apoyo de nuevos programas de financiamiento o la reformulación de los ya existentes, que les permita un correcto direccionamiento del financiamiento contribuyendo en el desarrollo y crecimiento empresarial de las MYPES.

Rengifo (2011), en su tesis “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro artesanía shipibo-conibo del distrito de Callería-Provincia de Coronel Portillo, periodo 2009-2010” cuyo objetivo general, describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio-rubro artesanía shipibo-conibo del distrito de Callería. La investigación fue de tipo descriptiva, con una muestra de 14 microempresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: Respecto a los empresarios y las MYPES: Los empresarios encuestados manifestaron que: el 100% de los encuestados son adultos, el 57% es masculino y el 50% tiene secundaria completa. Así mismo, las principales características de las MYPES del ámbito de estudio son: El 100% afirman que tienen más de 03 años en la actividad empresarial y el 71% tienen trabajadores eventuales. Respecto al financiamiento: Los empresarios encuestados manifestaron que: el 86% financia su actividad económica con préstamos de terceros y el 33% lo invirtió en mejoramiento y/o ampliación de su local. Respecto a la capacitación: Los empresarios encuestados manifestaron que: el 86% no recibió capacitación antes del otorgamiento de préstamos, el 7% si recibió capacitación y el 71% recibió un sólo curso de capacitación. Respecto a la Rentabilidad: el 93% afirma que con el crédito otorgado ha mejorado su negocio, 57% comenta que la capacitación mejoró la rentabilidad de las empresas y el 57% afirmó que el año 2010 fue mejor que el año anterior.

Hernández (2011) en sus tesis “Las Sociedades de garantía recíproca como instrumento de acceso al financiamiento de las micro y pequeñas empresas (MYPE)

en el sistema financiero” que tiene como objetivo determinar la relación existente entre el empleo de las sociedades de garantía recíproca y el acceso al financiamiento de las MYPES. Es una investigación correlacional. El estudio señala que que las MYPES tiene un gran impacto en la economía peruana, representan el 99.5% del total de empresas y brindan empleo al 80.6% de la población económica activa (PEA), que equivale a 7,6 millones de personas. Sus principales actividades de producción son los sectores de agricultura (52%), servicios (18%) y comercio (16%); asimismo, contribuye con el producto bruto interno (PBI). A pesar de su gran impacto en nuestra economía y en la generación de empleo, su desempeño refleja baja productividad y falta de competitividad, tanto así que solo contribuye con el 2% de las exportaciones nacionales. La baja productividad y falta de competitividad de las MYPES es consecuencia de diversos factores, entre los que podemos mencionar los siguientes: altos costos de producción, problema para acceder al financiamiento, tienen poco o nulo acceso a economías de escala, no están informadas adecuadamente, no están capacitadas, entre otros y la mayor parte son informales. Estos factores las hacen vulnerables ante los diversos efectos macroeconómicos y a la competencia generada por el proceso de globalización, lo que se traduce en serias dificultades para su desarrollo, consolidación y crecimiento en nuestro sistema productivo nacional.

Aguilar (2011) en su Tesis “Prospección del planeamiento estratégico y la competitividad empresarial en las MYPES del sector confecciones” señala que surge de la inquietud por coadyuvar a mejorar el perfil competitivo de este sector empresarial y destacar el rol económico, social y empresarial que tienen las micro y pequeñas empresas, tanto en los países desarrollados como en los países en desarrollo, caso

específico del Perú. El problema general de este estudio fue ¿Se está aplicando el planeamiento estratégico en el contexto de la mejora de la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector confecciones?, la cual ha permitido determinar el siguiente objetivo general: Determinar el nivel de aplicación del planeamiento estratégico en las MYPES del sector confecciones para mejorar su competitividad. Fue una investigación correlacional, Ex post facto, se aplicó una encuesta a 68 empresarios MYPES del sector confecciones del emporio empresarial “Gamarra” del Distrito de La Victoria, Provincia de Lima. Entre sus resultados relacionados con el presente estudio se tiene que encontró el 79.41% de los empresarios MYPE eran del sexo masculino; que el 29.41% eran casados y el 39.71% son convivientes; en cuanto al nivel educativo encontró que el 42.65% de los empresarios MYPE en su investigación tienen secundaria completa (y 7.35% secundaria incompleta) y el 27.94% educación superior no universitaria. Otro resultado encontrado por Aguilar es que el 100% de los empresarios MYPES tienen más de tres años de experiencia; y, que los empresarios MYPES afirmaron que en empresa el si trabajan sus familiares en su empresa (86.76%). Y finalmente encontró que el 82.35% de los empresarios MYPE invierten para capacitarse, pero el 69.12% de los empresarios MYPE no envían a sus trabajadores a capacitarse. Concluyéndose que las MYPES del sector confecciones no están en condiciones técnicas-formativas para aplicar el planeamiento estratégico y no tienen las condiciones necesarias para ser competitivas, por lo que se recomienda inculcar una cultura empresarial basada en la cultura de la calidad e invertir en capacitación.

Malpartida (2010) en su investigación “Marketing en la gestión de las pyme productoras y comercializadoras: El emporio comercial gamarra (2007-2009)” que tiene como objetivo Analizar la importancia del marketing en las ventas de las Pymes ubicadas en el emporio comercial Gamarra dedicadas a la producción y comercialización, lo cual incluye conocer a sus clientes, competidores, proveedores e investigar el mercado en el cual van a trabajar. El método aplicado fue el analítico, no experimental, transversal y correlacional; la muestra formada por 99 empresarios o administradores de las Pymes ubicadas en Gamarra. Entre los resultados se tiene que alrededor del 5% de los empresarios había iniciado sus actividades hace menos de un año, el 90% del personal de las empresas no cuenta con personal capacitado en Marketing. Se relacionaron los resultados en ventas y conocimiento, uso y estrategia de marketing mix. Los principales resultados fueron que la proporción de Pymes que lograron incrementar sus ventas utilizando herramientas de marketing es mayor respecto de aquellas que no lo emplearon como herramienta de gestión. Permitiendo concluir que a cuando más Pymes utilicen el marketing como herramienta de gestión, mayor influencia positiva generará al emporio comercial de Gamarra para convertirse en un mega centro moderno y competitivo.

## **2.2 Bases teóricas**

### **2.2.1 Teoría de las MYPES**

#### **2.2.1.1 Concepto de MYPE**

Produce (2012: 15) refiere que la decisión de realizar una actividad económica, es el resultado de la decisión de los empresarios MYPE, como elegir una alternativa para resolver un problema actual o potencial, sea para concretar sueños individuales de desarrollo o a condicionantes externos como la falta de empleo y que teniendo en

cuenta al conocimiento y/o experiencia sobre una actividad económica, y elija una alternativa de acción que resuelva el problema, tomando una decisión con ese motivo específico, generando sus propias empresas -micro y pequeñas empresas- y sus puestos de trabajo, en principio para el jefe de familia, luego la cónyuge, los hijos y otros familiares cercanos. Y una decisión es el tránsito de la informalidad a la formalidad y el tipo de organización que adoptará (persona natural o jurídica).

Los primeros en crear estas micro empresas fueron los migrantes provincianos que llegaron a Lima, que con su voluntad explícita de acceder a la economía y la sociedad a la que estaban integrando, forjaron en forma silenciosa su micro empresa, ayudando a dinamizar la economía donde están establecidas. (Vereda, 2001, citado por Sanhueza, 2011: 7).

Esta connotación popular de las micro y pequeñas empresas, dio lugar a lo que se conoce como economía popular, donde la microempresa es su gran componente, que como señala CONAFIPS (2015: 14) la economía popular y solidaria no es reciente, en varios países del mundo viene desde hace mucho tiempo, ello como respuesta a la lógica capitalista excluyente y de acumulación y es entendida como el conjunto de labores económicas, monetarizadas y no monetarizadas llevadas a cabo por los sectores populares. Por lo cual, la micro empresa refleja la parte monetarizada o mercantil de la economía.

En el país la Micro y Pequeña empresa (MYPE) tiene como marco legal básico el Decreto Legislativo N° 1086, Ley de Promoción de la competitividad, formalización

y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente (publicada el 28 de Junio del 2008). Este último texto legal en sus artículo 2º señala que una micro empresa es aquella que tiene de uno hasta 10 trabajadores inclusive y ventas anuales de hasta un máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT), en tanto que una Pequeña Empresa es aquella que tiene de uno hasta cien (100) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT, Mediante Decreto Supremo N° D.S. 397-2015-EF, de fecha 24 de diciembre del 2015, se aprobó el valor de la nueva UIT para el ejercicio 2016, cuyo importe será S/.3,950.00; por lo tanto, para el 2016, las ventas para ser considerada micro empresa no deben ser mayores a S/. 592,500 y una pequeña empresa S/. 6'715,000. (El Peruano 2015). Lo más importante de las MYPES es su relevancia en la economía del país.

Por su parte el BCRP (2011) refiere que una empresa es una “unidad económica de producción y decisión que, mediante la organización y coordinación de una serie de factores (capital y trabajo), busca obtener un beneficio produciendo y comercializando productos o prestando servicios en el mercado.” (p. 66), la empresa es dirigida por una persona o un grupo de personas, que en el caso de la MYPE, el emprendedor es quien asume esta responsabilidad.

En este contexto, la MYPE es una unidad económica constituida por una persona natural y jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

### 2.2.1.2 Clasificación de las MYPES

Las MYPE, de acuerdo a los modelos del desarrollo en el contexto internacional y luego con relación a su organización administrativa y cumplimiento con la ley tienen los siguientes tipos de MYPE, divididas de acuerdo a su modelo de desarrollo y a su estructura organizativa.

De acuerdo a la ley N° 30056, las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales y no por el número de trabajadores:

- **Microempresa:** ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- **Pequeña empresa:** ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- **Mediana empresa:** ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la micro, pequeña y mediana empresa podrá ser determinado por decreto supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas y el Ministro de la Producción cada dos (2) años.

### 2.2.1.3 Características de las MYPES en el Perú

De los modelos y tipos de MYPE que existen en el mundo y en el país conllevan a que se destaquen las características de las MYPE que predominan en el Perú. Entre las características comerciales y administrativas de las MYPE se tiene (Proinversión, 2013:92):



- Su administración es independiente. Por lo general son dirigidas y operadas por sus propios dueños. Este aspecto organizativo, vertical, operatividad informal y alto contenido de pragmatismo limitan el desarrollo empresarial, en el sentido que el propietario no delega y esto, actualmente es inoperante ante la especialización que exige el ser competitivo.
- Su área de operación es relativamente pequeña, sobre todo local. Son pocas las MYPE que producen para exportar, debido a que tienen limitaciones de calidad, producción de escala, costos entre otros aspectos que limitan su competitividad exportadora, por ello su operatividad es localista.
- Tienen escasa especialización en el trabajo. No suelen utilizar técnicas de gestión. Ello debido a la falta de preparación técnica-académica que les permita a los empresarios aplicar las técnicas de gestión.
- Emplean aproximadamente entre cinco y diez personas. Dependen en gran medida de la mano de obra familiar. En este escalafón empresarial, la MYPE se apoya en la mano de obra familiar a la que no le paga los derechos laborales, no están asegurados y producen sin preparación técnica, es mano de obra no calificada, que en el camino han ido aprendiendo la técnica y el proceso productivo, afectando la calidad de las prendas, por lo tanto mermando su capacidad competitiva.
- Su actividad no es intensiva en capital pero sí en mano de obra. Sin embargo, no cuentan con mucha mano de obra fija o estable. La alta rotación de personal –debido a las pobres condiciones laborales, baja remuneración, inestabilidad laboral, etc.-, limitan que la MYPE tenga una mejor estabilidad.

- Disponen de limitados recursos financieros. Ello porque no califican ante las instituciones financieras, no son sujetos de crédito al no tener registrada legalmente la empresa, sus propiedades no están en Registros Públicos. Situación que no les permite apalancarse financieramente para su desarrollo.
- Tienen un acceso reducido a la tecnología. Sus limitaciones económicas-financieras no les permite prepararse y adquirir bienes de capital con tecnología de punta que les posibilite producir más y mejor. Con limitaciones para acceder a la tecnología mediatizan su competitividad, sea por diferenciación (calidad) o costo.
- Por lo general no separan las finanzas del hogar y las de los negocios. Esto es un grave problema para las finanza empresariales, porque ante una coyuntura económica familiar toman para si los ingresos y hasta el capitán de la empresa para afrontar dicha situación y si posibilidad de retornar este flujo de dinero a la empresa.

Las MYPE se caracterizan básicamente porque sus gestores, los pequeños empresarios, generalmente tienen un importante conocimiento operativo de su negocio pero una gran necesidad de apoyo administrativo-financiero. Por lo general, su fortaleza está en alguna ventaja competitiva personal; como, por ejemplo, ser excelentes vendedores, hábiles artesanos, expertos técnicos o profesionales. Pero, frente a los retos que impone el mundo globalizado es necesario que las MYPE realicen una gestión empresarial de excelencia para poder ser competitivas de acuerdo con los estándares internacionales, de lo contrario son serias candidatas a la desaparición,

competitividad que tiene que ser respaldadas por sus pilares básicos, como se verá a continuación.

El protagonismo económico, social, productivo de las MYPES en el país es evidente, pero su situación productiva, gerencial (administrativa), tecnológica, financiera y laboral no son las aparentes para generar empleo decente y ser protagonistas en la competitividad que demanda la competencia nacional e internacional, debido a los diversos problemas que afronta.

Según la Encuesta de Micro y Pequeña Empresa 2013 (INEI, 2014) se tiene que éstas se caracterizan por:

1. El 45,8% de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) declararon que, para el desarrollo de su actividad económica tienen la condición de persona natural; le sigue sociedad anónima cerrada con 26,4%, empresa individual de responsabilidad limitada con el 15,0%, sociedad comercial de responsabilidad limitada con el 10,1% y la sociedad anónima con 2,7%. (INEI, 2014: 11)

2. El 50% de los locales de las MYPES es alquilado, el 40% propio y el 10% es prestado. El 87,1% de los locales declarados como propio tienen título de propiedad. Así mismo, el 96,7% de las MYPES que tenían título de propiedad del local principal, manifestaron que el referido título estaba inscrito en los registros públicos. (INEI, 2014: 12).

3. En cuanto al nivel educativo alcanzado, el 33,4% de los propietarios de las Micro y Pequeña Empresas manifestaron tener secundaria completa, el 23,0% superior

universitaria completa, el 16,2% superior no universitaria completa, el 8,4% superior universitaria incompleta, el 6,9% superior no universitaria incompleta, el 5,4% secundaria incompleta, el 5,1% primaria completa, el 1,6% primaria incompleta y menos del 0,5% de los propietarios no tiene ningún nivel de estudios. (INEI, 2014: 12).

4. El 66,2% de los propietarios de las MYPES son hombres y el 33,8% mujeres. El 55,8% de los propietarios hombres manifestaron tener entre 25 y 49 años de edad, mientras que el 35,6% tenían entre 50 a 64 años de edad. El 67,0% de las propietarias mujeres señalaron tener entre 25 a 49 años de edad, mientras que el 27,7% tenían entre 50 a 64 años de edad. (INEI, 2014: 13).

5. El 69,6% de las MYPES declararon contar con licencia municipal de funcionamiento. A nivel de forma de organización, el 62,8% de las Micro y Pequeña Empresas organizadas como empresa individual declararon que tienen la referida licencia. En tanto que las organizadas como sociedad, el 80,1% declaró que disponían de la licencia municipal de funcionamiento. (INEI, 2014: 13).

6. En el año 2012, el 5,4%, de las MYPES declararon que formaban parte de alguna organización o agrupación con fines empresariales. Es decir, pertenecían a instituciones que se crearon con la finalidad de negociar con proveedores, acceder a nuevos mercados, acceder a servicios financieros, obtener información y asistencia técnica, entre otros.

De las empresas que pertenecían a alguna organización o agrupación en el año 2012, el 69,1% de las MYPES, manifestaron que lo hicieron para acceder a mercados, el 41,8% lo hizo para acceder a capacitación y asistencia técnica, el 38,4% para

negociar con proveedores, es decir, buscan tener mejores precios y calidad de los insumos que utilizan en la elaboración de los productos. (INEI, 2014: 14).

7. En el año 2012, el 56,0% de los conductores de las MYPES declararon que habían accedido o participado en cursos o eventos de capacitación. Los temas de mayor interés a los que asistieron los conductores a capacitarse fueron, ofertas que ofrece el sistema financiero (40,9%), gestión empresarial (19,0%), nuevas tecnologías para mejorar productos o procesos productivos (15,7%), información y comunicación (7,8%) y nuevas tecnologías para la gestión empresarial (6,5%). (INEI, 2014: 14).

8. En el año 2012, el 19,0% de los conductores de las MYPES declararon que habían participado en cursos o eventos de capacitación relacionados con la gestión empresarial. Asimismo, los conductores de las empresas manifestaron que los cursos de capacitación preferidos, fueron marketing (19,0%), calidad (10,2%), exportaciones (10,1%), formalización (9,7%) y atención al cliente (7,7%), entre los principales. (INEI, 2014: 15).

9. En el año 2012, el 6,5% de los conductores de las MYPES declararon que habían participado en eventos de servicios sobre nuevas tecnologías para la gestión de su empresa. Los eventos a que más asistieron los conductores son: Sistemas de gestión de calidad (41,5%), buenas prácticas de manufactura y gestión (20,1%), certificación de procesos de gestión – ISO 9000/ISO 9001 (14,6%), sistemas de gestión de calidad: Incluye las 5 S de la calidad (12,2%), Otros instrumentos de desarrollo de capacidades en términos de calidad (6,4%) y mejoramiento continuo Kaizen (5,2%). (INEI, 2014: 16).

10. En el año 2012, el 7,8% de los conductores de las MYPES declararon que habían participado en cursos y/o de servicios sobre Tecnologías de Información y

Comunicación (TIC). Los servicios o eventos más utilizados o concurridos, fueron: Diseño de página web (21,6%), operaciones de banca electrónica (18,2%), transacciones comerciales con proveedores por internet (16,0%), transacciones comerciales con compradores por internet (14,4%) y redes sociales (12,4%). (INEI, 2014: 16).

11. El 15,7% de los conductores de las MYPES declararon que habían participado en cursos o eventos de capacitación relacionados con el mejoramiento de sus productos o prestación de servicios. Los proyectos o eventos de capacitación que registran mayor participación, fueron: Nuevos o mejores procesos de fabricación o producción (38,4%), nuevos o mejores productos (36,4%), nuevos o mejores servicios (14,5%) y nuevos o mejores procesos con proveedores y compradores (10,0%). (INEI, 2014: 17).

12. En el año 2012, el 40,9% de los conductores de MYPES habían participado en algún evento de capacitación y accedieron a información relacionado con los servicios del sistema financiero. Los criterios que más influyeron en las empresas para adoptar la decisión de solicitar un crédito fueron: Tasa de interés (93,5%), seguido de plazos de pago (50,5%), beneficios que otorga la entidad (22,1%), prestigio de la entidad financiera (13,8%) y garantías solicitadas (13,6%). (INEI, 2014: 18).

## **2.2.2 Teoría de la capacitación**

### **2.2.2.1 Concepto de capacitación**

Para tener un concepto claro sobre la capacitación, es necesario diferenciarlo del entrenamiento y el adiestramiento. El entrenamiento es la preparación que se sigue para desempeñar una función. Mientras que el adiestramiento es el proceso mediante el cual se estimula al trabajador a incrementar sus conocimientos, destreza y habilidad.

Werther, Davis y Guzmán (2014) definen la capacitación como “el desarrollo de habilidades técnicas operativas y administrativas de todos los niveles del personal” (p. 182), permitiendo al personal de la organización a desempeñar su trabajo actual, cuyos beneficios pueden prolongarse durante toda la vida laboral y colaborar en el desarrollo de la persona para cumplir con sus funciones.

Cabe señalar que entre capacitación y desarrollo profesional es diferente, el desarrollo se entiende como los programas dirigidos particularmente a los empleados de niveles medios y superiores, sea corto, mediano y largo plazo a quienes se les da una preparación para su futura utilidad. (Werther, Davis y Guzmán, 2014: 182).

En cambio, capacitación es la adquisición de conocimientos técnicos, teóricos y prácticos que van a contribuir al desarrollo del individuo en el desempeño de una actividad.

Por ello, se puede señalar que el concepto capacitación es mucho más amplio. La capacitación, en la actualidad, es uno de los medios más efectivos para asegurar la formación permanente de los recursos humanos respecto a las funciones laborales que y deben desempeñar en el puesto de trabajo que ocupan.

En suma, la capacitación es la actividad sistemática y programada mediante la cual se intenta preparar al trabajador para que desempeñe sus funciones asignadas en forma eficiente y tiene como objetivo integrar al personal al proceso productivo y se

da a todos los trabajadores en general y mayormente es a corto plazo y es de tipo técnico. (Werther, Davis y Guzmán, 2014: 182)

Si bien es cierto que la capacitación no es el único camino por medio del cual se garantiza el correcto cumplimiento de tareas y actividades, si se manifiesta como un instrumento que enseña, desarrolla sistemáticamente y coloca en circunstancias de competencia a cualquier persona. Bajo este marco, la capacitación busca básicamente:

- Promover el desarrollo integral del individuo, y como consecuencia el desarrollo de la organización.
- Propiciar y fortalecer el conocimiento técnico necesario para el mejor desempeño de las actividades laborales.

En consecuencia, la capacitación debe entenderse como un proceso continuo y planeado con base en las necesidades actuales del individuo y de la empresa, así como orientarse hacia la acumulación de conocimientos y habilidades que ayuden al individuo durante su trayectoria laboral, mejorando su desempeño actual y modificando su actitud hacia el trabajo de tal manera que pueda asumir responsabilidades cada vez mayores, lo que le facilitará su desarrollo laboral.

Como la empresa es quien decide la capacitación laboral, es ésta la que debe diseñar el programa de capacitación que consta de seis pasos (Alles, 2014: 153):

- Primer paso: detección de necesidades. Determinar las deficiencias técnicas y la necesidad de solventarlas a través de la capacitación.



- Segundo paso: clasificación y jerarquización de las necesidades de capacitación. Se debe clasificar y ordenar para decidir cuáles son las más urgentes, o más importantes, o cuáles requieren atención inmediata y cuáles se tienen que programar a largo plazo.
- Tercer paso: definición de objetivos. Determinar los motivos de llevar adelante el programa. Estos objetivos tienen que formularse de manera clara, precisa y medible para más adelante, después de aplicar el programa, poder evaluar los resultados.
- Cuarto paso: elaboración del programa. En este momento se determina qué (contenido), cómo (técnicas y ayudas), cuándo (fechas, horarios), a quién (el grupo), quién (instructores), cuánto (presupuesto).
- Quinto paso: ejecución. Llevarlo a la práctica.
- Sexto paso: evaluación de resultados. Esto debe hacerse antes, durante y después de ejecutarlo.

En el país existen básicamente dos grandes mecanismos de apoyo: a) mecanismos de apoyo estatal a la formación en sectores específicos, y b) incentivos legales a la contratación de mano de obra en formación.

#### **a. Mecanismos contributivos: El caso del Senati**

En Perú existe un sistema orientado a resolver el problema de derechos de propiedad en las inversiones en capacitación laboral, para el caso del sector industrial -existe otro ente que también capacita, como es el caso que para el sector construcción, llamado SENCICO, el cual se financia, principalmente, con el aporte del 0.2% del total

de ingresos facturados de las empresas del sector-. En efecto, el Servicio Nacional de Adiestramiento en el sector Industrial (SENATI), se financia mediante una contribución del 0.75% de las planillas de empresas grandes en el sector industrial: se estima que unas 2 mil empresas aportan actualmente al Senati.

Las empresas pequeñas no están incluidas en el esquema aunque sus aportes pueden ser voluntarios. Claramente la lógica es de compartir los costos dado que se van a compartir los beneficios de la capacitación. Sin embargo, el esquema es de financiamiento mixto pues para cumplir con sus objetivos el Senati cuenta con el apoyo del Estado y además se financia con recursos propios

#### **b. Incentivos legales a la contratación de mano de obra**

El segundo mecanismo toma la forma de incentivos legales a la contratación de mano de obra en formación. La idea es simple: si la empresa invierte en la formación de jóvenes especialmente, estas empresas se les exonera de una gran cantidad de pagos de beneficios laborales. Desde el punto de vista del trabajador, esto podría interpretarse como una aceptación de los trabajadores en formación de aceptar una compensación total menor a cambio de capacitación. Por esta razón, estos contratos se concentran en la mano de obra juvenil, o dicho de otro modo, se concentran en la capacitación pre empleo o de entrada al mercado de trabajo.

En la legislación laboral peruana, estos incentivos legales toman la forma de tres modalidades contractuales para diferentes públicos objetivo: convenios de formación laboral juvenil para jóvenes con educación secundaria:

- Contratos de aprendizaje para los jóvenes con educación técnica (principalmente proporcionada por el Senati).
- Practicas pre profesionales para jóvenes con educación superior.

Esta formación esta direccionada a desarrollar las competencias laborales en los jóvenes que buscan insertarse en el mercado laboral. La segmentación del mercado laboral actualmente se observa más discriminativa en todos los campos productivos, dado que, las destrezas, las aptitudes, el perfil actitudinal y comportamental son las nuevas exigencias del mundo contemporáneo por lo que se estima que la educación debe ser más abierta, flexible y, sobre todo, permanente, estando al mismo tiempo, más vinculada con los sectores productivos.

El reto consiste en lograr mayor adaptación y velocidad de respuesta a las necesidades del cambio, en elevar la calidad y pertinencia de los programas y en mejorar la vinculación de la capacitación con las transformaciones de la estructura productiva.

Actualmente, se requiere de las personas que entran al mercado laboral nuevas capacidades que les permitan analizar y resolver problemas, trabajar en equipo, desempeñar diferentes funciones dentro del proceso productivo (polivalencia), asumir responsabilidades, dominio de lenguajes tecnológicos y capacidad de comunicación e interlocución con otros participantes de la producción. Es decir el desarrollo de las competencias laborales. Las competencias, refiere Alles (2004: 52), son las conductas de las personas; conductas que pueden anular las capacidades naturales de las

personas. De manera que si una persona tiene capacidades naturales estas pueden ser potenciadas o anuladas según sus conductas.

Al respecto Elliott Jaques, referido por Alles (2014: 71), plantea la capacidad potencial y la capacidad aplicada de los individuos. La capacidad para el trabajo o para resolver problemas es la capacidad de usar un razonamiento discrecional en la toma de decisiones que hace posible alcanzar los resultados (realizar la tarea). Esta misma autora señala tres elementos en la capacidad para el trabajo: el nivel de complejidad de los procesos mentales, los valores y los intereses de la persona o el compromiso con el trabajo, y los conocimientos y habilidades requeridos para ese trabajo en particular; donde los dos últimos elementos se relacionan con un trabajo en particular. Señalando que ninguna persona es competente para todas las tareas y no está igualmente interesado en todas las clases de tareas. Por otra parte los procesos mentales sí son genéricos. Pero, existe la complejidad mental como parte del carácter de una persona sin considerar el tipo de trabajo y lograr el éxito.

De manera que la capacitación basada en competencias es el proceso de desarrollo de competencias que ofrece diseños curriculares, procesos pedagógicos y recursos con base en un referencial de ellas. Esta capacitación se estructura modularmente a partir de la identificación de competencias realizadas en los distintos sectores productivos y establece estándares de calidad. Además, a través de metodologías de aprendizaje y estrategias de formación, desafía el logro de perfiles de personas formadas integralmente.

### **2.2.2.2 La capacitación de las MYPES en el Perú**

La innovación tecnológica tiene un rol absolutamente fundamental en el establecimiento de la competitividad de las empresas, pues mediante una gestión inteligente, se constituye en un vector integrador de las posibilidades estratégicas de diferenciación, sin embargo para las MYPES de confecciones resulta una ardua labor el tener que aplicar las nuevas tecnologías y los cambios técnicos en las actividades cotidianas por la fuerza de la costumbre se ejecutan y existe resistencia al cambio.

Ante la resistencia al cambio, el empresario MYPE debe afrontar -prepararse, capacitarse- directamente los factores innovadores de la competitividad, como es la innovación, el desarrollo de nuevos productos, la preparación técnica para la gestión de la empresa en un mundo globalizado, que demanda esfuerzo, creatividad, cambio de mentalidad, ser perspicaz con mente y ojo agudo para aprovechar las oportunidades que ofrecen los mercados, pero para ello debe estar capacitado y dirigir la competitividad de su MYPE.

El reto de gestionar una MYPE competitiva en un mercado globalizado, el empresario debe apostar por la investigación y desarrollo de productos y tener la preparación técnica para la gestión y la innovación.

Los emprendedores -como el caso de todos los empresarios MYPES en general y de los de confecciones de ropa deportiva en particular- actúan en forma independiente o como parte de una organización al crear un negocio nuevo o desarrollar una innovación y corren el riesgo para introducirlos en el mercado. Las

empresas necesitan de empresarios y empleados con mentalidad emprendedora. Los empresarios o administradores de alto nivel deben tratar de establecer una cultura emprendedora que inspire a las personas y a los grupos a tener iniciativas para forjar la empresa. Por ello los empresarios MYPES de confecciones de ropa deportiva deben estar entregados a este esfuerzo y pensar que una de sus responsabilidades básicas es contribuir a sus empresas sea más emprendedor. Así se tiene que las MYPES deben introducir constantemente algunas prendas de diseño innovador recientemente y que en el mercado se está demandando.

Para ello los empresarios MYPES de confecciones de ropa deportiva deben capacitarse a fin de estar preparados para dirigir la innovación. Pero para crear y comercializar productos -como en esta época de invierno, presentar prendas de abrigo con nuevos diseños y aplicaciones-, no sólo debe haber capital intelectual (creatividad para innovar), sino también una mentalidad emprendedora; así mismo debe tener habilidad y preparación técnica para gestionar la empresa.

De manera que el empresario MYPE de confecciones de ropa deportiva debe tener preparación técnica para conocer a fondo el negocio y la tecnología, tener una inclinación por correr el riesgo. En casi todos los casos, el conocimiento debe ser transferido a otras partes de la empresa MYPE con el objeto de mejorar la competencia en la gestión de la empresa.

Para el empresario MYPE de confecciones transferir el conocimiento al personal de su empresa debe ser algo difícil porque la parte receptora (los trabajadores, que muchas veces no tienen la capacitación técnica que el caso requiere) debe tener la

debida capacidad de absorción para adquirir el conocimiento nuevo. Esto requiere que el conocimiento nuevo esté ligado al existente. Por lo tanto los empresarios MYPES de confecciones tienen que desarrollar las potencialidades de su capital humano para que éste sepa aprovechar la base actual de conocimientos, al mismo tiempo que lo incrementa sucesivamente, por etapas.

El empresario MYPE para desarrollar innovaciones y tener éxito en los mercados es necesario contar con un capital humano eficaz. En concreto los empresarios MYPES deben tener en su organización capital intelectual sólido para la Investigación y Desarrollo.

Por ello, el aprovechamiento de la capacidad intelectual del empresario MYPE de confecciones requiere del mejoramiento del capital humano -capacitación técnica para la gestión e innovación empresarial- y un mejor acceso a los mercados, la información, las destrezas gerenciales y los insumos y activos productivos necesarios para incrementar la productividad; estos insumos aumentan la rentabilidad de los recursos de los empresarios MYPES.

### **2.2.2.3 Herramientas tecnológicas para la capacitación en las MYPES**

Actualmente el aprendizaje y la capacitación laboral cuentan con herramientas digitales, ofertas de videos, y nuevos sistemas de entrenamiento en la nube; las nuevas plataformas de aprendizaje son fáciles de usar, proporcionan acceso a contenido interno y externo. (Bersin, et al, 2015: 25) Actualmente las soluciones de aprendizaje innovadoras se adquieren rápidamente, y están disponibles en dispositivos móviles

(Bersin, et al, 2015: 26). Sin embargo la nueva tecnología es sólo una parte de la transformación en el aprendizaje, las empresas que utilizan tecnologías digitales para la capacitación de su personal, como Philips, están racionalizando sus equipos de aprendizaje, reduciendo contenidos, y consolidando tecnologías para construir un ambiente de aprendizaje integrado y consistente. (Bersin, et al, 2015: 27), ambientes con plataforma digital, dinámicas modernas de capacitación y herramientas de las tecnologías de la información y la comunicación que están en innovación constante. En esta última se emplean la telefonía móvil, (iphone, Smartphone), tablet, laptop, entre otros dispositivos digitales para buscar, almacenar y recuperar información.

Lo cual, es consolidado por enlaces que se han desarrollado para ofrecer soluciones integrales que consideren software de capacitación acompañados de dispositivos de hardware complementarios, modelos de uso y servicios de capacitación y acompañamiento para apoyar su apropiación. En este sentido cabe destacar el impulso dado por la institución al desarrollo de modelos de informática educativa (MIE) que se definen como estrategias metodológicas que incorporan el uso de TIC (Sunkel y Trucco, 2012: 95). Con los buscadores digitales, internet e intranet, la capacitación en las micro y pequeñas empresas se hace viable, ello porque la MYPE o el trabajador puede ser capacitado a través de los cursos de capacitación denominados “a distancia”, se les envía la información, se les capacita con un tutor digital que constantemente lo capacita.

La tecnología digital en la capacitación laboral es clave en el desarrollo de las competencias de los trabajadores y el trabajo en equipo y con ello los conocimientos



y experiencias se intercambian, se desarrollan interna y externamente en la empresa y los trabajadores de las micro y pequeñas empresas.

### **2.2.3 Teoría del financiamiento**

#### **2.2.3.1 Concepto de financiamiento**

Las empresas en general, requieren del apoyo de los intermediarios y mercados financieros como alternativas para favorecer su crecimiento y desarrollo. Esto significa que las empresas no operan en un vacío de finanzas sino por el contrario están en permanente contacto con los intermediarios y mercados financieros (Vila, 2015: 11).

En esta relación con los intermediarios financieros se tiene los créditos, las líneas de crédito, que son el financiamiento para las empresas. Una línea de crédito es un convenio entre un banco comercial y una empresa. En se establece el monto de los préstamos a corto plazo no asegurados que el banco pone a disposición del solicitante durante un periodo de tiempo (generalmente un año) y señala a menudo ciertas restricciones al solicitante. (Vila, 2015: 203). La solicitud de una línea de crédito puede requerir que la persona (empresario o empresa) proporcione documentos, como el presupuesto de caja, el estado de resultados, el balance general, y los estados financieros más recientes. El banco verificará estos estados con el objeto de determinar si la empresa realmente necesita la línea de crédito que solicita, así como su capacidad de pago. (Vila, 2015: 203).

Pero, empresas micro y pequeñas que muchas veces son gestionadas como personas naturales o personas individuales de responsabilidad limitada para sus

operaciones empresariales requieren de recursos financieros, los cuales consisten en préstamos o denominados créditos.

El crédito es el dinero que se recibe para hacer frente a una necesidad financiera y que da lugar al compromiso de pagar en un plazo determinado, a un precio determinado (interés), con o sin pagos parciales, y ofreciéndose garantías de satisfacción de la entidad financiera que le aseguren el cobro del mismo. (IICA, 2012: 49), en este sentido el BCRP (2015) señala que crédito es una operación económica en la que existe una promesa de pago con algún bien, servicio o dinero en el futuro; pero, ello equivale a un préstamo de dinero para superar situaciones especiales o financiar acciones fuera del alcance de los recursos ordinarios de una empresa. El crédito, al implicar confianza en el comportamiento futuro del deudor, significa un riesgo y requiere en algunos casos la constitución de alguna garantía o colateral. (BCRP, 2015).

Dadas las características de las MYPES en general y de las de confecciones en particular y las exigencias del sistema financiero peruano para ser sujetos de crédito, éstas tienen dificultades para acceder a líneas de crédito; las MYPES de confecciones al no ser formales, no tener registro de sus transacciones comerciales, de sus bienes devienen en altos intereses, debido al alto riesgo que implica sus créditos para las instituciones financieras o acceden a los créditos informales que se caracterizan por ser extremadamente caros, por sus altos intereses y el rápido pago, aun cuando se observa mayor apertura de los bancos hacia estas empresas. El riesgo de las empresas de confecciones no sólo está en su informalidad, sino también en la alta volatilidad existencial de estas empresas, que al no responder a adecuadamente a los

requerimiento del mercado terminan cerrando sus operaciones al poco tiempo de ser creadas.

El crédito bancario proviene de bancos privados del sistema financiero, en el cual se tiene préstamos de corto y largo plazo.

- El préstamo comercial o de corto plazo es a menos de un año y por lo general a 90 días. Constituye en los hechos, un adelanto de 90 días del dinero que la empresa espera cobrar de sus clientes. Por eso se pagan intereses y/o comisiones. Un buen empresario debe aprender a disminuir al máximo posible el pago de intereses y comisiones.
- El préstamo a largo plazo mayor a un año, requiere mayores garantías, o más fuertes (garantías reales) que los de corto plazo que generalmente las MYPE y en ellas, las mujeres, tienen mayor dificultad a obtener. Se utilizan para financiar inversiones en activos fijos (muebles o inmuebles). Este tipo de préstamo requiere de una justificación mayor, que puede alcanzar hasta la presentación de un proyecto. Supone un seguimiento continuo por parte del Banco, debido a la extensión del plazo a las variaciones que se pueden producir en este tiempo.

Por la naturaleza operativa y sus implicancias en la economía del país, las actividades de intermediación financiera están sometidas a un marco especial de autorización, regulación y supervisión por parte del Estado, al cual no están sometidas las empresas productivas, comerciales y de servicios. Estas normas son las que limitan las operaciones crediticias de la banca a las pequeñas y micro empresas, porque estas últimas no configuran un perfil que les permita cumplir per se con las normas que les

enmarca su actividad; sin embargo la ley prevé la creación y operación de las empresas financieras para atender los requerimientos financieros de las MYPE.

Ferraro (2011: 47) refiere que entre las dificultades que enfrentan las micro y pequeñas empresas para acceder al crédito bancario son (a) los trámites para la presentación de las solicitudes, (b) la formulación de los proyectos y (c) el desconocimiento de los productos financieros disponibles. Estas limitaciones son los denominados problemas de información.

Los micro y pequeños empresarios formales pueden acceder a fuentes de financiamiento provenientes de entidades bancarias, cajas rurales y cooperativas de ahorro y crédito, ello sin arriesgar el patrimonio personal.

#### **2.2.3.2 Tipos de financiamiento**

La ley 26702 Ley General del Sistema Financiero de diciembre de 1996, establece el marco regulatorio y de supervisión de las empresas que operan en el sistema financiero. Esta ley permite la creación y funcionamiento de las Entidades de Desarrollo a la Pequeña y Micro Empresa (EDPYME).

A la luz de la ley 26702 el empresario accede al mercado financiero a través de los siguientes instrumentos:

- Créditos: Crédito en cuenta corriente (Línea de crédito revolvente).  
Sobregiro.
- Descuentos: De documentos
- Préstamos: Hipotecarios y prendarios.

- Pagarés: Instrumento bancario que contiene la obligación incondicional de pago por parte del emisor a una segunda persona (beneficiaria o tenedora).
- Otros mecanismos no bancarios: Factoring, Leasing, Leasing back.
- Nuevos instrumentos financieros, que actúan como elementos de cobertura para otras operaciones, para ello el prestatario emite instrumentos para financiamiento a corto plazo, estos son: Forward, Reting, etc.

Las pequeñas empresas no acceden a estas formas de financiamiento, dado que los mecanismos obedecen a una relación continua empresa-entidad financiera y no a operaciones esporádicas. Obviamente, esto es más evidente para aquella empresa de reciente formación (la banca exige presentación de información económica y tributaria, como la declaración jurada de impuesto a la renta, de los últimos años).

La Corporación Financiera de Fomento (COFIDE) señala que apoya el fortalecimiento patrimonial de las instituciones financieras especializadas en el sector MYPE (IFIES), a fin de facilitar su crecimiento, ello básicamente mediante el otorgamiento de créditos subordinados y mediante actividades coordinadas con estas empresas. (COFIDE, 2016). Esto, mediante Programas y Líneas de financiamiento, tal como se describe en la Tabla 1.

Tabla 1. Programas y líneas de financiamiento de COFIDE

Servicio Financiero	MIPYME	Instituciones Financieras	
		IFIS	IFIES
Programas	Inversión	Fortalecimiento Patrimonial	
	Propem	Crédito Subordinada	

	Multisectorial soles COFIGAS Coficasa	
Líneas		Capital de Trabajo
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Corto Plazo</li> <li>• Mediano Plazo</li> </ul>
		Comercio Exterior
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• COMEX Exportación</li> <li>• COMEX Importación</li> </ul>

Fuente: COFIDE (2016). Financiamiento a la MYPE

#### PROGRAMAS (COFIDE, 2016)

1. Propem. Objetivo: Impulsar el desarrollo de la pequeña empresa peruana que se desarrolle en las diferentes actividades económicas, mediante el financiamiento del establecimiento, ampliación y mejoramiento de sus plantas y equipos así como sus costos de diseño y servicios de apoyo relacionados, y además, como capital de trabajo.
2. Multisectorial Soles. Objetivo: Impulsar el desarrollo del sector empresarial para el establecimiento, ampliación y mejoramiento de sus actividades.
3. Cofigas. Objetivo: Promover activamente el proceso de transformación productiva y de consumo de la economía nacional en base al uso intensivo del Gas Natural, por medio de productos financieros que faciliten el acceso al crédito de los diferentes agentes económicos.
4. Coficasa. Objetivo: Atender los requerimientos a largo plazo para financiar la compra, construcción, ampliación o remodelación de vivienda

5. Crédito Subordinado. Objetivo: Apoyar la ampliación del financiamiento a favor de las MYPES a través del otorgamiento de créditos para el fortalecimiento patrimonial de las Instituciones Especializadas en la micro y pequeña empresa.
6. Comex Exportación. Objetivo: ofrecer a las personas naturales y jurídicas del Perú exportadoras, financiamiento de pre y post embarque. Los recursos se utilizarán para la exportación de bienes y servicios de origen peruano.
7. Comex Importación. Objetivo: ofrecer a las personas naturales y jurídicas del Perú importadoras, financiamiento para la importación de bienes.

### **2.2.3.3 Fuentes de financiamiento para las MYPES**

Caballero Bustamante (2015) afirma que algunos bancos, teniendo en cuenta los obstáculos y riesgos de las micro y pequeñas empresas, han elaborado paquetes de créditos exclusivos para personas naturales o jurídicas, que posean una micro o pequeña empresa y, de ese modo, cubrir la demanda que no puede abastecer COFIDE mediante sus diversos programas de financiamiento.

### **Fuentes de Financiamiento Bancarias (Caballero Bustamante, 2015)**

#### **1. Banco Scotiabank**

Los productos financieros que la entidad pone a disposición de las MYPES son:

##### **A. Crédito de Garantía Líquida**

Es el tipo de solvencia que se destina a financiar la compra de insumos, o la adquisición de maquinaria, equipo y locales comerciales. El beneficiario tiene la ventaja de recibir asesoría financiera para optimizar el rendimiento de su dinero.

## **B. Crédito para Capital de Trabajo**

Es el préstamo que se otorga para la compra de mercadería e insumos, financiando montos que van desde S/ 500 hasta S/ 90,000. Este producto permite al beneficiario cancelar el préstamo hasta en 18 meses.

## **C. Financiamiento para Inversiones**

Es la prestación que da el banco exclusivamente para las adquisiciones de máquinas, vehículos y locales comerciales. Los montos que se otorgan van desde S/ 1,500 hasta S/ 120,000 o su equivalente en dólares; se pueden pagar hasta en 72 meses.

## **D. Crédito para Proyectos de Infraestructura**

Es aquel préstamo que se hace para obras y/o adquisición de terrenos para mercados y galerías comerciales. Se dirige normalmente a asociaciones o grupos de personas pertenecientes a conglomerados que tienen tres años de antigüedad, y se financia por un monto que va desde US\$ 1,000 hasta US\$ 25,000 de crédito individual por socio.

A diferencia de los otros servicios de financiamiento, los requisitos que se requieren para este tipo de empréstito son: Solicitud de financiamiento por la asociación; Padrón de asociados, Escritura de Constitución de la Asociación que incluye Estatutos; vigencia de los poderes de los representantes y copias de sus DNI; títulos de propiedad del inmueble, modalidad de transferencias de propiedad de puestos, información de la constructora elegida; anteproyecto de la obra y licencia de construcción o anteproyecto aprobado por la municipalidad. Además, la entidad bancaria se encarga de la asesoría



y supervisión del área de negocios inmobiliarios en los casos en que se financian obras. La cantidad prestada se puede cancelar en un plazo no mayor de 60 meses.

### **E. Línea de Capital de Trabajo**

Es una línea de crédito que tiene como finalidad financiar la mercadería de las MYPES por montos que van desde S/ 500 hasta S/ 90,000; al igual que en el anterior programa, se puede pagar hasta dentro de 60 meses.

## **2. Banco de Crédito del Perú**

El BCP es otra de las instituciones financieras que confieren créditos a las MYPES, sobretodo en campañas como la de fiestas patrias; así, con motivos de estas fechas, ha implementado un producto llamado “crédito paralelo”.

### **Crédito Paralelo**

Debido a que los negocios incrementan su volumen comercial en el mes de julio por celebridad de fiestas patrias, el BCP ofrece un crédito paralelo que le permita a los micro y pequeños empresarios tener el capital de trabajo necesario que requieren para estas campañas.

A diferencia de los créditos que ofrece normalmente la institución, solo pueden acceder a este desembolso los clientes que tengan un “buen comportamiento de pago”; al mismo tiempo, es más barato porque se paga en un plazo máximo de dos cuotas, y su periodo de gracia es de hasta dos meses, lo que le da el tiempo a los empresarios para obtener ganancias.

Los requisitos que se piden es que los prestatarios requieran de cantidades que sean como mínimo de S/ 2,000 o \$600; el valor máximo que se financia es hasta el 50% de la actual línea de capital de trabajo del cliente. Este crédito debe cancelarse como máximo en dos cuotas.

Aparte de este crédito exclusivo, el banco ofrece otros financiamientos como se describen a continuación.

### **A. Leasing**

El leasing o arrendamiento financiero es una alternativa de financiamiento de mediano plazo que permite adquirir activos fijos optimizando el manejo financiero y tributario de los negocios de los pequeños empresarios. Mediante esta modalidad, se adquiere determinado bien, nacional o importado, para otorgárselo en arrendamiento a cambio del pago de cuotas periódicas por un plazo determinado. Al final del plazo el cliente tiene el derecho de ejercer la opción de compra por un valor que se ha pactado previamente con la institución financiera.

Los activos que se financian deben ser de naturaleza tangible e identificable y pueden ser de origen nacional e importado (inmuebles, embarcaciones, maquinaria y equipo en general, vehículos, muebles y enseres).

Este tipo de solvencia está dirigido, principalmente, a personas jurídicas y naturales que puedan utilizar el IGV de las cuotas como crédito fiscal. Por otro lado, el banco concede beneficios a las personas que escogen este financiamiento, tales como: La empresa no distrae capital de trabajo en la adquisición de activos fijos; flexibilidad

en estructurar las cuotas en función al flujo de caja de cada empresa; depreciación lineal acelerada de los bienes en el plazo del contrato (para contratos de duración mínima de 24 meses para bienes muebles y de 60 meses para bienes inmuebles); costos competitivos en comparación con los de un financiamiento convencional; el costo financiero se mantiene fijo durante toda la operación; y el IGV de la cuota es crédito fiscal para el cliente.

Los documentos que se solicitan a las personas que requieren de esta fuente de solvencia son: Carta de solicitud detallando la razón social de la empresa, RUC; monto y objeto de la operación, plazo y garantías ofrecidas; formato de información básica de clientes completamente llenado; Estados Financieros de los dos últimos ejercicios con notas y anexos y del último trimestre con el detalle de las principales cuentas; Flujo de Caja proyectado por el plazo total de la operación, con el detalle de los supuestos empleados para su elaboración; proforma de proveedor, en el caso de maquinarias y equipos y copia de la declaración jurada de autoavalúo, en el caso de inmuebles.

### **B. Financiamiento de Bienes Inmuebles**

Es un crédito en cuotas fijas que se va amortizando según los pagos que realice el prestatario mensualmente. Se caracteriza por que se brinda en nuevos soles o en dólares, se financia hasta el 80% del valor del bien en algunos casos y llega a montos que van desde US\$ 1,430 hasta US\$ 100,000, otorgando un plazo de hasta 84 meses para su cancelación. El desembolso del crédito se hace en coordinación con el dueño del inmueble a financiar.

Como las demás fuentes de financiamiento, la institución bancaria exige al beneficiario que se cumpla con ciertos requisitos; estos son: Las personas naturales o jurídicas deben contar con RUC, el negocio tiene que tener una antigüedad no menor a un año; el solicitante debe acreditar tener un respaldo patrimonial, de lo contrario, necesita presentar un fiador solidario que si lo tenga; el negocio debe generar ventas reales mayores o iguales a US\$ 10 mil anuales ó S/ 100 promedio diarios, lo que será determinado en la evaluación; el negocio debe acreditar tener experiencia mínima de 1 año administrando créditos de capital de trabajo; por último, el solicitante o titular del negocio debe tener entre 25 y 70 años de edad.

Por otro lado, los documentos que deben presentar son: El DNI del interesado, última declaración de pagos de impuesto mensual, documento que acredite respaldo patrimonial (se acredita con: Autovalúo vigente, título Cofopri, contratos de compra venta con anotación registral de antigüedad máxima de un año).

### **C. Financiamiento de Bienes Muebles**

Al igual que el financiamiento de bienes inmuebles, es un crédito en cuotas fijas que se va amortizando según los pagos que realice el prestatario mensualmente.

El suministro de este producto puede ser pedido en moneda nacional o en dólares, por sumas desde US\$1,430 hasta US\$100,000, financiándose hasta el 100% del bien. El plazo que brinda el banco a los beneficiarios para costear el préstamo es hasta inclusive 60 meses; hay que añadir que el desembolso del crédito se hace en coordinación con el proveedor del bien a financiar

Los requisitos que deben presentar las personas al momento de solicitar el préstamo son los mismos que se piden cuando se financia un bien inmueble, descrito en párrafos anteriores.

### **3. Interbank**

Otra de las instituciones bancarias de trayectoria conocida que solventa a las MYPES es el INTERBANK. A diferencia del Scotiabank y del BCP, este banco otorga créditos estableciendo diferencias entre personas naturales y jurídicas.

Esta entidad bancaria ofrece créditos para capital de trabajo y créditos para activo fijo. Ambos tipos de financiamiento comparten ciertas características en común cuando se trata de ofrecer créditos a las personas naturales, tales como: Se concede en soles o en dólares, la cantidad que se desembolsa fluctúa entre S/ 64,000 ó US\$20,000 sin garantía; si la persona desea un crédito mayor será necesario que presente como garantía un inmueble. A diferencia de otros financiamientos no se cobra comisión por desembolso, se realizan pre-pagos sin penalidad, los beneficiarios tienen hasta 90 días de período de gracia (según evaluación), se paga en cuotas fijas y se cuenta con seguro de desgravamen.

#### **Créditos para Persona Natural**

##### **A. Créditos para Capital de Trabajo**

Es un préstamo rápido y simple que da la institución para que las personas inviertan en su negocio. Los requisitos que se demandan a los solicitantes son los

siguientes: Un año de antigüedad comercial, tener una edad entre 25 y 69 años, y debe poseer una vivienda propia; de lo contrario debe presentar un aval

### **B. Crédito para Activo Fijo**

Esta línea de financiamiento otorga préstamos en soles o en dólares para que el propietario equipe su negocio y sea más productivo. El plazo de pago es hasta 48 meses para activos muebles y 60 meses para locales.

Los requerimientos que se piden a los empresarios son: El negocio debe tener una antigüedad mínima de 18 meses; la edad del dueño debe oscilar entre 25 y 69 años; si no cuenta con una vivienda debe presentar un aval; por último, el solicitante requiere demostrar una experiencia crediticia mínimo de 1 año en el sistema financiero.

### **Créditos para persona Jurídica**

Al igual que en el otorgamiento de crédito para personas naturales ambos tipos de créditos que se ofrecen (créditos para capital de trabajo y créditos para activo fijos) comparten ciertas características; estas son: Se presta hasta S/ 40,000 ó US\$12,000 sin garantías; por el contrario, se presta hasta S/.100,000 ó US\$30,000 si se cuenta con garantía; para préstamos mayores es necesario que el beneficiario presente garantía inmueble; no se cobra comisión por desembolso; se realizan pre-pagos sin penalidad; se da hasta 90 días de período de gracia (según evaluación); se paga en cuotas fijas y se cuenta con seguro de desgravamen.

### **A. Créditos para Capital de Trabajo**

En el caso de personas jurídicas este financiamiento de dinero se caracteriza por darse de forma rápida y simple para invertir en una empresa. Los requisitos que deben cumplir los individuos que deseen adquirir el crédito son: Tener un año de antigüedad comercial inscrita en Sunat y sustentar ser dueño de una vivienda propia; en caso contrario, debe presentar un aval.

### **B. Crédito Activo Fijo**

Este tipo de financiamiento se destina a personas que necesitan equipar su empresa con la finalidad de hacerla más productiva. Al igual que los demás programas de solvencia, los préstamos pueden ser en soles o en dólares, financiándose hasta el 80% del bien y otorgándose plazos de hasta 48 meses para cancelar activos muebles y 60 meses para locales.

Los requisitos que se requieren para obtener un activo fijo son: Contar con 18 meses de antigüedad comercial y tener una vivienda propia; en caso contrario, como en el caso anterior, se debe presentar un aval.

## **4. MiBanco**

Es el primer banco privado especializado en el sector de microfinanzas, en el Perú. Tiene como objetivo brindar servicios financieros especializados, de tal modo que los pequeños y microempresarios puedan satisfacer las necesidades específicas de préstamo que demandan.

Entre los diferentes créditos que ofrecen se tiene:

### **Micapital**

Es una prestación que realiza la entidad bancaria en soles o dólares a las MYPES por sumas desde S/ 1, 000 o US\$350, con un plazo de dos años para pagar y hasta 2 meses de gracia.

### **Miequipo**

Es una línea de crédito que se ofrece a los empresarios, en soles o dólares, por montos desde S/ 1,000 o US\$350, con un plazo de 3 años para cancelar en moneda nacional, y 5 años si es en la divisa norteamericana.

Las personas que requieran el empréstito, en cualquiera de los tipos de préstamos mencionados deben contar con un negocio que tenga 12 meses de funcionamiento (en el caso de personas naturales), y 18 meses, (en el caso de personas jurídicas); entre 20 y 69 años de edad, DNI del titular y de su cónyuge, y adquirir una pro forma de venta del equipo que desea comprar y presentar. Así mismo, debe presentar documentos como el Título de Propiedad de la vivienda o contrato de alquiler, Licencia Municipal de funcionamiento, RUC, carné de asociación de comerciantes o constancia de asociado al mercado o, también, presentar boletas de compra de mercadería con una antigüedad de 3 meses.

### **Leasing**

Con este contrato de crédito a mediano plazo, los clientes solventan sus necesidades de compra de bienes muebles o inmuebles obteniendo beneficios con el manejo financiero y tributario. Mibanco, además, brinda asesoría, analiza cada



operación y la ajusta de acuerdo a la necesidad de los clientes, y financia activos fijos sin comprometer recursos de corto plazo.

Los bienes que se deseen adquirir deben ser tangibles o identificables, y los plazos de las operaciones se determinan de acuerdo al tipo de bien y tiempo de vida útil (bienes muebles desde 24 hasta 60 meses para pagar; y bienes inmuebles desde 60 hasta 120 meses para pagar); conjuntamente, los bienes son asegurados contra todo tipo de riesgo.

Los requisitos básicos que exige la institución financiera a los demandantes de este tipo de financiamiento son: Presentar RUC y DNI del cliente, Calificación en Centrales de Riesgo en los últimos 3 meses; copia original ó simple autenticada del Testimonio de Constitución de la Empresa donde estén las facultades y nombramientos de los representantes legales, copia simple del documento oficial de identidad (DNI) de los representantes, y una copia literal completa de la partida registral o vigencia de poderes con una antigüedad no mayor a 15 días

### **Crédito con Garantía Líquida**

Es un crédito que se ofrece para que la persona haga crecer su negocio o para cubrir sus gastos familiares.

Al igual que en los demás empréstitos, puede ser otorgado en soles o dólares, desde S/ 1,000 o US\$350, garantizado con depósito a plazo al 100%. Entre los requisitos que exige la entidad es que las personas tengan entre 23 y 69 años de edad,

abrir o tener un Certificado de Depósito Negociable (CDN) en soles o dólares (el CDN garantiza el crédito que será otorgado) y registrar buena calificación en el sistema financiero nacional.

## 5. Cajas Municipales de Ahorro y Créditos, Edpymes y otras

La SBS, señala que el término de microfinanciera es usado para aquellas empresas del sistema financiero que otorgan financiamiento a las MYPES. Una microfinanciera puede ser un banco, una caja municipal o una Edpyme; no es por la licencia sino por el mercado al que atiende. Actualmente, en el país existe un banco (Mibanco), cinco financieras especializadas, 12 cajas municipales, 10 cajas rurales y 10 Edpymes que se dedican a la microfinanzas (Gestión, 2015).

En el país la presencia de las Instituciones Microfinancieras (IMF) se están incrementando, las MYPES y Pymes ven en ellas posibles fuentes de financiamiento. Cabe indicar que muchas de ellas han desarrollado sistemas y plataformas especializados para la atención a este sector. A dichas IMF se las agrupa según la formalidad de sus operaciones (Mendiola, et al, 2015: 24):

- a) Las Instituciones Microfinancieras que desarrollan sus actividades bajo la supervisión de la Superintendencia de Banca y Seguros y AFP (tabla 2).

Tabla 2. Las Instituciones Microfinancieras supervisadas por la SBS

CMAC	Cajas rurales	Edpymes	Financieras	Bancos
Arequipa	Cajamarca	Acceso	Compartamos	Mibanco
Cusco	Chavín	Crediticio	Confianza	
Del Santa	Crediinka	Alternativa	Crediscotia	
Huancayo	Incasur	Credijet	Edyficar	

Ica	Libertad	Credivisión	Proempresa	
Lima	Ayacucho	Inversiones La Cruz	Universal	
Maynas	Los Andes	Inversiones		
Paita	Prymera	Marcimex		
Pisco	Señor de	Mi Casita		
Piura	Luren	Nueva Visión		
Sullana	Sipán	Raíz		
Tacna	Solidaridad			
Trujillo				

Fuente: Mendiola, et al (2015: 25)

- b) Las Instituciones Microfinancieras que se mantienen al margen del control del órgano supervisor son las que se detallan en la tabla 3.

Tabla 3. Las Instituciones Microfinancieras no supervisadas por la SBS

ONG	Cooperativas
Adra	Perú Abaco
Adea Andahuaylas	AeluCoop
Alternativa	Caja Central
Ama	Centenario
Arariwa	Central Sindical
Edaprospo	Cristo Rey-Negritos
Finca	Cuajone
Fondesurco	El Manantial
Fovida I	El Progreso
DER César Vallejo	Nuevo Milenio
Manuela Ramos	San Cosme
Mide	Tocache
Prisma	Vale un Perú
Promujer	Otros

Fuente: Mendiola, et al (2015: 25)

Estas fuentes de microfinanciamiento se definen de la siguiente manera:

- **Caja Municipal de Ahorro y Crédito (CMAC)**. Una caja es una institución regulada de propiedad del gobierno municipal, pero no controlada mayoritariamente por este. Recibe depósitos y se especializa en préstamos a pequeñas y microempresas.

Sus inicios se remontan a los créditos pignoratícios con base en joyas y oro. Antes, podían operar solamente dentro de su región y en aquellas donde no existiese otra caja municipal, pero desde el 2002 están autorizadas para hacerlo en cualquier lugar del país y ofrecen muchos de los servicios bancarios. (Mendiola, et al, 2015: 25)

- **Cajas rurales.** Son instituciones reguladas que están autorizadas a recibir depósitos y a ofrecer todo tipo de préstamos, pero no para manejar cuentas corrientes. Las cajas rurales fueron creadas en 1992 como instituciones especializadas para atender las necesidades de financiamiento de los agricultores. En la práctica, sin embargo, han ofrecido siempre servicios financieros no solo a la agricultura, sino también al comercio y a negocios agrícolas. Actualmente las cajas rurales diversifican sus operaciones al atender a las pequeñas y microempresas. (Mendiola, et al, 2015: 26)

- **Entidad de Desarrollo para la Pequeña y Microempresa (Edpymes).** Institución regulada no bancaria, especializada en otorgar préstamos a la pequeña y microempresa. No reciben depósitos del público. La mayoría de las Edpymes nacieron como ONG microfinancieras, pero más tarde, a fines de la década de 1990, se convirtieron en instituciones reguladas. (Mendiola, et al, 2015: 26)

- **Empresas financieras.** Son instituciones reguladas. Hasta el 2009 no ofrecían cuentas corrientes, pero sí la mayoría de los demás servicios bancarios generales. Cabe mencionar que algunas Edpymes se han convertido en financieras y, por ende, mantienen su sesgo orientado hacia las microfinanzas. (Mendiola, et al, 2015: 26)

- **Bancos.** Son instituciones reguladas que ofrecen servicios financieros múltiples, entre ellos los depósitos. En los años ochenta, empezaron a prestar a las pequeñas y microempresas, y actualmente algunos bancos importantes participan en este sector. En 1998 se fundó Mibanco, el cual se convirtió en un banco especializado en atender a pequeñas y microempresas. (Mendiola, et al, 2015: 26)

- **Organización No Gubernamental (ONG).** Muchas de estas instituciones operan programas de microfinanzas, sean de carácter central, o bien como uno de servicio. Las ONG más importantes del Perú que contienen programas de microfinanzas son miembros del Consorcio de Organizaciones Privadas de Promoción al Desarrollo de la Pequeña y Microempresa (Copeme), asociación gremial que promueve la pequeña y microempresa. Estas ONG se autorregulan con la asistencia de Copeme, que les presta asesoría sobre estándares internacionales en buenas prácticas y buen gobierno para el sector de las microfinanzas. (Mendiola, et al, 2015: 26-27)

- **Cooperativas de ahorro y créditos.** Supervisadas por la Fenacrep (Federación Nacional de Cooperativas de Ahorro y Crédito del Perú). Se encuentran autorizadas a recibir depósitos y a hacer todo tipo de préstamos a sus miembros. (Mendiola, et al, 2015: 27)

En mayo de 1980 se promulga el decreto ley 23039 que regula la creación y funcionamiento de las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC) fuera de Lima y Callao con la finalidad de atender a los micro y pequeños empresarios. A partir del año 2,000, aumenta la presencia de las microfinancieras en Lima, siendo su principal

interés la captación de ahorros. No obstante, su ingreso a un mercado más maduro generó una mayor competencia en el sistema.

Actualmente, las CMAC se rigen por la Ley 26702, promulgada en diciembre de 1996, la cual establece en su quinta disposición complementaria que las cajas municipales, como empresas del sistema financiero, se rijan, además, por las normas propias de las cajas, salvo en lo relativo a los factores de ponderación de riesgos, capitales mínimos, patrimonios efectivos, límites y niveles de provisiones, establecidos por esta ley (Mendiola, et al, 2015: 17).

Cabe señalar que la Caja Metropolitana de Lima no forma parte de la Federación de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (FEPCMAC), por encontrarse dentro del ámbito de Lima y Callao, dicha entidad es una empresa de operaciones múltiples, definida en el artículo 282 de la Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros como una empresa especializada en otorgar créditos pignoraticios al público en general, encontrándose también facultada para realizar operaciones activas y pasivas con los gobiernos locales provinciales y distritales y con las empresas municipales dependientes de los primeros, así como para brindar servicios bancarios a dichos gobiernos y empresas (Mendiola, et al, 2015: 17).

Dentro del sector microfinanzas las Caja Municipales han logrado una participación importante, destacada sobretodo en depósitos del público. Hay una gran confianza de la gente por las diferentes fortalezas que ofrecen estas instituciones. Sin embargo, pese a que las microfinancieras han incrementado su presencia en la capital, el principal foco son las provincias. (Gestión, 2015).

Fundamentalmente en estos 33 años las CMAC se han posesionado más en provincias. Más del 85% de colocaciones de créditos se realiza en provincias y la diferencia en Lima y Callao. Algunas microfinancieras como Caja Sullana, Caja Cusco o Caja Huancayo, tienen una morosidad por debajo del 4% y hay otras que tienen entre 6% y 7% pero que en estos tiempos son niveles de morosidad aceptables. (Gestión, 2015).

### 2.3 Marco conceptual

- **Acceso al crédito.** Capacidad de los proveedores nacionales de bienes y servicios (en el presente caso, específicamente de las MYPES de confecciones de prendas deportivas) para acceder al sistema crediticio del país. (BCRP, 2011: 2).
- **Arrendamiento financiero (Leasing).** Del inglés “*to lease*”, arrendar o alquilar. Tipo de operación financiera a mediano o largo plazo que consiste en que una empresa (sociedad de leasing), propietaria de bienes, cede a otra (arrendatario) su uso durante un determinado tiempo por un precio distribuido en cuotas periódicas. Al finalizar el plazo establecido, el arrendatario puede adquirir el bien por un valor residual estipulado. (BCRP, 2011: 8).
- **Banco.** Empresa dedicada a operaciones y servicios de carácter financiero, que recibe dinero del público, en forma de depósitos u otra modalidad, y utiliza ese dinero, junto con su propio capital y el de otras fuentes, para conceder créditos (préstamos o descuentos de documentos) y realizar inversiones por cuenta propia. Se caracteriza por la creación secundaria de dinero a través de sus operaciones crediticias. (BCRP, 2011: 11).

- **Caja municipal de ahorro y crédito.** Institución financiera municipal, autorizada a capta recursos del público y cuya especialidad consiste en realizar operaciones de financiamiento, preferentemente a las pequeñas y micro empresas de su ciudad. Conforme el artículo 72° de la Ley N° 27972 o Ley Orgánica de Municipalidades (27 de mayo de 2003), las cajas municipales de ahorro y crédito no pueden concertar créditos con ninguna de las municipalidades del país. (BCRP, 2011: 20).
- **Caja rural de ahorro y crédito.** Empresa privada cuyo objeto social es realizar intermediación financiera, preferentemente con la mediana, pequeña y micro empresa en apoyo de la actividad económica que se desarrolla exclusivamente en el ámbito rural donde opera. (BCRP, 2011: 20).
- **Capacidad de endeudamiento.** Capacidad que tiene cualquier persona o entidad jurídica para adquirir recursos ajenos a un tipo de interés dado y hacer frente a su devolución en un período determinado. Magnitud macroeconómica que representa el importe total de recursos que una nación ha prestado una vez atendidas tanto las operaciones corrientes, de capital y las financieras. Se obtiene sumando a la capacidad de financiación la variación neta de activos financieros. (BCRP, 2011: 25).
- **Capacitación.** Actividad sistemática y programada mediante la cual se intenta preparar al trabajador para que desempeñe sus funciones asignadas en forma eficiente (Werther, Davis y Guzmán, 2014: 182)
- **Crédito.** Operación económica en la que existe una promesa de pago con algún bien, servicio o dinero en el futuro. La creación de crédito entraña la entrega de recursos de una unidad institucional (el acreedor o prestamista) a otra unidad



(el deudor o prestatario). La unidad acreedora adquiere un derecho financiero y la unidad deudora incurre en la obligación de devolver los recursos. Préstamo de dinero para superar situaciones especiales o financiar acciones fuera del alcance de los recursos ordinarios de una empresa. El crédito, al implicar confianza en el comportamiento futuro del deudor, significa un riesgo y requiere en algunos casos la constitución de alguna garantía o colateral. (BCRP, 2011: 45).

- **Crédito al sector privado** (*Credit to the private sector*) Abarca los préstamos y las inversiones en valores y acciones otorgadas a las empresas privadas no financieras, las sociedades sin fines de lucro y los hogares. En el caso de las cuentas monetarias del sistema bancario, el crédito al sector privado incorpora además los préstamos y las inversiones hacia entidades financieras no bancarias, como las cajas municipales, cajas rurales, fondos mutuos y fondos privados de pensiones. (BCRP, 2011: 45).
- **Crédito hipotecario.** Crédito en el cual el pago de los intereses y del principal está garantizado por la hipoteca de un bien inmueble, la cual queda inscrita en el Registro de la Propiedad. Al igual que el crédito pignoraticio, tiene preferencia de cobro en caso de quiebra o insolvencia del deudor. (BCRP, 2011: 47).
- **Entidad bancaria.** Es la entidad que puede captar fondos (dinero o recursos financieros) del público, entre las que se incluyen las entidades extranjeras que operan en el país, (cuya supervisión la ejerce fundamentalmente la autoridad de su país de origen), bien a través de sucursales (establecimientos

permanentes), o mediante la prestación de servicios desde su país de origen. (ManuelMP, 2012).

- **Entidad no bancaria.** Entidad que ofrece servicios financieros pero que no tiene la ficha bancaria que le permitiría, entre otras actividades, el poder captar fondos reembolsables del público. En general, sería un sinónimo de Establecimiento financiero de crédito o de Entidad de financiación especializada. Por ejemplo, una sociedad de crédito hipotecaria es una entidad financiera, pero no es una entidad bancaria. Su finalidad es conceder préstamos hipotecarios a individuos o empresas. Al no poder captar pasivo, es decir, no puede ofrecer depósitos al público como medio de conseguir recursos prestables, recurre a la financiación mediante la emisión de diversos tipos de títulos, como las cédulas hipotecarias y otros instrumentos cuya rentabilidad deriva de los ingresos por intereses que perciben estas entidades en sus operaciones de préstamo. (López, 2012).
- **Financiamiento.** Es el acto de dotar de dinero y de crédito a una empresa, organización o individuo, es decir, conseguir recursos y medios de pago para destinarlos a la adquisición de bienes y servicios, necesarios para el desarrollo de las actividades económicas. (BCRP, 2011: 53).
- **Interés.** Precio pagado por el prestatario con un monto de dinero líquido, por el uso del dinero del prestamista con la finalidad de compensar a este último por el sacrificio de la pérdida de la disponibilidad inmediata del dinero, la disminución del valor adquisitivo del dinero por la inflación y el riesgo involucrado en el hecho de prestar dinero. (BCRP, 2011: 110).

- **Interés compuesto.** Rendimiento de un capital al que se acumulan los intereses devengados al final de cada período, lo que da lugar a una nueva suma sobre la que se generan nuevos intereses. (BCRP, 2011: 110).
- **Interés simple.** Por oposición al interés compuesto, es el rendimiento de un capital prestado que no se agrega al principal para producir nuevos intereses. Suele utilizarse en operaciones a corto plazo. (BCRP, 2011: 111).
- **Largo plazo.** Período de tiempo asociado a una duración mayor a un año. En teoría económica, se refiere a un periodo en que se puede variar la capacidad instalada de una industria o el número de empresas. (BCRP, 2011: 116).
- **Línea de crédito.** Convenio acordado con una entidad financiera, escrito o no y por plazo no estipulado, para la concesión en forma automática de un crédito que no exceda cierto límite y en el momento que el cliente lo requiera. Durante el período de vigencia de la línea de crédito, el prestatario puede disponer del mismo automáticamente. (BCRP, 2011: 118).
- **Microcréditos.** Son programas de concesión de pequeños créditos a los más necesitados de entre los pobres para que éstos puedan poner en marcha pequeños negocios que generen ingresos con los que mejorar su nivel de vida y el de sus familias. (La Calle 2012: 18)
- **Microfinanzas:** Las microfinanzas hacen referencia no sólo al crédito, sino también a toda una serie de servicios financieros ofrecidos a todos aquellos que están excluidos del sistema financiero formal. (La Calle 2012: 21)
- **MYPE.** La MYPE es una unidad económica constituida por una persona natural y jurídica, en cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como finalidad desarrollar

actividades de transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Visa empresarial, 2013)

- **Préstamo.** Los préstamos son activos financieros que: 1) se crean cuando un acreedor (el prestamista) presta fondos directamente a un deudor (el prestatario) y 2) se ponen de manifiesto en documentos no negociables. El prestatario está obligado a devolver, en los plazos y formas convenidas, la suma prestada y generalmente una cantidad adicional como interés compensatorio. (BCRP, 2011: 153).
- **Préstamo hipotecario.** Crédito a las personas naturales destinado para la adquisición, construcción, refacción, remodelación, ampliación, mejoramiento y subdivisión de vivienda propia. Este tipo de préstamo cuenta con la garantía personal del prestatario y se garantiza con una vivienda, un inmueble o un bien. En caso de que el prestatario no pueda hacer frente a la devolución de la deuda, el prestamista podrá ejecutar la hipoteca, con lo que el bien pasará a formar parte de su patrimonio. (BCRP, 2011: 153).
- **Riesgo.** Es la probabilidad de ocurrencia de un evento adverso. También es entendido como el grado de incertidumbre que acompaña a una operación financiera o comercial. En términos generales se puede esperar que a mayor riesgo, mayor retorno esperado. Existen varias clases de riesgos: de mercado, solvencia, jurídico, de liquidez, de tasa de cambio, de tasa de interés, entre otros. (BCRP, 2011: 174).
- **Riesgo de crédito.** El riesgo de que el deudor o la contra-parte de un contrato financiero no cumplan con las condiciones del contrato (Fuente: Ley General

del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros, Ley N° 26702). (BCRP, 2011: 175).

- **Sistema bancario.** Parte del sistema crediticio de un país en el que se agrupan las instituciones financieras de depósito formando una estructura organizada. En el Perú, está integrado por el Banco Central, el Banco de la Nación, las empresas bancarias y la banca de fomento en liquidación. (BCRP, 2011: 182).
- **Sistema financiero.** El sistema financiero está constituido por todas las sociedades o cuasi sociedades (fondos y fideicomisos) residentes dedicadas principalmente a la intermediación financiera o actividades financieras auxiliares (como la cobertura de riesgos y las prestaciones de jubilación). (BCRP, 2011: 184).
- **Sistema financiero bancario.** Comprende todas las instituciones del sistema bancario que operan en un país. En el Perú, está integrado por el Banco Central de Reserva del Perú, el Banco de la Nación, las empresas bancarias y la banca de fomento en liquidación. (BCRP, 2011: 184).
- **Sistema financiero no bancario.** Comprende a todas las instituciones financieras residentes que no están clasificadas como pertenecientes al sistema bancario. En el Perú se incluyen a las empresas financieras, las cajas rurales y cajas municipales de ahorro y crédito, las cooperativas de ahorro y crédito, las compañías de seguros, la Corporación Financiera de Desarrollo (Cofide), el Fondo MiVivienda, los fondos privados de pensiones y los fondos mutuos. (BCRP, 2011: 184).



### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1 Diseño de la investigación**

La presente investigación, de acuerdo a las características de los objetivos propios de la investigación ha sido enmarcada dentro del tipo de investigación básica y de nivel descriptivo no experimental, transversal y cuantitativo.

- Es básica, porque se buscó generar nuevos conocimientos sobre la realidad de la capacitación y financiamiento de las micro y pequeñas empresas (MYPES) de confección de prendas deportivas del Emporio Comercial de Gamarra del distrito de la Victoria.
- Es descriptivo, porque se busca especificar las propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice (Hernández, Fernández y Baptista, 2014: 92).
- Es no experimental porque el estudio se desarrollo, tal como se dan las actividades observadas, es decir, sin manipular deliberadamente las variables (capacitación y financiamiento), se observó el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto.
- Es transversal porque se realizó en un determinado tiempo.

- Es de enfoque cuantitativo porque la recolección de los datos se fundamentó en el uso de procedimientos e instrumentos de medición.

La presente investigación tiene el siguiente diseño:



Donde:

**M:** Muestra observada

**O:** Observaciones

### 3.2 Población y muestra

De acuerdo a la información proporcionada por la SUNAT, con respecto al interés de la presente investigación en Lima hay 18,093 empresas de confecciones de las cuales el 96.7% son micro empresas (17,496), el 2.6% son pequeñas empresas que confeccionan ropa deportiva (464) que constituyen la población de la presente investigación, la principal concentración se da en el distrito de La Victoria, Lima. En La Victoria se encuentra el más grande conglomerado (clúster) de la industria de la confección, denominado “Gamarra”, conformado principalmente por pequeños productores que desarrollan mecanismos de cooperación empresarial y cuya principal orientación de su producción se dirige al mercado interno

Para conocer el tamaño de la muestra, es decir el número de MYPES a encuestarse se calcula aplicando la siguiente fórmula estadística que corresponde a:



$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{s^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

Donde:

n: Tamaño de muestra

N: Tamaño de la población: 464 empresarios MYPE

p: Es la proporción de la población que tiene la característica de interés:  
50%

q: Es la proporción de la población que no tiene la característica de  
interés: 50%

z: Es el valor de la distribución normal estandarizada correspondiente al  
valor de confianza escogido 1.96

s: Error permisible, lo determina el investigador y representa que tan  
precisos se desean los resultados: 10%

Reemplazando valores se tiene:

$$n = \frac{1.96^2 * 50 * 50 * 464}{10^2(464 - 1) + 1.96^2 * 50 * 50} = 79.71 = 80$$

La muestra inicial es 80 MYPES del sector producción de ropa deportiva.

Esta muestra se ajusta mediante la fórmula:

$$n' = \frac{n}{1 + \frac{n - 1}{N}}$$

Donde:

$n$  = Valor de la muestra inicial

$N$  = Población

$n'$  = Muestra ajustada o corregida

Sustituyendo valores, se tiene:

$$n' = \frac{80}{1 + \frac{80-1}{464}} = 68$$

La muestra está dada por 68 representantes de las MYPES del sector confecciones de prendas deportivas.

### **3.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores**

Las variables del presente estudio son:

- Variable principal 1: Capacitación.
- Variable principal 2: Financiamiento.

La operacionalización de estas variables se muestra a continuación:

Tabla 4. Operacionalización de la variable principal 1

Variable	Definición conceptual	Indicadores	Ítem	
Capacitación	Características relacionadas con la capacitación de las MYPES productoras de ropa deportiva de Gamarra	Número de MYPES que conocen programas de capacitación	Nominal	Sí No
		MYPES según medio que se enteró de la capacitación	Nominal	Periódico Televisión Radio Internet Afiche / volante Un amigo Visitaron
		MYPES que se capacitaron en los dos últimos años	Nominal	Sí No
		MYPES que se encuentran satisfechos con la capacitación	Nominal	Muy satisfecho Satisfecho Poco satisfecho Nada satisfecho
		MYPES que perciben beneficios con la capacitación	Nominal	Mejorar la administración de la empresa Mejorar la estructura de costos Mejorar la producción/productividad Incrementar las ventas Mejorar la calidad de las prendas Ningún beneficio
		Número de MYPES por motivo para no capacitarse	Nominal	Falta tiempo No he estado informado Falta de recursos económicos El lugar de capacitación queda lejos No tengo ningún interés
		Número de MYPES por requerimiento de capacitación	Nominal	Marketing Producción/Productividad Mejora de costos Gestión de empresas Computación/Internet Otros
		Número de MYPES que utilizan incentivos para capacitarse	Nominal	Programas gestados por el gobierno Bonos de capacitación Capacitación con préstamos Reducción de impuestos por capacitación Becas por capacitación otros

Fuente. Elaboración propia

Tabla 5. Operacionalización de la variable principal 2

Variable	Definición conceptual	Indicadores	Ítem	
Financiamiento	Características relacionadas con el financiamiento en las MYPES de producción de ropa deportiva de Gamarra	MYPES por tipo de financiamiento	Nominal	Financiamiento propio Financiamiento de terceros
		MYPES según fuente de financiamiento de terceros	Nominal	Entidades bancarias Entidades no bancarias Préstamos a familiares Usureros Otros
		MYPES según entidades que ofrecen mejor facilidades		Entidades bancarias Entidades no bancarias Usureros Otros
		Porcentaje de MYPES que recibieron préstamos en el año 2015	Nominal	Ninguno Una vez Dos veces Tres veces más de tres veces
		Número de MYPES que obtuvieron préstamos	Nominal	Sí No
		Número de MYPES que obtuvieron montos solicitados	Nominal	Sí No
		Número de MYPES por motivo para no obtener crédito	Nominal	Perfil crediticio negativo Falta de aval Falta de garantías reales No acreditar ingresos suficientes
		Número de MYPES por destino del financiamiento	Nominal	En materia prima Pagar deudas Adquirir equipos/maquinaria Renovación
		MYPES que se beneficiaron con el préstamo	Nominal	Muy beneficioso Beneficioso Poco beneficioso
		Número de MYPES según préstamos para capacitación	Nominal	Sí Podría solicitarlo Nunca

Fuente. Elaboración propia

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

#### **3.4.1 Técnica**

Para el trabajo de campo, recojo de la información del estudio, se utilizó la técnica de la encuesta.

#### **3.4.2 Instrumento**

Para recopilar la información del estudio se utilizó un cuestionario estructurado. El cuestionario consta de 30 preguntas cerradas, la primera parte de 11 preguntas está referida a la variable complementaria; la segunda parte se refiere a la variable principal 1 (9 preguntas) y finalmente la tercera parte se refiere a 10 preguntas correspondientes a la variable principal 2.

#### **Ficha técnica del Cuestionario**

Nombre: Encuesta a los empresarios MYPES de Gamarra: Capacitación y Financiamiento.

Autor: Ricardo Ronald Bustamante Casas

Objetivo: Describir los aspectos de la capacitación y el financiamiento de las micro y pequeñas empresas productoras de ropa deportiva del denominado conglomerado comercial Gamarra.

Lugar de aplicación: Conglomerado comercial, textil y de confecciones de Gamarra, distrito La Victoria, Lima.

Forma de aplicación: Directa.

Duración de la Aplicación: 20 minutos.

## Validación del instrumento

El instrumento de la investigación fue validado por juicios de expertos, a quienes se les envió una carta solicitando su colaboración en cuanto a la evaluación del instrumento de investigación, para ello se adjuntó el referido instrumento la Matriz de Consistencia y la ficha de validación de instrumento. Los expertos dieron sus puntos de vista y con algunas observaciones, las que fueron subsanadas y presentadas nuevamente a los expertos, dando finalmente su respuesta favorable; los expertos evaluaron y determinaron que el instrumento tenía aceptable suficiencia. A continuación se tiene los resultados de la opinión de los expertos.

Tabla 6. Resultado de la opinión de los expertos

Experto	DNI	Observaciones
Mgtr. Jorge Luis Flores Bravo	06053898	Existe suficiencia aceptable
Dr. César Baiocchi	07208923	Si hay suficiencia
Dra. Ruth Seminario Rivas	07548656	Existe suficiencia aceptable

Elaboración: Autor del estudio

### 3.5 Plan de análisis

Al reunir la información mediante las técnicas e instrumentos mencionados, se procedió a ordenarlos, clasificarlos y cuantificarlos las que se presentan en tablas y figuras en el siguiente capítulo.

Al detallar las tablas, figuras, estadísticos, entre otros se describen apreciaciones objetivas las que se emplearon para contrastar cada uno de los objetivos con las cuales

se relaciona. Al compilar las apreciaciones servirá para indicar las condiciones que fundamentarán las características de la capacitación y financiamiento de las MYPES confeccionistas de ropa deportiva del Conglomerado Comercial de Gamarra del distrito de La Victoria.

### **3.6 Matriz de consistencia**

En la tabla 7 se detalla la matriz de consistencia de la presente investigación.

### **3.7 Principios éticos**

En el desarrollo del presente estudio se ha tenido en cuenta:

- Asumir con responsabilidad el desarrollo de la tesis
- Ser fehaciente y veraz en la argumentación, hechos, cifras y datos citados.
- Respeto al derecho de autor, citando como corresponde la propiedad intelectual de los autores.

Tabla 7. Matriz de consistencia

**Título:** “Caracterización de la capacitación y financiamiento de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Emporio Comercial Gamarra del distrito de La Victoria – Lima, 2015”

<b>Problemas</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Variables</b>	<b>Población y muestra</b>	<b>Metodología</b>
<b>Problema general</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Variable Principal 1</b>	<b>Población</b>	<b>Tipo de investigación:</b> Básica
¿Cuáles son las características de la capacitación y financiamiento de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Emporio Comercial Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, en el año 2015?	Describir las características de la capacitación y financiamiento de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Emporio Comercial Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, en el año 2015.	Capacitación	434 MYPES del sector producción de ropa deportiva en Gamarra, distrito La Victoria	
<b>Problemas específicos</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Variable Principal 2</b>	<b>Muestra</b>	<b>Nivel de investigación:</b>
1. ¿Cuáles son las características de los gerentes y/o propietarios de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Emporio Comercial Gamarra del distrito de la Victoria, Lima?	1. Determinar las características de los gerentes y/o propietarios de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Emporio Comercial Gamarra del distrito de la Victoria, Lima, en el año	Financiamiento	68 MYPES del sector producción de ropa deportiva en Gamarra, distrito La Victoria	Descriptiva, No experimental, transversal y cuantitativa
2. ¿Cuáles son las características generales de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Emporio Comercial Gamarra del distrito de la Victoria?	2. Describir las características generales de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Emporio Comercial Gamarra del distrito de la Victoria, Lima.			<b>Instrumento:</b> Cuestionario de 30 preguntas
3. ¿Cuáles son las características de capacitación de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Emporio Comercial Gamarra del distrito de la Victoria, Lima?	3. Describir las características de capacitación de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Emporio Comercial Gamarra del distrito de la Victoria, Lima.			
4. ¿Cuáles son las características de financiamiento de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Emporio Comercial Gamarra del distrito de la Victoria, Lima?	4. Describir las características de financiamiento de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Emporio Comercial Gamarra del distrito de la Victoria, Lima.			



## IV. RESULTADOS

### 4.1 Resultados

#### 4.1.1 Resultados de las características de los gerentes y/o propietarios de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Conglomerado Comercial Gamarra del distrito de La Victoria, Lima.

Tabla 8. Características de los gerentes y/o propietarios de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Conglomerado Comercial Gamarra del distrito de La Victoria, Lima.

<b>DATOS GENERALES</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa (%)</b>
<b>Edad (años)</b>		
Menos de 30 años	9	13.2
De 31 a 40 años	14	20.6
De 41 a 50 años	33	48.5
Más de 50 años	12	17.6
Total	68	100.0
<b>Sexo</b>		
Masculino	46	67.6
Femenino	22	32.4
Total	68	100.0
<b>Estado civil</b>		
Soltero	4	5.9
Casado(a)	32	47.1
Conviviente	22	32.4
Separado(a)	8	11.8
Viudo(a)	2	2.9
Total	68	100.0
<b>DATOS GENERALES</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa (%)</b>
<b>Grado de instrucción</b>		
Primaria	8	11.8
Secundaria	41	60.3
Técnica	12	17.6
Superior no universitaria	5	7.4
Universitaria	2	2.9

Total	68	100.0
<b>Cargo de los representantes</b>		
Dueño	42	61.8
Administrador	14	20.6
Empleado de confianza	12	17.6
Total	68	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Conglomerado Comercial Gamarra, distrito de La Victoria, Lima

### **Interpretación**

El 48.5% de los participantes del estudio tienen entre 41 a 50 años de edad, en tanto que el 13.2% señaló que tenía menos de 30 años. El 67.6% son del sexo masculino, en tanto que el 32.4% corresponde al femenino. Los empresarios de las MYPES productoras de ropa deportiva del Conglomerado Comercial Gamarra del distrito de La Victoria, en un 47.1% son casados(as), seguido del 32.4% que afirmaron ser convivientes, es decir que el 79.5% tienen un hogar constituido. En tanto que el 2.9% refirió ser viudo(a). Con respecto al nivel educativo, se tiene que el 60.3% de los participantes tienen educación secundaria, el 17.6% manifestó tener educación técnica. Un 2.9% señaló tener estudios universitarios y el 11.8% apuntó que tenía educación primaria.

Otra característica de los encuestados del estudio es que el 61.8% son los dueños de las MYPES, seguido del 20.6% que son administradores y el 17.6% son empleados de confianza.

#### **4.1.2 Resultados de las características generales de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Conglomerado Comercial Gamarra del distrito de La Victoria, Lima.**

Tabla 9. Características generales de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Conglomerado Comercial Gamarra del distrito de La Victoria, Lima.

<b>DE LA EMPRESA</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa (%)</b>
<b>Permanencia en la actividad (Experiencia)</b>		
Menos de 3 años	7	10.3
Entre 4 y 5 años	29	42.6
Entre 6 y 10 años	25	36.8
Más de 10 años	7	10.3
Total	68	100.0
<b>Número de trabajadores en la empresa</b>		
Menos de 5	19	27.9
De 5 a 10	41	60.3
Más de 10	8	11.8
Total	68	100.0
<b>Número de trabajadores en planilla</b>		
Todos	14	20.6
Algunos	36	52.9
Sólo yo	18	26.5
Total	68	100.0
<b>Familiares trabajan en la empresa</b>		
Si	47	69.1
No	21	30.9
Total	68	100.0
<b>Régimen tributario</b>		
Régimen General	15	22.1
Régimen Especial	35	51.5
Régimen Único Simplificado	18	26.5
Total	68	100.0
<b>Tipo de persona jurídica empresarial</b>		
Persona natural	26	38.2
Persona jurídica	42	61.8
Total	68	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Conglomerado Comercial Gamarra, distrito de La Victoria, Lima

### **Interpretación**

El 42.6% señalaron tener entre 4 y 5 años de experiencia como empresarios, el 10.3% tiene más de 10 años de experiencia, el 10.3% tiene menos de 3 años en esta actividad. El 60.3% de los encuestados refirieron que en sus respectivas empresa hay de 5 a 10 trabajadores, el 27.9% tienen menos de 5 trabajadores, el 11.8% afirmaron

tener más de 10 trabajadores. El 52.9% solo algunos trabajadores están en planilla, a lo cual se suma el 26.5% en el que sólo él está en planilla y el 20.6% todo el personal de la empresa está en planilla. El 69.1% si trabajan familiares, el 30.9% no trabajan sus familiares. El 51.5% está en el régimen especial, el 26.5% en el régimen único simplificado (RUS) y el 22.1% está en el régimen general. Una característica mayoritaria de las MYPES del estudio es que en 61.8% son personas jurídicas, en tanto el 38.2% son personas naturales.

#### **4.1.3 Resultados de las características de la capacitación de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Conglomerado Comercial Gamarra del distrito de La Victoria, Lima.**

Tabla 10. Características de la capacitación de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Conglomerado Comercial Gamarra del distrito de La Victoria, Lima.

<b>DE LA CAPACITACIÓN</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa (%)</b>
<b>Conocimiento de los programas de capacitación a las MYPE</b>		
Si	58	85.3
No	10	14.7
Total	68	100.0
<b>DE LA CAPACITACIÓN</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa (%)</b>
<b>Medio por el cual se entero de la capacitación</b>		
Periódico	24	41.4
Televisión	7	12.1
Radio	7	12.1
Internet	9	15.5
Afiche/Volante	5	8.6
Un amigo	6	10.3
Total	58	100.0

Sólo se ha tenido en cuenta los que respondieron que Si conocían (58) la existencia de programas de capacitación a las MYPES

<b>DE LA CAPACITACIÓN</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa (%)</b>
<b>Importancia de la capacitación</b>		
Muy importante	15	22.1
Importante	40	58.8
Poco importante	9	13.2
Nada importante	4	5.9
Total	68	100.0

**Se ha capacitado en los dos últimos años**

Si	49	84.5
No	9	15.5
Total	58	100.0

Sólo se ha tenido en cuenta los que respondieron que Si conocían (58) la existencia de programas de capacitación a las MYPES

**Satisfacción de la capacitación**

Muy satisfecho	5	10.2
Satisfecho	34	69.4
Poco satisfecho	9	18.4
Nada satisfecho	1	2.0
Total	49	100.0

Sólo se ha tenido en cuenta los que respondieron que Si se habían capacitado (49)

**Beneficios de la capacitación**

Mejorar la administración de la empresa	7	14.3
Mejorar la estructura de costos	22	44.9
Mejorar la producción/productividad	11	22.4
Incrementar las ventas	4	8.2
Mejorar la calidad de las prendas	3	6.1
Ningún beneficio	2	4.1
Total	49	100.0

Sólo se ha tenido en cuenta los que respondieron que Si se habían capacitado (49)

<b>DE LA CAPACITACIÓN</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa (%)</b>
<b>Motivos para no haberse capacitado</b>		
Falta de tiempo	8	42.1
No he estado informado	4	21.1
Falta de recursos económicos	5	26.3
El lugar de capacitación queda lejos	2	10.5
Total	19	100.0

Sólo se ha tenido en cuenta los que respondieron que no se habían capacitado y no estuvieron informados de los programas de capacitación (19)

<b>DE LA CAPACITACIÓN</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa (%)</b>
<b>Materia que necesita capacitarse</b>		
Marketing	14	20.6
Producción/Productividad	21	30.9
Mejora de costos	12	17.6
Gestión de la empresa	5	7.4
Computación/Internet	10	14.7
Otro	6	8.8
Total	68	100.0
<b>Incentivos para capacitarse</b>		
Programas gestadas por el Estado	9	13.2
Bonos de capacitación	24	35.3
Capacitación con préstamos	19	27.9
Reducción de impuestos por capacitación	10	14.7
Becas para capacitación	6	8.8
Otros	68	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Conglomerado Comercial Gamarra, distrito de La Victoria, Lima

### **Interpretación**

En cuanto a la capacitación, se tiene que el 85.3% de los participantes si conoce algún programa de capacitación a las MYPES, el 14.7% señaló no conocer. De los 58 participantes que refirieron que conocían de programas de capacitación a las MYPES, el 41.4% se informó mediante el periódico, seguido del internet (15.5%), televisión (12.1%), radio (12.1%), le dijo un amigo (10.3%) y afiche/volante (8.6% cada uno). Para el 58.8% de los encuestados la capacitación en el éxito de su empresa es importante, el 5.9% señalaron que era nada importante en el éxito empresarial, para el 22.1% es muy importante en el éxito de la empresa y para el 13.2% es poco importante. El 84.5% si se han capacitado en los dos últimos años, en tanto que el 15.5% no lo hicieron. De los que señalaron que se habían capacitados en los dos últimos años (49),

el 69.4% señalaron estar satisfechos con la capacitación, el 2% afirmó estar nada satisfecho.

La capacitación ha traído diversos beneficios como mejorar la estructura de costos (44.9%), mejorar la producción/productividad (22.4%), mejorar la administración de la empresa (14.3%), incrementar las ventas (8.2%) y mejorar la calidad de las prendas (6.1%). Entre los que manifestaron no haberse capacitado en los últimos dos años (se incluye a los que no estuvieron informados y no se capacitaron 19), se tiene que no lo hicieron por falta de tiempo (42.1%), falta de recursos económicos (26.3%), no ha estado informado (21.1%) y el lugar de capacitación queda lejos (10.5%).

Los participantes del estudio refirieron que necesitan ser capacitados en producción/productividad (30.9%), marketing (20.6%), mejora de costos (17.6%), computación/internet (14.7%), gestión de la empresa (7.4%) y otras áreas (8.8%). Los participantes demandan dar bonos de capacitación (35.3%), capacitación con préstamos (27.9%), programas de capacitación gestados por el Estado (13.2%), reducción de impuestos por capacitación (14.7%) y becas de capacitación (8.8%).

**4.1.4 Resultados de las características del financiamiento de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Conglomerado Comercial Gamarra del distrito de La Victoria, Lima.**

Tabla 11. Características del financiamiento de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Conglomerado Comercial Gamarra del distrito de La Victoria, Lima.

<b>DEL FINANCIAMIENTO</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa (%)</b>
<b>Modo de financiamiento empresarial</b>		
Financiamiento propio	23	33.8
Financiamiento de terceros	45	66.2
Total	68	100.0
<b>Entes en el financiamiento de terceros</b>		
Banco comercial	24	35.3
Banca no comercial	20	29.4
Prestamos a familiares	8	11.8
Usureros	16	23.5
Total	68	100.0
<b>Entidades que mejor atienden</b>		
Banco comercial	11	16.2
Banca no comercial	45	66.2
Usureros	12	17.6
Total	68	100.0
<b>DEL FINANCIAMIENTO</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa (%)</b>
<b>Número de préstamos solicitados en el 2015</b>		
Ninguno	3	4.4
Una vez	47	69.1
Dos veces	13	19.1
Tres veces	3	4.4
Más de tres veces	2	2.9
Total	68	100.0
<b>Obtención del préstamo</b>		
Si	56	82.4
No	12	17.6
Total	68	100.0



<b>DEL FINANCIAMIENTO</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa (%)</b>
<b>Le otorgaron el monto solicitado</b>		
Si	50	89.3
No	6	10.7
Total	56	100.0
Sólo se ha tenido en cuenta los que respondieron que si les otorgaron el préstamo (56)		
<b>Motivo por la negación del préstamo</b>		
Perfil crediticio negativo	7	38.9
Falta de aval	3	16.7
Falta de garantías reales	6	33.3
No acreditar ingresos suficientes	2	11.1
Total	18	100
Sólo se ha tenido en cuenta los que respondieron que no le otorgaron el crédito (12) y les dieron un monto menor al solicitado (6), en total 18		
<b>Inversión del préstamo</b>		
En materia prima	28	50.0
Pagar deudas	16	28.6
Adquirir equipos/maquinaria	9	16.1
Renovación	3	5.4
Total	56	100.0
Sólo se ha tenido en cuenta los que respondieron que si habían logrado un préstamo (56)		

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Conglomerado Comercial Gamarra, distrito de La Victoria, Lima

### **Interpretación**

Los empresarios MYPES financian sus actividades empresariales a través de terceros (66.2%) y de recursos propios (33.8%). El financiamiento de terceros se refieren a la entidad bancaria (35.3%), a la entidad no bancaria (29.4%), los usureros –prestamistas informales- (23.5%) y préstamos a familiares (11.8%). Entre las entidades le ofrecen mejores facilidades para acceder al préstamo, los participantes señalaron que está la banca no comercial (66.2%), los usureros (17.6%) y los bancos comerciales (16.2%). El 69.1% al menos una vez solicitaron un préstamo en el año 2015, dos veces (19.1%), tres veces (4.4%) y el 2.9% más de tres veces. Al 82.4% de los participantes si les otorgaron el préstamo solicitado, al 17.6% no le otorgaron lo

solicitado. Al 89.3% -de los que si les dieron el préstamo- si les dieron el monto solicitado, al 10.7% no les otorgaron el monto que pidieron. Entre los que le negaron el préstamo o le dieron un monto menor a lo solicitado (18), el 38.9% se debió a su perfil crediticio negativo así como a la falta de garantías reales (33.3%), el 16.7% por la falta de aval y el 11.1% por no acreditar ingresos suficientes. A los que les dieron el préstamo (56), el 50% lo invirtió en la adquisición de materia prima, el 28.6% en pagar deudas, el 16.1% en adquirir equipos/maquinaria y el 5.4% lo aplicó en renovar instalaciones. Al 62.5% de los que se les otorgó el préstamo solicitado le resulta beneficios, y al 10.7% le resulto muy beneficioso; en tanto que el 26.8% señaló que le resulto poco beneficioso. El 69.1% estarían dispuestos a solicitar un préstamo para capacitación, a ello se suma el 20.6% que si solicitaría el préstamo para capacitarse. Pero el 10.3% nunca solicitaría el préstamo para ello.

## **4.2 Análisis de resultados**

### **1. Respecto a las características de los empresarios MYPE**

- a) De las MYPES participantes del estudio se establece que la mayoría de los empresarios y/o encargados encuestados son del sexo masculino (67.6%), lo que va en la línea encontrada por Aguilar (1) y Rengifo (28), quienes encontraron que éstos eran de dicho género en 79.41% y 57% respectivamente. En tanto que Puestas (27) en su estudio encontró un resultado diferente, el 90% son del sexo femenino.
- b) El 47.1% y el 32.4% de los encuestados refirieron que eran casados y convivientes respectivamente, es decir que el 79.5% tienen a su cargo un hogar, lo cual se condice con lo encontrado por Puestas (27) y Aguilar (1).

Puecas (27) refiere que el 50% de las empresarias de su estudio son casadas, en tanto Aguilar (1) encontró que el 29.41% eran casados y el 39.71% son convivientes (en total 69.12% tienen una responsabilidad hogareña directa) y Rengifo (28) encontró que el 14% es casado y el 57% conviviente (en total 71%).

c) Referente al nivel educativo, en este estudio se determinó que el 60.3% y el 17.6% de los participantes tienen estudios secundarios y técnicos respectivamente. Resultados que concuerdan con lo encontrado por Aguilar (1) y Rengifo (28). El primero señaló que el 42.65% de los empresarios MYPE en su investigación tienen secundaria completa (y 7.35% secundaria incompleta) y el 27.94% educación superior no universitaria. En tanto que Rengifo encontró que el 50% tiene educación secundaria completa, el 43% secundaria incompleta y el 7% educación superior no universitaria completa. Por su parte Puecas (27) encontró que el 50% las empresarias MYPES de su estudio tienen estudios técnicos.

## **2. Respecto a las características generales de las MYPES.**

a) Teniendo en cuenta que el 10.3% de los encuestados tienen menos de tres años de experiencia empresarial, se tiene que el 89.7% de los encuestados en el presente estudio tienen más de 3 años de experiencia, resultado que se condice con los resultados de Aguilar (1), Rengifo (28), Flores (15) y Malpartida (21). Aguilar y Rengifo encontraron que el 100% de los empresarios MYPES tienen más de tres años de experiencia. En tanto Flores (15) encontró que el 35.71% de los gerentes (dueños) de las MYPES del

estudio tienen más de tres años de experiencia gerencial (pero, el 18.57% de las MYPES tienen más de tres años de experiencia en el sector de confecciones para las exportaciones). Malpartida (21) señala que sólo alrededor del 5% de los empresarios había iniciado sus actividades hace menos de un año. En tanto que Puestas (27) encontró que las empresarias de su estudio tienen el 50% tienen más de 21 años de experiencia como empresario MYPE

- b) Con respecto a la formalidad laboral de los trabajadores, se encontró que el 52.9% de los encuestados señalaron que algunos están en planilla y 26.5% sólo yo (el encuestado) (tabla 12), es decir el 79.4% está en planilla, por ende son trabajadores permanentes; resultado que en alguna medida coincide con lo encontrado por Rengifo (28), que en su estudio se determinó que el 86% no tienen ningún trabajador permanente.
- c) El 69.1% de los encuestados señalaron que si trabajan familiares en su empresa (tabla 13), cifra que está en la misma dirección que la encontrada por Aguilar (1), que en su estudio encontró que el 86.76% de los empresarios MYPES afirmaron que si trabajan sus familiares en su empresa.

### **3. Respecto a la capacitación.**

- a) El 58.8% de los participantes del estudio afirmaron que los programas de capacitación para las MYPES son importantes, a ello se suma el 22.1% que considera muy importante estos programas, resultado que es similar al de Rengifo (28), quien encontró que el 50% considera de la capacitación es relevante para la empresa. Estos resultados se contradicen con Kong y

Moreno (19), que en su estudio tiene que 69% de las MYPES invierten poco en la capacitación del recursos humano, al considerarlo poco importante, ya que son ellos mismos los que administran y atienden en sus negocios.

- b) En los últimos dos años el 84.5% se ha capacitado, resultado que está en la misma línea que el estudio de Rengifo. Rengifo (28) quien señala que el 79% si ha recibido capacitación en los dos últimos años. Puestas (27) encontró que el 60% de las empresarias MYPE no recibió capacitación para iniciar su negocio
- c) El 44.9% de los que se han capacitado manifestaron que se beneficiaron en cuanto a tener más conocimiento en la estructura de costos, seguidos de quienes mejoraron su conocimiento en producción/productividad (21.1%). En tanto Romero y Guevara (29), señala en su estudio que los artesanos de las MYPES capacitados han mejorado notablemente en lo que respecta a las técnicas de mercado (28%), es decir, conocen mejor su zona de comercialización y pueden aplicar mejores técnicas para atraer nuevos clientes; y, también agrega que Han mejorado en los procesos de producción (27.5%) y los diseños (25.9%) en sus productos, estos últimos resultados se condicen con los del presente estudio.
- d) De quienes no se han capacitado el 42.1% no lo han hecho por falta de tiempo y el 26.3% por falta de recursos económicos. Resultados también encontrados por Romero y Guevara (29), quien detalla en su estudio que un problema para no capacitarse es la falta de tiempo (22,9%), dado que se dedican todo su tiempo a su trabajo y no buscan un tiempo adecuado para

capacitarse, y un 15.9% no se ha capacitado por falta de recursos económicos.

#### **4. Respecto al financiamiento**

- a) El 66.2% de los encuestados del estudio manifestaron que financian sus actividades empresariales a través de terceros, resultados que concuerdan con los encontrados por Kong y Moreno (19) en cuyo estudio señala que el 70% de los empresarios MYPES financia su empresa con aportes de terceros (entidades financieras como agiotistas y/o familiares)
- b) Para el 35.3% de los empresarios MYPE el financiamiento a través de terceros corresponde a la entidad bancaria, el 29.4% a la entidad no bancaria y un 23.5% a los usureros (ver Tabla 26), es un resultado que están en la misma línea que Kong y Moreno (19), señalando que el 28% de los empresarios MYPE se financian a través de Mi Banco (que es parte de la entidad bancaria) y el 17% lo hacen en las entidades bancarias.
- c) El 69.1% de los encuestados sostuvieron que sólo solicitaron un préstamo en el año 2015 (ver Tabla 28), resultado que concuerda con lo encontrado por Puestas (27) quien encontró que el 70% solicitó sólo un préstamo en el año 2013 y el 30% solicitaron crédito más de una vez.
- d) El 82.4% de los participantes afirmaron haber logrado el préstamo solicitado, resultado distante de lo encontrado por Puestas (27), quien señala que el 40% de los encuestados obtuvieron créditos del sistema financiero

- e) Entre los que obtuvieron el préstamo (66), el 50% lo invirtió en la adquisición de materia prima, el 28.6% en pagar deudas. Al respecto se tiene los resultados de Kong y Moreno (19) encontrando que los préstamos obtenidos por los empresarios MYPES lo destinaron a capital de trabajo (45%), seguido de la adquisición de activos fijos (26%) para ampliar sus negocios, y en menor proporción para cumplir con sus obligaciones a proveedores (8%). Puestas (27) encontró que el 50% de los que accedieron al crédito lo aplicaron para capital de trabajo.
- f) El 62.5% señaló que si les fue beneficioso tanto en el tiempo como en el interés, resultado que en cierta medida es concordante con lo encontrado por Rengifo (28), ya que 86% de los empresarios de su estudio señalaron que la rentabilidad de su empresa mejoró con el préstamo obtenido
- g) El 69.1% de los encuestados estarían dispuestos a solicitar un préstamo para capacitación, lo cual concuerda de alguna manera con Aguilar (1), quien encontró que el 82.35% de los empresarios MYPE invierten para capacitarse, aunque también encontró que el 69.12% de los empresarios MYPE no envían a sus trabajadores a capacitarse.

## V. CONCLUSIONES

### a) **Respecto al perfil de los empresarios de las MYPES.**

En las empresas MYPES del sector producción de ropa deportiva del Emporio Comercial Gamarra del distrito de la Victoria, la mayoría de los conductores de estas son del sexo masculino (65.4%), son casados(as) (44.4%), el 60.5% tiene educación secundaria (el 2.5% tiene estudios universitarios).

### b) **Respecto a las características generales de las MYPES.**

Las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Emporio Comercial Gamarra del distrito de la Victoria tienen conductores que en un 44.4% tiene entre 4 y 5 años de experiencia como empresario, sólo el 18.5% reseño que todos los trabajadores de las empresas están en planillas; características que determinan que en su mayoría son empresas que están en proceso tendiente a arraigarse como empresas a fin de ganarse una presencia más competente en el mercado.

### d) **Respecto a la capacitación.**

El 21% de los empresarios MYPES del sector producción de ropa deportiva del Emporio Comercial Gamarra del distrito de la Victoria no tienen conocimiento de los programas de capacitación, a ello se suma el hecho que el 14.8% y el 6.2% considera poco importante y nada importante respectivamente la capacitación, así también se tiene que el 16% no se ha capacitado en los dos últimos años, sea por falta de tiempo, falta de recursos económicos. Aspectos



que determinan que un segmentos de estos empresarios MYPES tienen un bajo nivel de capacitación, pero que demandan ser capacitados en áreas como producción/productividad, marketing, en costos, en computación/internet, tan necesarios para mejorar empresarialmente.

**e) Respecto al financiamiento.**

El 67.9% de los empresarios MYPES del sector producción de ropa deportiva del Emporio Comercial Gamarra del distrito de la Victoria financian sus actividades empresariales con dinero de terceros, como las entidades bancarias (3.5.8%), entidad no bancaria (33.3%), a los usuarios (19.8%); también se tiene que el 18.5% no ha podido acceder al crédito del sistema financiero, debido a su perfil crediticio negativo, falta de aval, falta de garantías reales y acreditar los ingresos suficientes. El 27.3% de los que accedieron señalan que les resultó poco beneficioso el crédito otorgado. De manera que estas características configuran a un MYPE con deficiente perfil crediticio que limita su acceso al financiamiento de las MYPES del sector producción de ropa deportiva del Emporio Comercial Gamarra del distrito de la Victoria, Lima.

## VI. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Aguilar, F. (2011). Prospección del planeamiento estratégico y la competitividad empresarial en las MYPES del sector confecciones. Tesis de Maestría en Administración. Lima: Universidad Inca Garcilaso de la Vega.
2. Albújar, H.; Janampa, L.; Odar, R. y Osorio, M. (2008). Sistema nacional de capacitación para la MYPE peruana. Lima: Universidad ESAN.
3. Alles, M. (2014). Dirección estratégica de los recursos humanos. Gestión por competencias. Vol. 1. Buenos Aires: Granica.
4. Banco Central de Reserva del Perú - BCRP (2015). Glosario de términos económicos. Lima: BCRP.
5. Banco Central de Reserva del Perú - BCRP (2011). Glosario de términos económicos. Lima: BCRP.
6. Bersin, J., Agarwal, D.; Pelster, B. y Schwartz, J. (eds.) (2015). Tendencia en Capital Humano Global 2015. Liderando en el nuevo mundo del trabajo. Reino Unido Deloitte University Press.
7. Caballero Bustamante (2015). ¿Qué tipos de Financiamiento existen en el Mercado Peruano para las MYPES? (Segunda Parte). Disponible desde: [http://www.caballeroBustamante.com.pe/plantilla/lab/ecb191009\\_2.pdf](http://www.caballeroBustamante.com.pe/plantilla/lab/ecb191009_2.pdf)
8. Cámara de Comercio de Gamarra (2012). ¿Qué es Gamarra? Disponible desde: <http://www.gamarra.com.pe/category/gamarra/>

9. Carazo, M. (2013) Los Centro de innovación tecnológica: Instrumentos para la transferencia tecnológica y la competitividad. PROYECTO MITINCI-AECI. Lima: CITES PERÚ.
10. Corporación Financiera de Desarrollo – COFIDE (2016). Financiamiento a la MYPE. Disponible desde:  
<http://www.cofide.com.pe/cofideportal/main/productos/apoyo-mipe/mipyme>
11. Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias - CONAFIPS. (2015). Economía y finanzas populares y solidarias para el buen vivir en Ecuador. 2da. Ed. Quito, Ecuador: Oxigenio Communication.
12. Cuba, L. (2011). Proyecto Gamarra. Sobre el emporio comercial Gamarra. Disponible desde: <http://www.proyectogamarra.pe/gamarra.html>
13. El Peruano (2008). Decreto Legislativo N° 1086. Ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente. Lima: El Peruano.
14. El Peruano (2015). Normas Legales. Valor de la Unidad Impositiva Tributaria durante el año 2016. Decreto Supremo N° D.S. 397-2015-EF. Lima: El Peruano.
15. Ferraro, C. y otros (2011). Eliminando barreras: El financiamiento a las pymes en América Latina. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
16. Flores, G. (2014). Modelo empresarial Clústers en negocios internacionales del sector exportador MYPES de confecciones textiles de Gamarra, Lima 2005 – 2012. Tesis de Doctorado en Ciencias Administrativas. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
17. Gestión (2015). Las microfinancieras y su rol descentralizador. Disponible desde: <http://gestion.pe/mercados/microfinancieras-y-su-rol-descentralizador-2138997>

18. Hernández, R. (2011). Las sociedades de garantía recíproca como instrumento de acceso al financiamiento de las micro y pequeñas empresas (MYPE) en el sistema financiero. Tesis de Magister con Mención en Finanzas. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
19. Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. 6ª Edición México D.F.: McGraw-Hill/Interamericana.
20. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura - IICA (2012). Manual de capacitación empresarial. Financiamiento en la empresa asociativa. Bogotá: Centro Interamericano de Documentación e Información Agrícola.
21. Kong, J. y Moreno, J. (2014). Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las MYPES del distrito de San José – Lambayeque en el período 2010-2012. Tesis para el Título de Licenciado en Administración de Empresas. Chiclayo: Universidad Santo Toribio de Mogrovejo.
22. La Calle, M. y otros (2012). Glosario básico sobre microfinanzas. Madrid: Foro Nantik Lum de MicroFinanzas.
23. López, I. (2016). Diccionario económico. Entidad financiera no bancaria. Disponible desde: <http://www.expansion.com/diccionario-economico/entidad-financiera-no-bancaria.html>
24. Malpartida, F. (2010). Marketing en la gestión de las pyme productoras y comercializadoras: El emporio comercial Gamarra (2007-2009). Investigación. Lima: Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Universidad de San Martín de Porres.
25. Manuel MP (2012). Las instituciones financieras. Disponible desde: <https://educacionbancaria.wordpress.com/2012/10/26/52/>

26. Mendiola, A.; Aguirre, C.; Aguilar, J.; Chauca, P.; Dávila, M. Y Palhua, M. (2015). Sostenibilidad y rentabilidad de las cajas municipales de ahorro y crédito (CMAC) en el Perú. Lima : Universidad ESAN.
27. Ministerio de la Producción (2015). Las Mipymes en cifras 2014. Lima: Produce.
28. Ministerio de la Producción - PRODUCE (2012). MYPE 2011 Estadística de la micro y pequeña empresa. Lima: Produce.
29. Oficina Internacional del Trabajo – OIT (2015). Panorama Temático Laboral. Pequeñas empresas, grandes brechas. Empleo y condiciones de trabajo en las MYPE de América Latina y el Caribe. Ginebra: OIT.
30. Oficina Internacional del Trabajo – OIT (2015a). Pequeñas y medianas empresas y creación del empleo decente y productivo. Ginebra: OIT.
31. Proinversión. Agencia de Promoción de la Inversión Privada – Perú (2013). MYPE pequeña empresa crece. Guía para el desarrollo de la micro y pequeña empresa. 2da ed. Lima: Proinversión.
32. Puestas, S. (2015). Caracterización del financiamiento y capacitación en las MYPES del sector productivo, rubro confección de polos en la ciudad de Chimbote, 2013. Tesis para optar el título de Licenciada en Administración. Chimbote: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
33. Rengifo, J. (2011). Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro artesanía shipibo-conibo del distrito de Callería-Provincia de Coronel Portillo, periodo 2009-2010. Tesis para optar el título de Contador Público. Pucallpa: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

34. Romero, J. y Guevara, S. (2014). Lineamientos estratégicos claves de competitividad para la introducción y fortalecimiento en la actividad exportadora, las MYPES del sector artesanal en la región de Piura, frente a las nuevas tendencias del mercado. Tesis para optar el título de Licenciados en Administración de Empresas. Piura: Universidad de Piura.
35. Sanhueza, P. (2011). Microempresas y Microfinanzas en el desarrollo local. El caso de la Región de La Araucanía, Chile. Memoria del Foro Bional Iberoamericano de Estudios del Desarrollo, 2011. Sede: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México, del 11 al 13 de abril de 2011. Disponible desde: <http://www.riedesarrollo.org/memorias/2011/pdf/M2-2.pdf>
36. Sunkel, G. y Trucco, D. (Eds.). (2012). Las tecnologías digitales frente a los desafíos de una educación inclusiva en América Latina. Algunos casos de buenas prácticas. Santiago de Chile: Cepal.
37. Vila, N. (2015). Administración financiera I. Lima: UIGV
38. Visa empresarial (2013). La Pyme y la MYPE en el Perú. Disponible desde: [https://visaempresarial.com/pe/noticias/la-pyme-y-MYPES-en-el-peru\\_126](https://visaempresarial.com/pe/noticias/la-pyme-y-MYPES-en-el-peru_126)
39. Werther, W.; Davis, K. y Guzmán, M. (2014) Administración de recursos humanos. Gestión del capital humano. 7ma ed. México D.F. McGraw-Hill/Interamericana.

## **ANEXOS**

### Anexo 01. Matriz de actividades - 2016

Meses Actividades / semanas	Marzo				Abril				Mayo
	Sem 01	Sem 02	Sem 03	Sem 04	Sem 05	Sem 06	Sem 07	Sem 08	Sem 09
Planteamiento del problema	X								
Presentar antecedentes del estudio		X							
Presentar marco teórico		X							
Elaboración y validación de encuesta		X							
Verificación de procesamiento de información de encuestas		X	X						
Presentar resultados				X					
Presentar Proyecto de tesis						X			
Presentar informe final					X				
Levantar observaciones de informe					X	X			
Presentar artículo científico							X		
Presentar ponencia							X		
Sustentación en salón de clase						X	X		
Sustentación en Prebanca								X	
Sustentación de tesis ante Jurado evaluador									X

### Anexo 02. Presupuesto

Actividades	Costo S/.
Asesorías	650
Impresiones y copias	350
Compra de material bibliográfico	580
Internet	220
Pasajes	280
Materiales diversos	500
Implementación de encuestas	300
Alimentación	320
Pago de bachillerato	1500
Pago de curso de cocurricular	1700
Pago de Título	1300
<b>Total</b>	<b>7700</b>



### Anexo 03. Cuestionario a los empresarios MYPE

Señor empresario, la presente encuesta es parte de una investigación universitaria sobre las características de la capacitación y financiamiento de las MYPES productoras de ropa deportiva, por lo que solicito su colaboración y apelo a su sinceridad en sus respuestas. Marque con una X la respuesta que considere conveniente.

#### I. INFORMACIÓN GENERAL

1. Género

1	Masculino	<input type="checkbox"/>
---	-----------	--------------------------

2	Femenino	<input type="checkbox"/>
---	----------	--------------------------

2. ¿Qué edad tiene?

1	Menos de 30 años	<input type="checkbox"/>
2	De 31 a 40 años	<input type="checkbox"/>

3	De 41 a 50 años	<input type="checkbox"/>
4	Más de 50 años	<input type="checkbox"/>

3. Estado civil

1	Soltero(a)	<input type="checkbox"/>
3	Casado(a)	<input type="checkbox"/>
5	Viudo(a)	<input type="checkbox"/>

2	Conviviente	<input type="checkbox"/>
4	Separado(a)	<input type="checkbox"/>

4. Grado de instrucción

1	Primaria	<input type="checkbox"/>
2	Secundaria	<input type="checkbox"/>
3	Técnica	<input type="checkbox"/>

4	Superioor no universitaria	<input type="checkbox"/>
5	Universitaria	<input type="checkbox"/>
6	Post grado	<input type="checkbox"/>

5. ¿Cuál es su puesto en la empresa?

1	Propietario	<input type="checkbox"/>
---	-------------	--------------------------

2	Administrador	<input type="checkbox"/>
---	---------------	--------------------------

3	Empleado de confianza	<input type="checkbox"/>
---	-----------------------	--------------------------

6. ¿Qué tiempo tiene cómo empresario?

1	Menos de 3 años	<input type="checkbox"/>
2	Entre 4 y 5 años	<input type="checkbox"/>

3	Entre 6 y 10 años	<input type="checkbox"/>
4	Más de 10 años	<input type="checkbox"/>

7. ¿Cuántos trabajadores hay en su empresa?

1	Menos de 5	<input type="checkbox"/>
---	------------	--------------------------

2	De 5 a 10	<input type="checkbox"/>
---	-----------	--------------------------

3	Más de 10	<input type="checkbox"/>
---	-----------	--------------------------

8. ¿Cuántos trabajadores están en la planilla de su empresa?

1	Todos	<input type="checkbox"/>
---	-------	--------------------------

2	Algunos	<input type="checkbox"/>
---	---------	--------------------------

3	Sólo yo	<input type="checkbox"/>
---	---------	--------------------------

9. ¿En su empresa trabajan familiares?

1	Si	<input type="checkbox"/>
---	----	--------------------------

2	No	<input type="checkbox"/>
---	----	--------------------------

10. ¿Cuál es el régimen tributario de su empresa?

1	Régimen General	<input type="checkbox"/>
---	-----------------	--------------------------

2	Régimen Especial	<input type="checkbox"/>
---	------------------	--------------------------

3	Régimen Único Simplificado	<input type="checkbox"/>
---	----------------------------	--------------------------

11. ¿Cuál es el tipo de persona jurídica de su empresa?

1	Persona natural	<input type="checkbox"/>
---	-----------------	--------------------------

2	Persona jurídica	<input type="checkbox"/>
---	------------------	--------------------------

## II. INFORMACIÓN SOBRE LA CAPACITACIÓN

12. ¿Tiene conocimiento de los programas de capacitación para MYPES?

1	Si		2	No	
---	----	--	---	----	--

13. ¿Por qué medio se enteró de la capacitación para las MYPES?

1	Periódico		5	Internet	
2	Televisión		6	Afiche/Volante	
3	Radio		7	Un amigo	
4	Revista		8	Me visitaron	

14. ¿Considera que la capacitación tiene alguna importancia en el éxito de su empresa?

1	Muy importante		3	Poco importante	
2	Importante		4	Nada importante	

15. ¿En los últimos dos años usted se ha capacitado?

1	Si		2	No	
---	----	--	---	----	--

16. ¿Usted ha quedado satisfecho con la capacitación en la que ha participado?

1	Muy satisfecho		3	Poco satisfecho	
2	Satisfecho		4	Nada satisfecho	

17. ¿Cuáles son beneficios que ha logrado con la capacitación en que ha participado?

1	Mejorar la administración de la empresa	
2	Mejorar la estructura de costos	
3	Mejorar la producción/productividad	
4	Incrementar las ventas	
5	Mejorar la calidad de las prendas	
6	Ningún beneficio	

18. ¿Cuál ha sido el motivo para no haberse capacitado?

1	Falta de tiempo	
2	No he estado informado	
3	Falta de recursos económicos	
4	El lugar de capacitación queda lejos	
5	No tengo ningún interés	

19. ¿En qué considera usted que necesita ser capacitado?

1	Marketing	
2	Producción/Productividad	
3	Mejora de costos	
4	Gestión de la empresa	
5	Computación/Internet	
6	Otro	

20. ¿Qué incentivos demandaría para participación en las capacitaciones?

1	Programas gestadas por el Estado	
2	Bonos de capacitación	
3	Capacitación con préstamos	
4	Reducción de impuestos por capacitación	
5	Becas para capacitación	
6	Otro	

### III. INFORMACIÓN SOBRE EL FINANCIAMIENTO

21. ¿Cómo ha financiado usted su actividad empresarial?

1	Financiamiento propio		2	Financiamiento de terceros	
---	-----------------------	--	---	----------------------------	--

22. ¿A quienes se refiere con financiamiento de terceros?

1	Entidad bancaria		3	Préstamos a familiares	
2	Entidad no bancaria		4	Usureros	

23. ¿Qué entidades le ofrecen mejores facilidades para acceder al préstamo?

1	Entidad bancaria		3	Usureros	
2	Entidad no bancaria		4	Otros	

24. ¿Cuántos préstamos solicito en el año 2015?

1	Ninguno		4	Tres veces	
2	Una vez		5	Más de tres veces	
3	Dos veces				

25. ¿De los préstamos solicitados en el 2015, le otorgaron el crédito?

1	Si		2	No	
---	----	--	---	----	--

26. ¿Del crédito otorgado, le dieron el monto solicitado?

1	Si		2	No	
---	----	--	---	----	--

27. ¿Por qué le negaron el crédito o le dieron un monto menor al solicitado?

1	Perfil crediticio negativo	
2	Falta de aval	
3	Falta de garantías reales	
4	No acreditar ingresos suficientes	

28. ¿El préstamo obtenido, en qué lo invirtió?

1	En materia prima	
2	Pagar deudas	
3	Adquirir equipos/maquinaria	
4	Renovación	

29. ¿Le resulta beneficioso el tiempo y el interés en que le otorgaron el préstamo?

1	Muy beneficioso	
2	Beneficioso	
3	Poco beneficioso	

30. ¿Usted, como empresario, solicitaría un préstamo para capacitarse?

1	Si	
2	Podría solicitarlo	
3	Nunca	

Muchas gracias

Anexo 4. Lista de empresas encuestadas

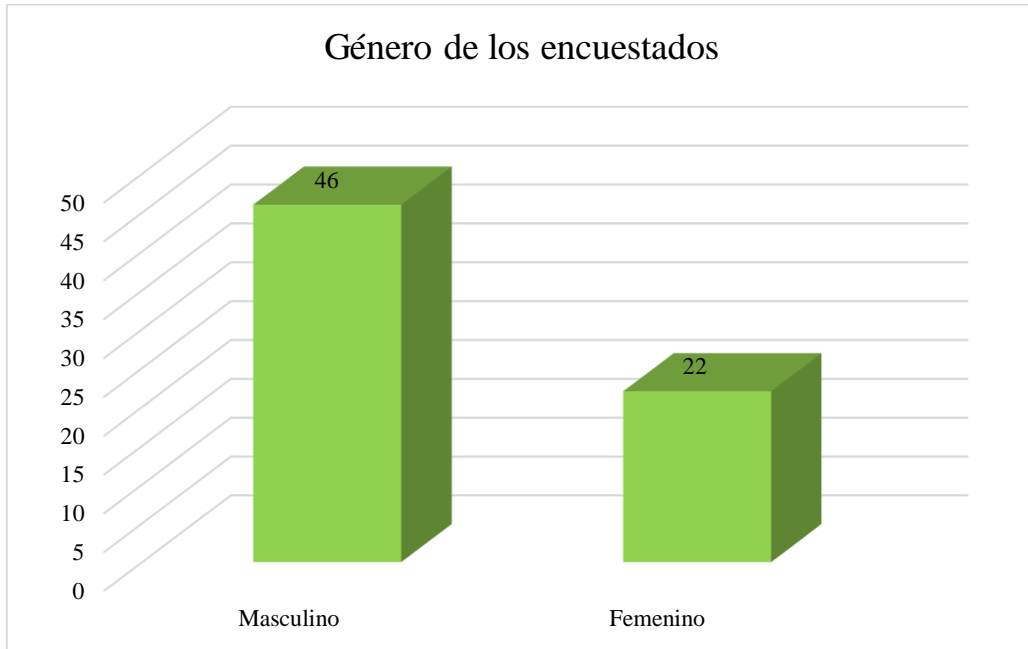
Nº	Nombre	Dirección	Entrevistado
1	Creaciones Megotex	Av. Aviación 342 Tda. 1 - Galería Mega Aviación Industriales	Walter Mego
2	Orion SportWear	Av. Enrique Meiggs 1898 - Cercado	Ángel Quispe
3	Alcooper	Jr. Gamarra 518 Ofc. E (3er piso)	Ángel Correa
4	Gamarra OBVIO	Prolongación Gamarra 1085 Tienda 105 Primer Piso	Úrsula Cueva
5	Corporación Textil Florida S.A.C.	C.C. Parque Cánepa Tda. 297	Ángel Rivas
6	Álvaro Publicidad – Servicio Corte y Confección	Galería La Torre de América, Jr. Sebastian Barranca 1441 piso 9 Int. 908 La Victoria	Antonia Quispe
7	Big Boys	Jr América 378 interior C	Marco Valverde
8	Lebrise	Jr. San Cristóbal 1580, tienda 207 – Galería La Torre de Sucre	Luis Sánchez Barreto
9	Firox	Av. 28 de Julio 2560 – Galería Guisado Int. 3114	Indalecio Ortega
10	Julondi Sport	Av. San Juan 445, San Luis	Alexander Julon
11	Proyecto de Confecciones Textiles EIRL - CAPPO	Jr. Luis Giribaldi N° 608 Dpto. 65	Segundo Cappello
12	Ferchale	Jr. Huánuco 1512	Augusto Castillo
13	Textil M & C	Jr Humboldt 1669 tda.10 2do Piso	Maritza Chumbes
14	Comercial Cabelan S.R.L.	Jr. Luis Giribaldi 441	Catalina Curo
15	Mya Line	Jr Huánuco 1610	Milagros Castro
16	Textil Anahui SAC	Av. Aviación 476 Int. 316	Antonio Anahui
17	Antonio Sausa	Jr. Hipólito Unanue 1290	Marco Sausa
18	Línea Deportiva Ayma	Jr. Gamarra 635 Tda. 314, Galería Las Mercedes	Rosa Ayma
19	Industrias Fhosapi	Jr. Italia 1583 – 2do Piso Int. A	Felipe Sabino
20	Kimssa Confecciones	Prolongación Gamarra 635 (2do.piso - stand 208)	Félix Salazar
21	Casa De Deportes Ormeño	Jr. Bausate y Meza N° 1173	José Ormeño
22	Heinz Club: Special Fitness Wear	Gamarra 981 of. 602	Nelly Rojas
23	Fantomas	Prolg. Gamarra 780 Int. 3	Dany Ramos
24	VILAV	Jr. Giribaldi 436	Luciano Villalava
25	Nioke E.I.R.L Nioke E.I.R.L	Av. México 663	Humberto Gonzales

26	Fancy's Corporation	Prolongación A. Gamarra 967 Stand 11 Galería Centro	Ysabel Tarazona
27	Creaciones Mayolin's	Prolg. Gamarra Tda. 412	Rosa Menchaca
28	Confecciones D Stepa	Calle Antonio Bazo 420 Of. 402 Galerías Guizado	Ana Vílchez
29	Ropa Sport y Deportiva ATOS	Gamarra 756 Tda. 204	Florentina Quispe
30	Alamo SAC	Jr. Italia 1588	Luis Huamán
31	Confecciones J&L	Jr. Hipólito Unanue 968	Valentín Quesquén
32	Ind. Textil Rivera Eirl	Jr. América 358	Anita Rivera
33	Estrategia & Solución – Confección Textil	Jr. Huánuco 1218	Alberto García
34	Manufacturas Textil Vaio	Jr. Humboldt 1358 Of. 102 – Gamarra	Vilma Pomes
35	Jirmajo – Creaciones y Publicidad	Jr. Gamarra 764 – 3er. Piso Tienda A-310 Galería “Rey de Gamarra” La Victoria	Jimmy Romero
36	Corporación Textil Marco SAC	Jr. San Cristóbal Nro 1573 — Galería Don Ricardo Tienda 7	Manuel Marco
37	Corporación Licha	Jr. San Cristóbal 1421 4to piso 401, damero B, Gamarra – La Victoria	Fernando Licha
38	Confecciones CUGSA	Jr. Sebastián Barranca 1565 tienda A-212. Galería La Reyna.	Carlos Córdova
39	Jorwal Confecciones y bordados	Jr. Huánuco 1420 con 28 de Julio 2490 Int. 1038 piso 10	Fernando Munive
40	Dana Perú	Francia 1150, La Victoria.	Diana Domínguez
41	Confecciones Vásquez	Av. Aviación N° 436 Dpto. 12 La Victoria	Pilar Vásquez
42	Corporación Naud SAC	Jr. Humbolt 1373 – int 503 – Gamarra – La Victoria	Jorge Naud
43	Tierra Textil	Gamarra 705	Adriana Riofrío
44	Confecciones Hatary	Jr. Bauzate y Meza 1687 int 209 – la Victoria	Lanazca
45	Promo Cotton SRL	Av. Prolg. Huánuco 1773 Of. 803 – La Victoria.	Alejandro Zavala
46	Gadaysa	Av. Aviacion 456 Int. 512 – La Victoria	Sabino Prado
47	Confecciones Mc	Pasaje Canepa 157 piso 3	Jacky Castro
48	Inversiones Kenyi	Av. Huánuco con 28 de Julio.	Graciela Álvarez
49	World Safety Perú	Antonio Bazo 1140 – 405 La Victoria	Nancy Rezza Sulca
50	Uniformes Lenardillo	Jr. Sebastián Barranca 1412	Luis Silva

51	Creaciones y Confecciones R y M	Prolong. Huanuco 1420 Tdas. 436 y 437 Centro Comercial Guizado	María Moncada
52	Confecciones Karens	Jr. Gamarra 1132 tda.240 – Galería Las Brisas de Gamarra	Jaime Gonzales
53	Confecciones PERUXPORTA	Pról. Huánuco 1420, edificio Guizado, Taller 608	Sergio Quintana.
54	Modavision	Jr Humboldt 1203 2do piso.	Alex Zamudio
55	La Casa de los Polos	Jr. Gamarra 789, Tienda 123, Galería Sta Rosa	Elizabeth Quiñonez
56	Creaciones Minchan	Jr. San Cristóbal 1562 2do – 3er Piso – La Victoria	Eduardo Michan
57	Creaciones Dapeja	Jr. Gamarra 765 Tda. 206	Bertha Choque
58	JR Confecciones	Jr. Antonio Bazo N° 420	Janneth Romero
59	Abco Perú	Jr. Humbolt 1384 Tiendas 5 – 6 – Galería Mechita	Pedro Rivera
60	Neotex	Jr. Bausate y Meza N° 925	Giovanna Uribe
61	Confecciones Cyachis	Jr Humbolt 1583 4to piso	Alfredo Capacyachi
62	Jomaro	Av. Aviacion 745 3er piso La Victoria	Antonio Valverde
63	Comercial Estadio EIRL	Humbolt 1595 Segundo piso Tienda 204	David Roldan
64	G & F John´s	Psje Gamarra 138-501	John Sánchez
65	Leydi Umber	Jr. Sebastián Barranca 1667 1er piso Mesanine tda.4- La Victoria	Clementina Ramos
66	Confecciones Crespo	Prolongación Gamarra 635 Galerías las Mercedes 4to piso tda 418 – La Victoria	Julio Vega
67	Creaciones Espaner	Prol. Gamarra 565 int.01 La Victoria	Nerio Estrada
68	Textil Paredes	Jr. América 325 Int. 202 – La Victoria	Ortiz Paredes

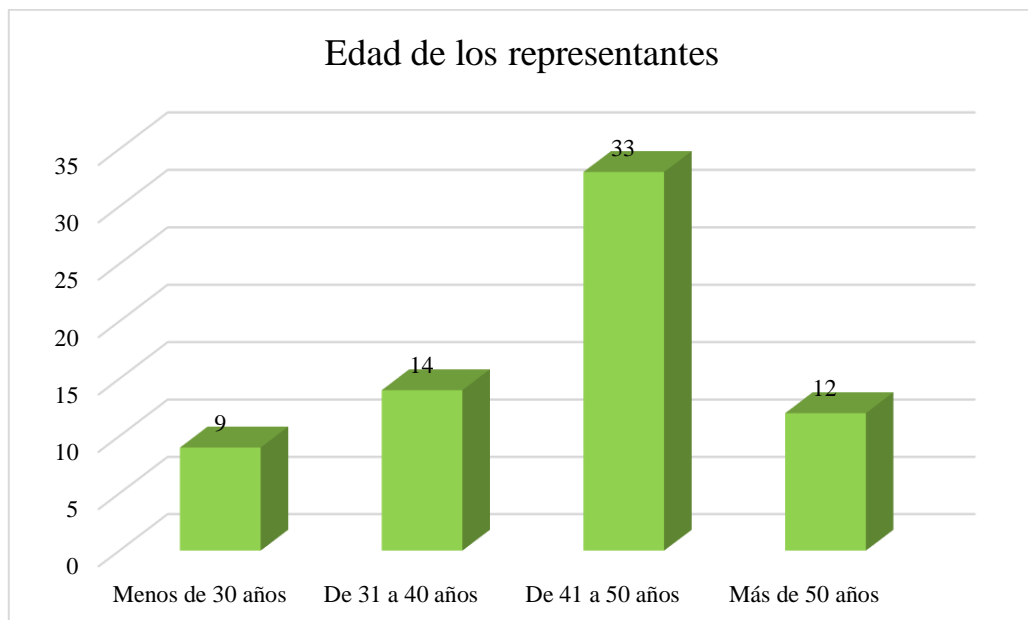
## Anexo 5. Figuras

### SOBRE LAS CARACTERISTICAS DE LOS EMPRESARIOS



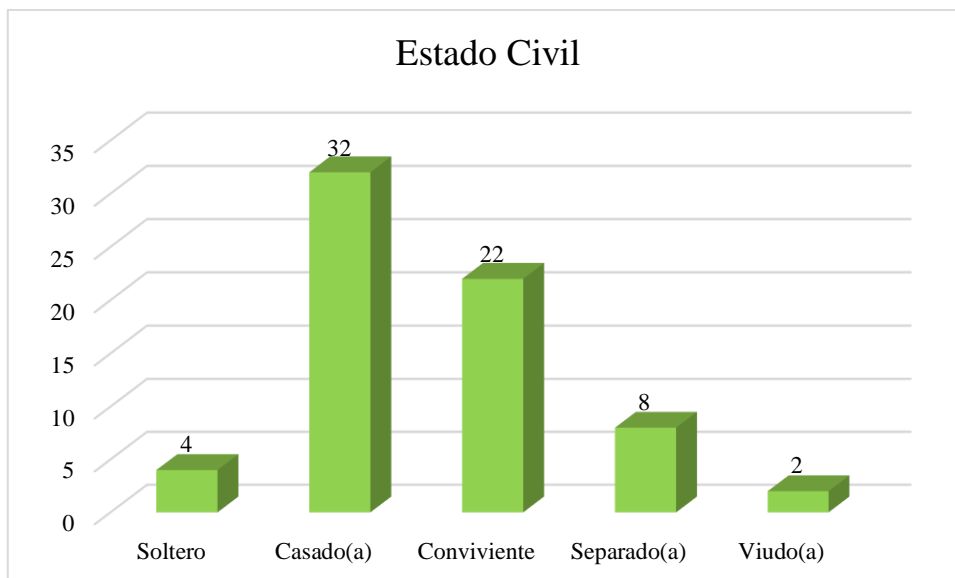
*Figura 1. Género de los representantes de las MYPES*

Fuente: Tabla 1.



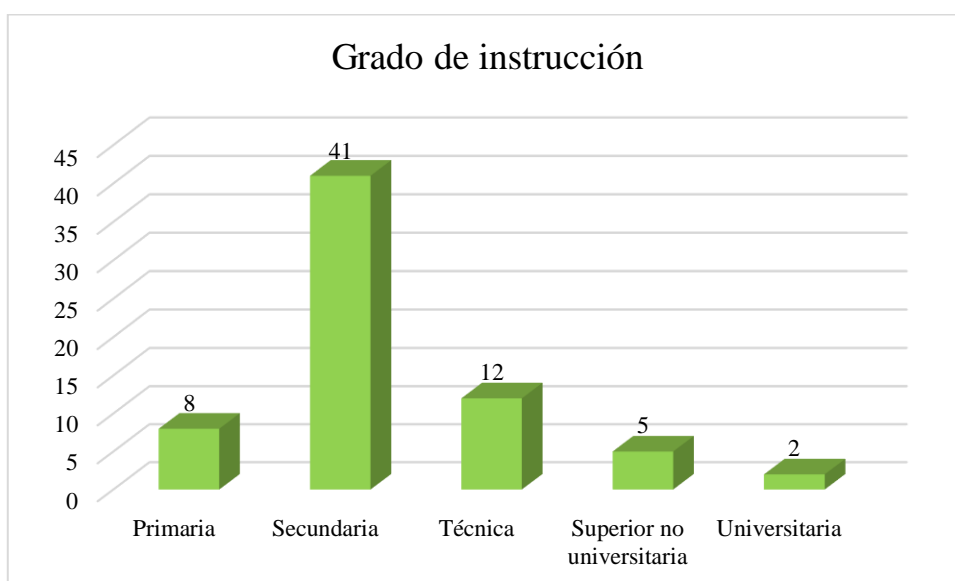
*Figura 2. Edad de los representantes de las MYPES*

Fuente: Tabla 1.



*Figura 3. Estado civil de los representantes de las MYPES*

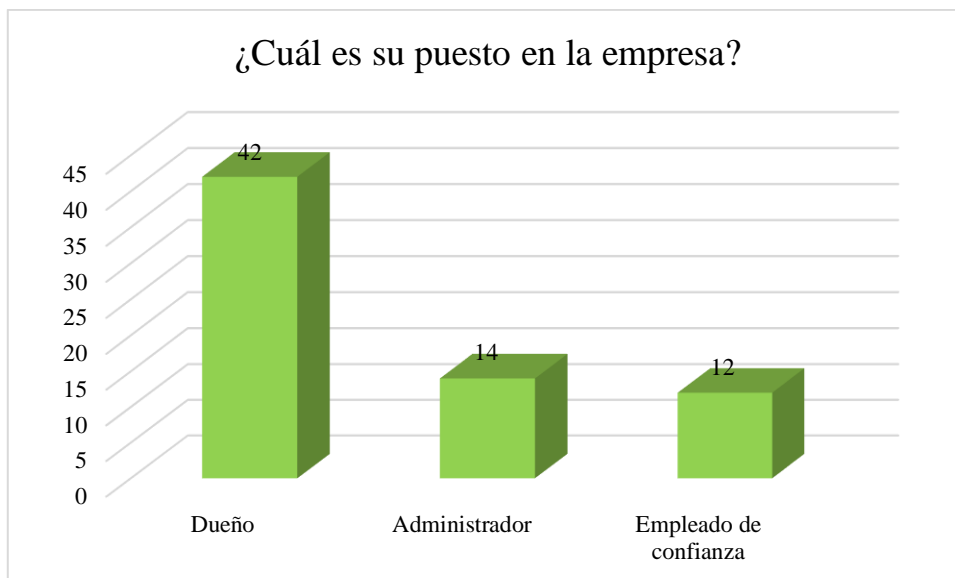
Fuente: Tabla 1.



*Figura 4. Grado de instrucción*

Fuente: Tabla 1.

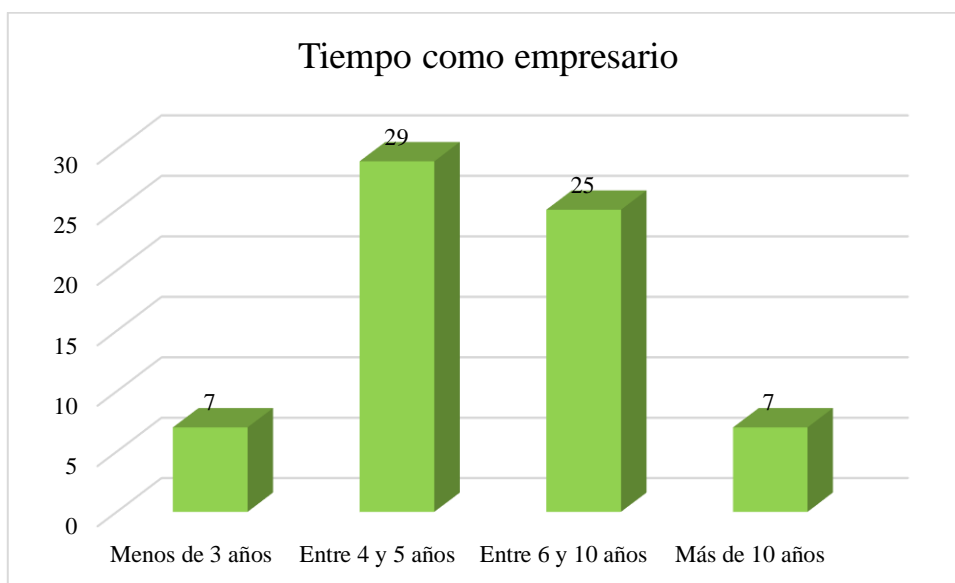




*Figura 5. ¿Cuál es su puesto en la empresa?*

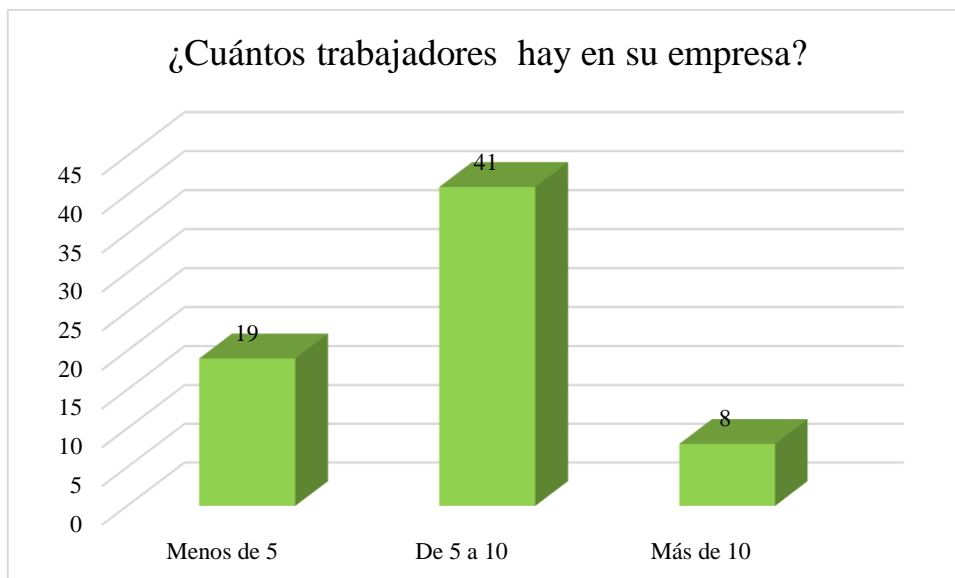
Fuente: Tabla 1.

## **SOBRE LAS CARACTERISTICAS DE LA EMPRESA**



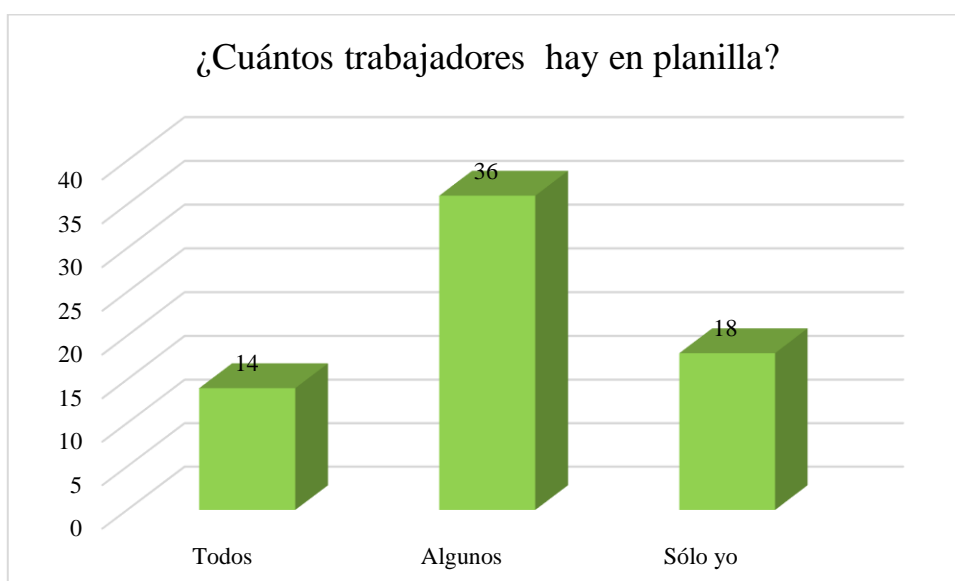
*Figura 6. ¿Tiempo cómo empresario?*

Fuente: Tabla 2.



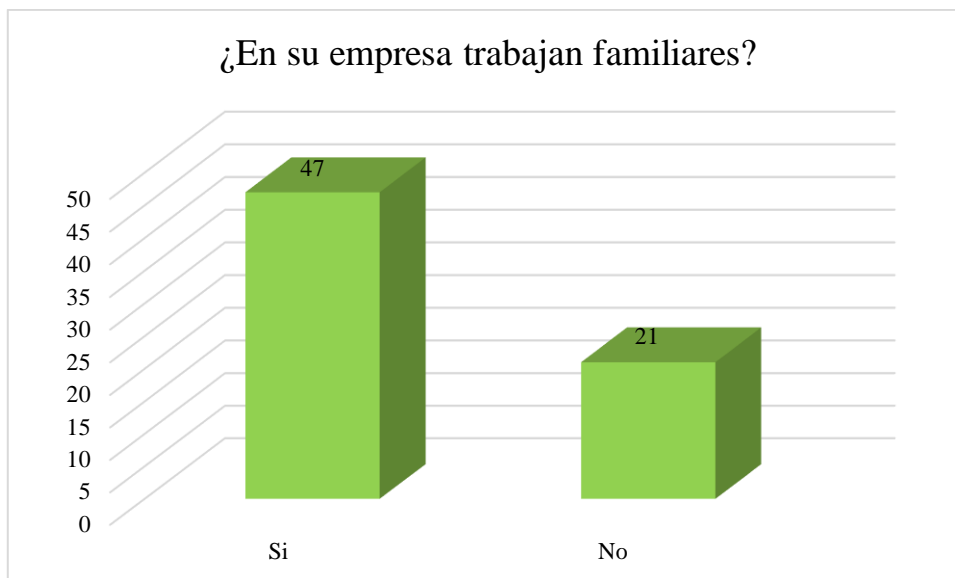
*Figura 7. ¿Cuántos trabajadores hay en su empresa?*

Fuente: Tabla 2.



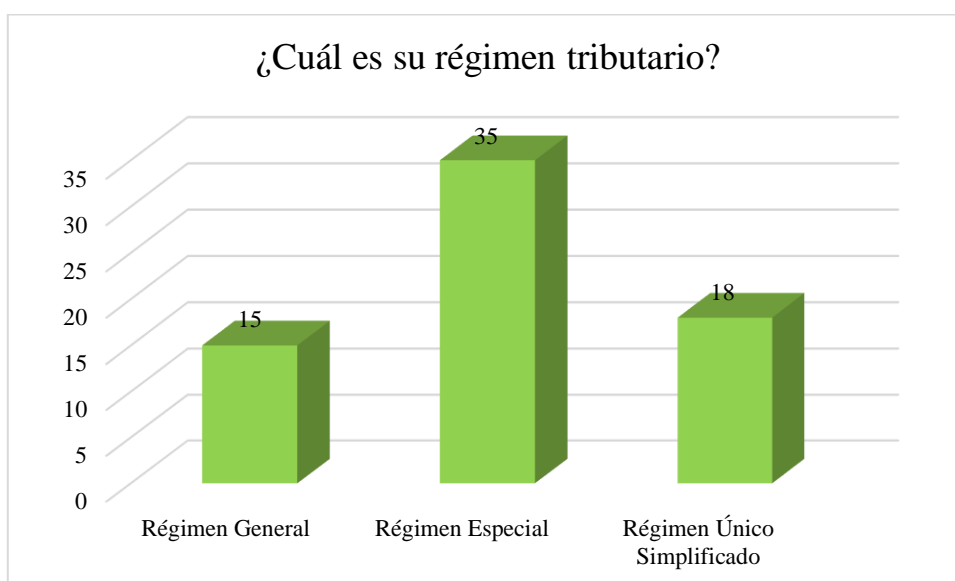
*Figura 8. ¿Cuántos trabajadores están en planilla?*

Fuente: Tabla 2.



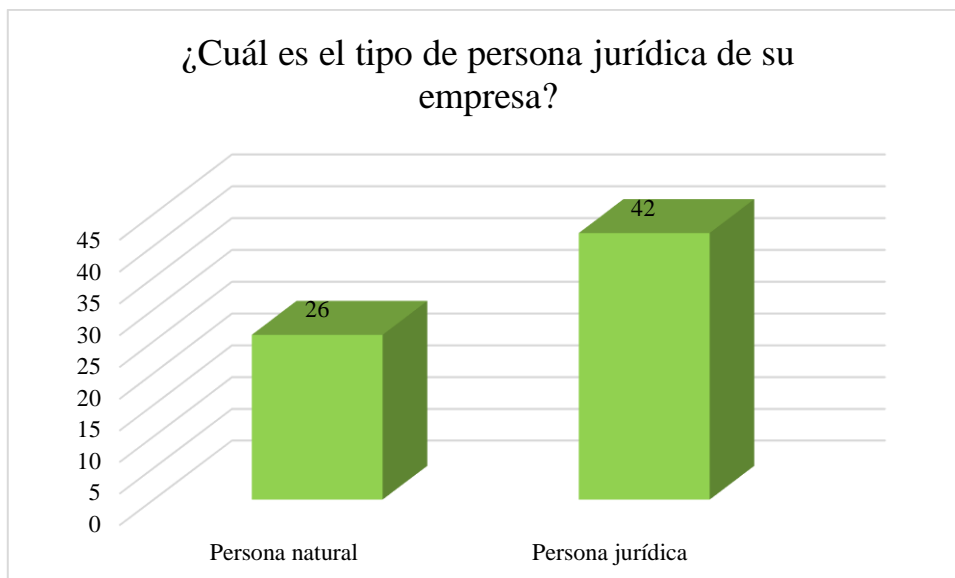
*Figura 9. ¿En su empresa trabajan familiares?*

Fuente: Tabla 2.



*Figura 10. ¿Cuál es su régimen tributario?*

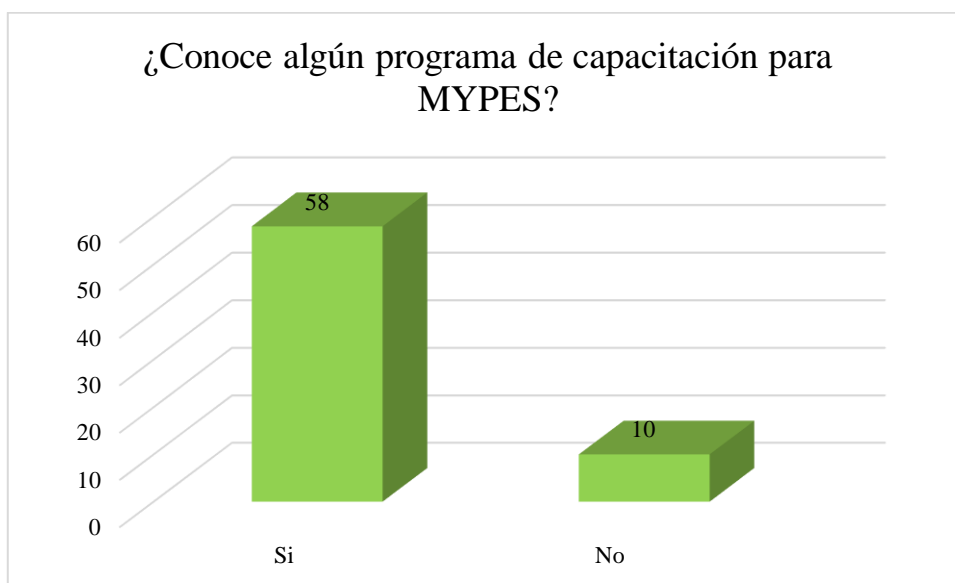
Fuente: Tabla 2.



*Figura 11. ¿Cuál es el tipo de persona jurídica de su empresa?*

Fuente: Tabla 2.

## **SOBRE LA CAPACITACIÓN**



*Figura 12. ¿Conoce algún programa de capacitación para MYPES?*

Fuente: Tabla 3.

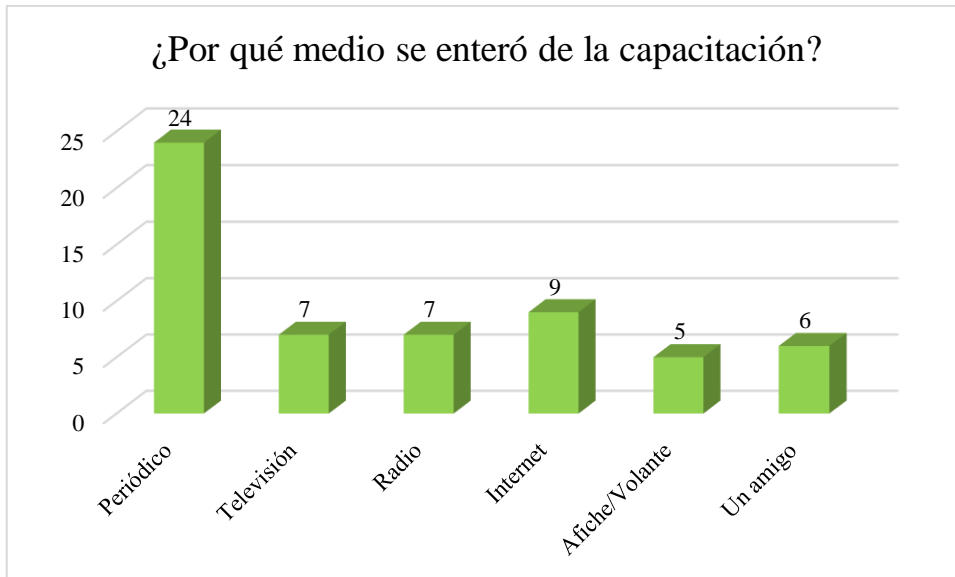


Figura 13 ¿Por qué medio se enteró de la capacitación?

Fuente: Tabla 3

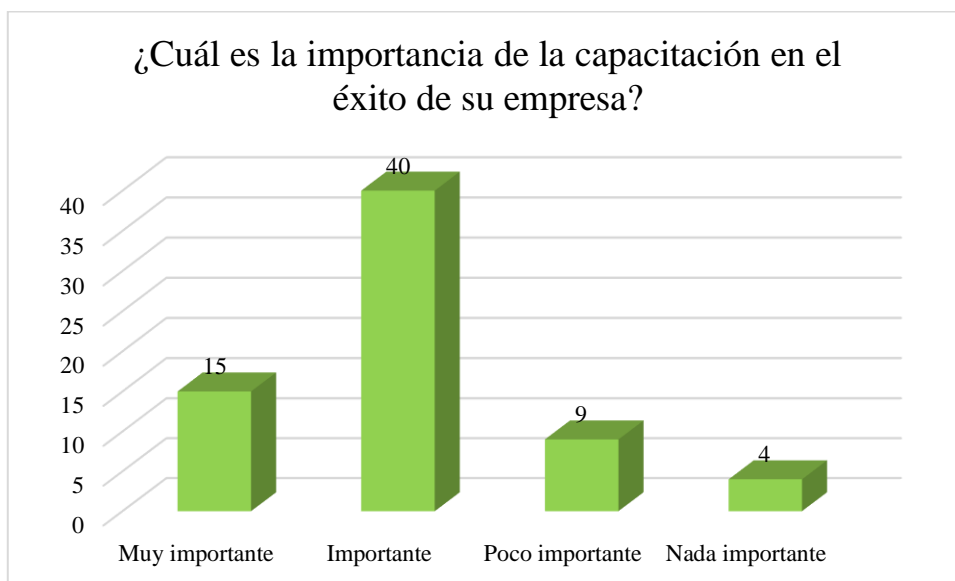
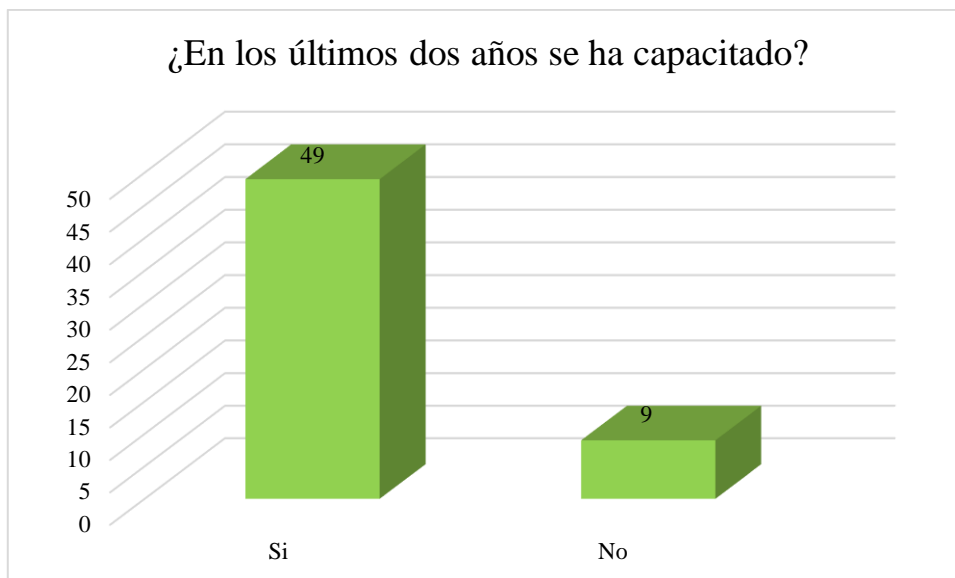


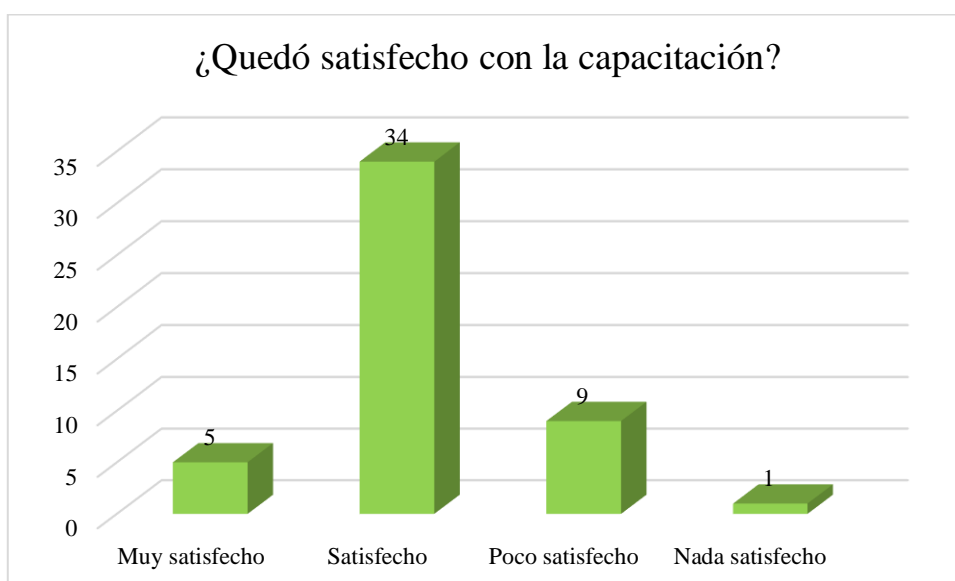
Figura 14. ¿Cuál es la importancia de la capacitación en el éxito de su empresa?

Fuente: Tabla 3.



*Figura 15. ¿En los últimos dos años se ha capacitado?*

Fuente: Tabla 3.



*Figura 16. ¿Quedó satisfecho con la capacitación?*

Fuente: Tabla 3

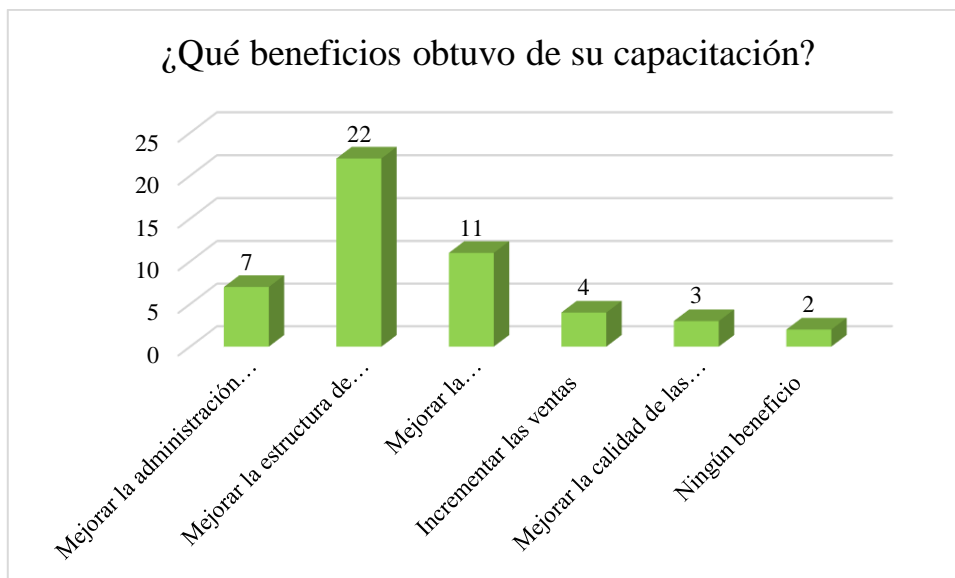


Figura 17. ¿Qué beneficios obtuvo de su capacitación?

Fuente: Tabla 3.

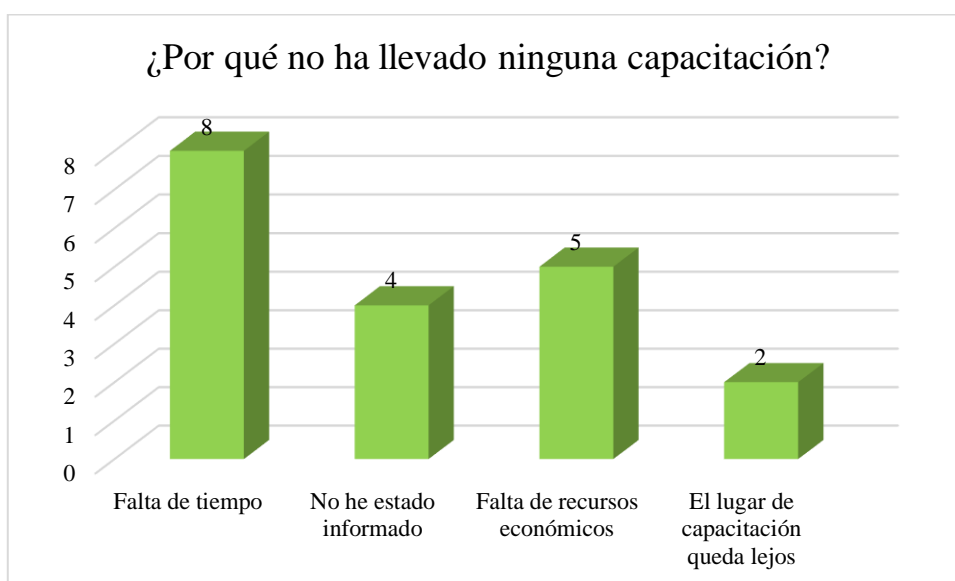


Figura 18. ¿Por qué no ha llevado ninguna capacitación?

Fuente: Tabla 3.

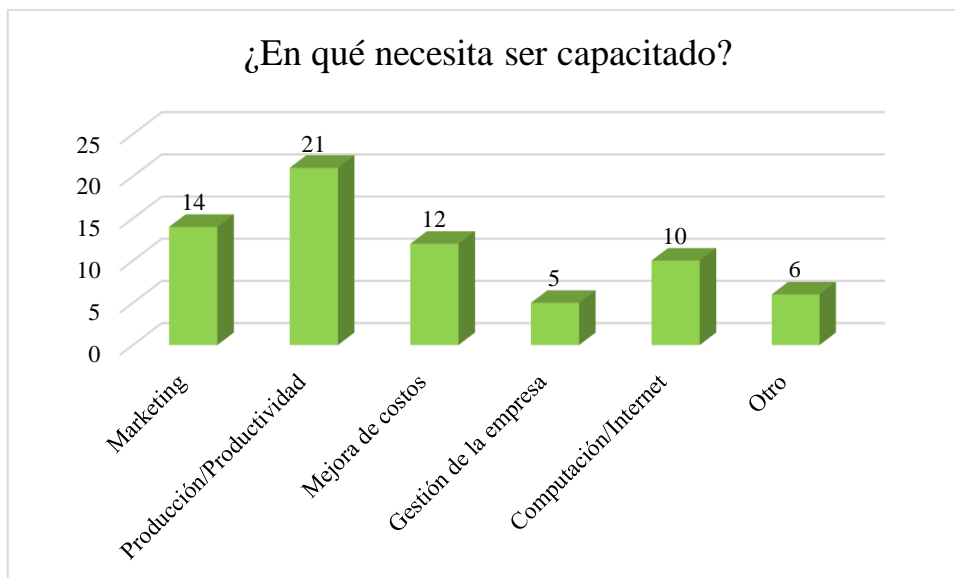


Figura 19. ¿En qué necesita ser capacitado?

Fuente: Tabla 3.

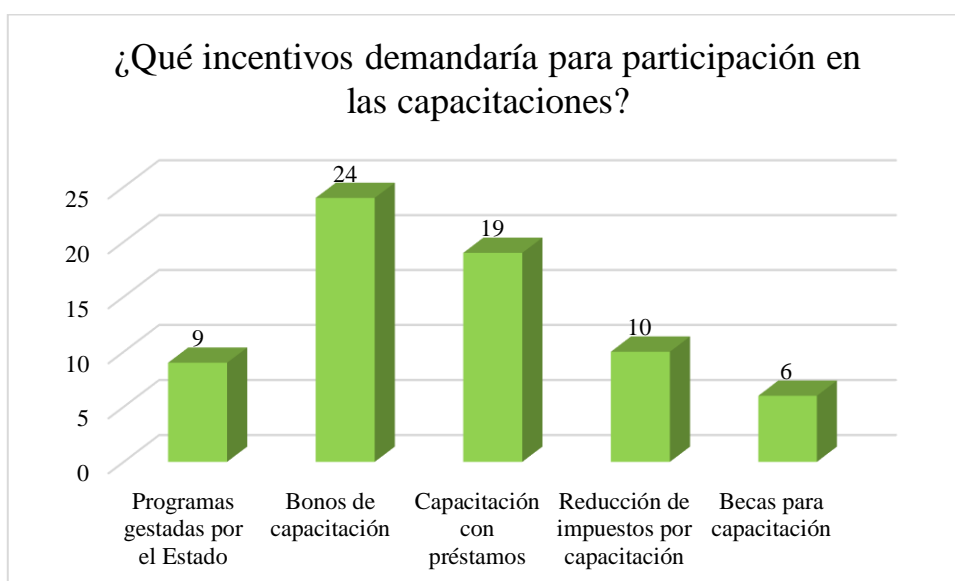


Figura 20. ¿Qué incentivos demandaría para participación en las capacitaciones?

Fuente: Tabla 3.



## SOBRE EL FINANCIAMIENTO

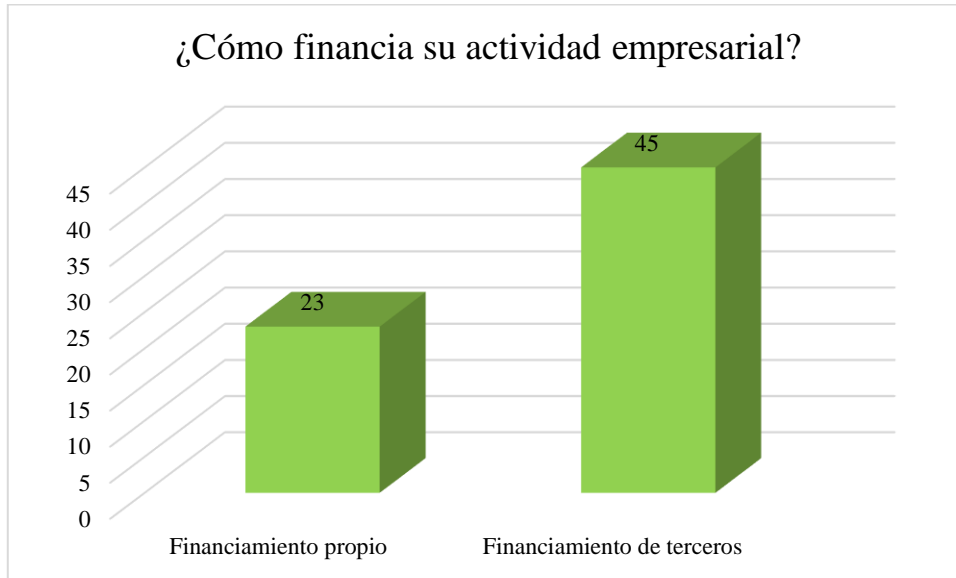


Figura 21. ¿Cómo financia su actividad empresarial?

Fuente: Tabla 4.

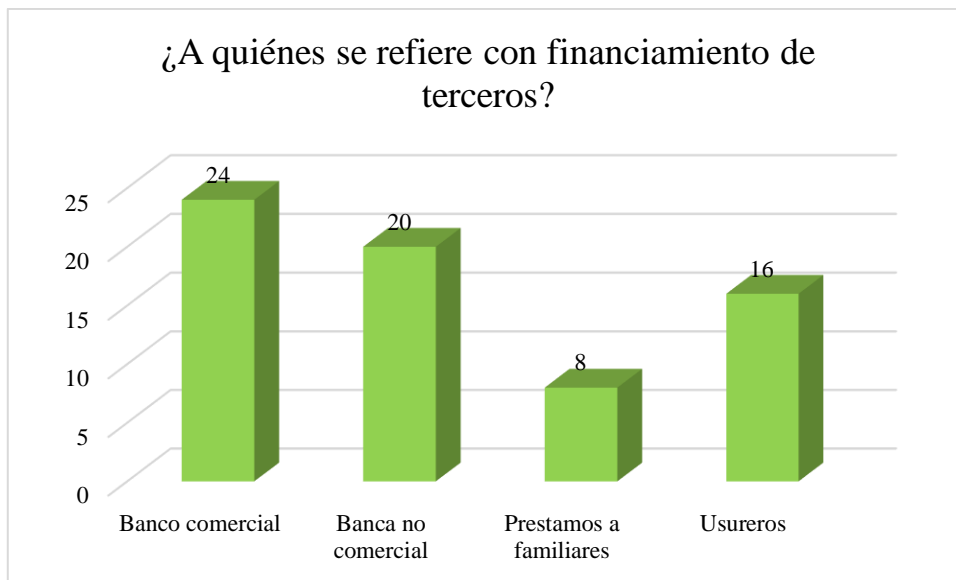
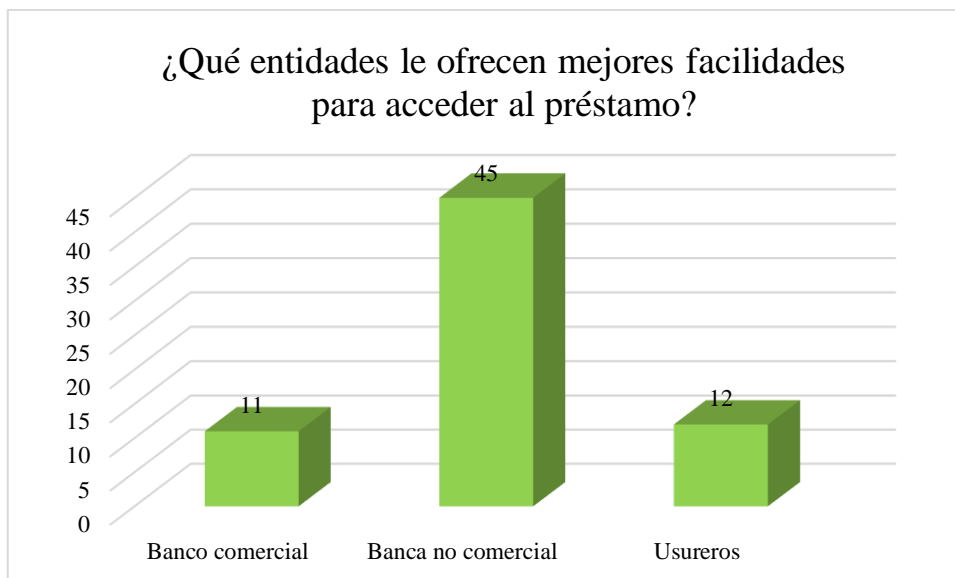


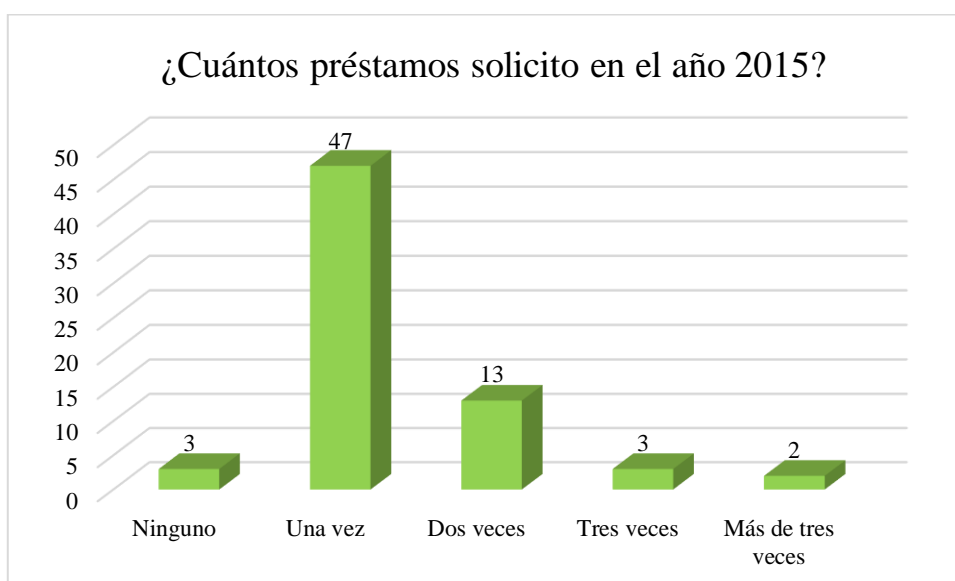
Figura 22. ¿A quiénes se refiere con financiamiento de terceros?

Fuente: Tabla 4.



*Figura 23.* ¿Qué entidades le ofrecen mejores facilidades para acceder al préstamo?

Fuente: Tabla 4.



*Figura 24.* ¿Cuántos préstamos solicito en el año 2015?

Fuente: Tabla 4.

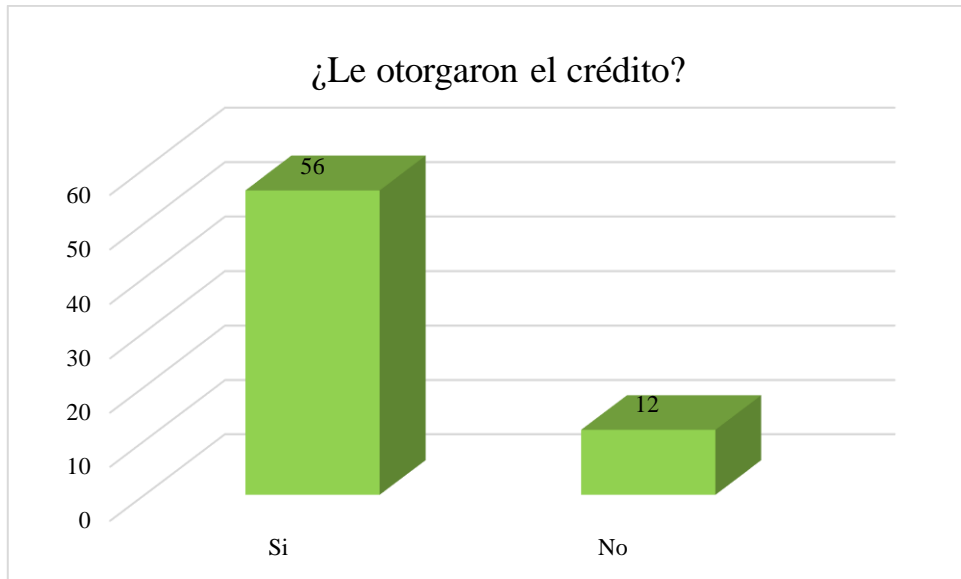


Figura 25. ¿Le otorgaron el crédito?

Fuente: Tabla 4

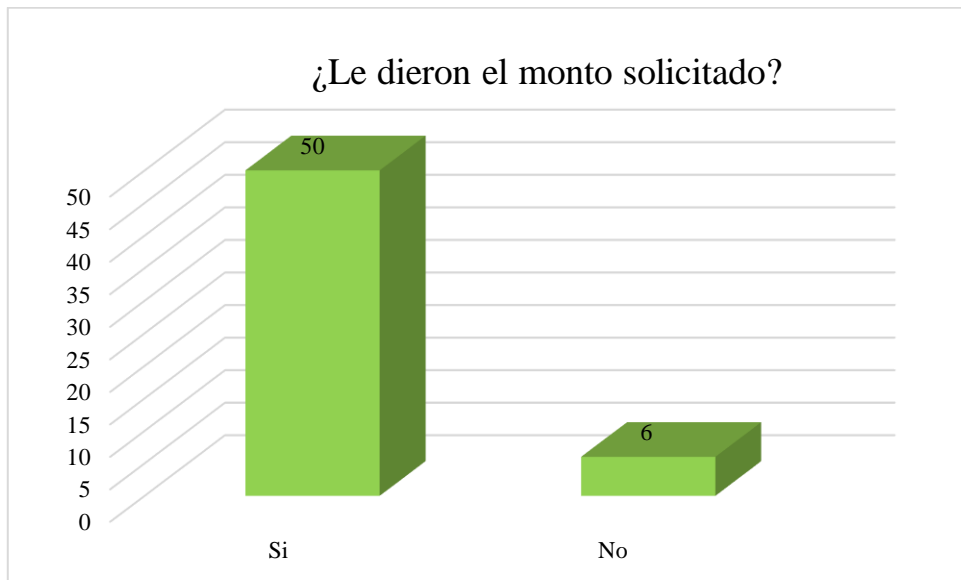
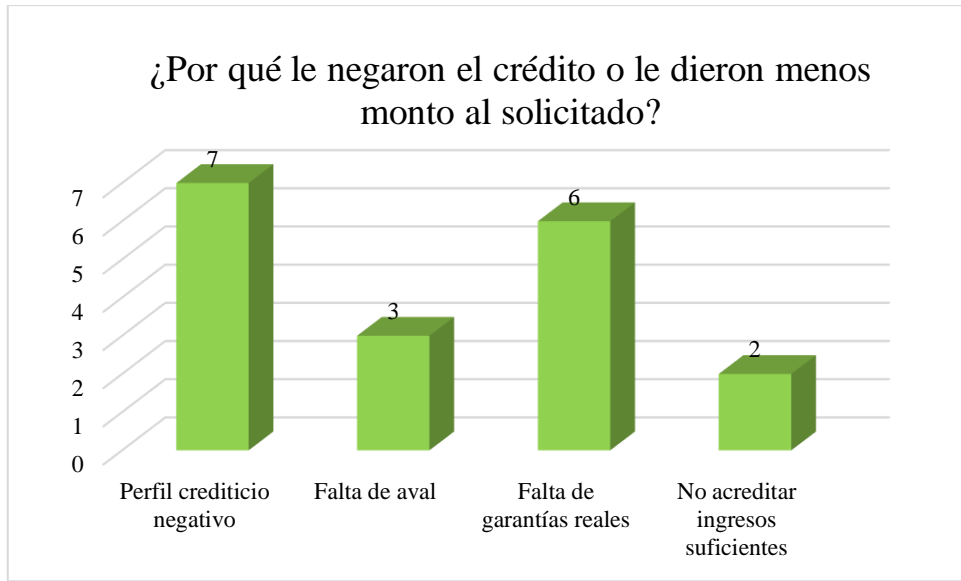


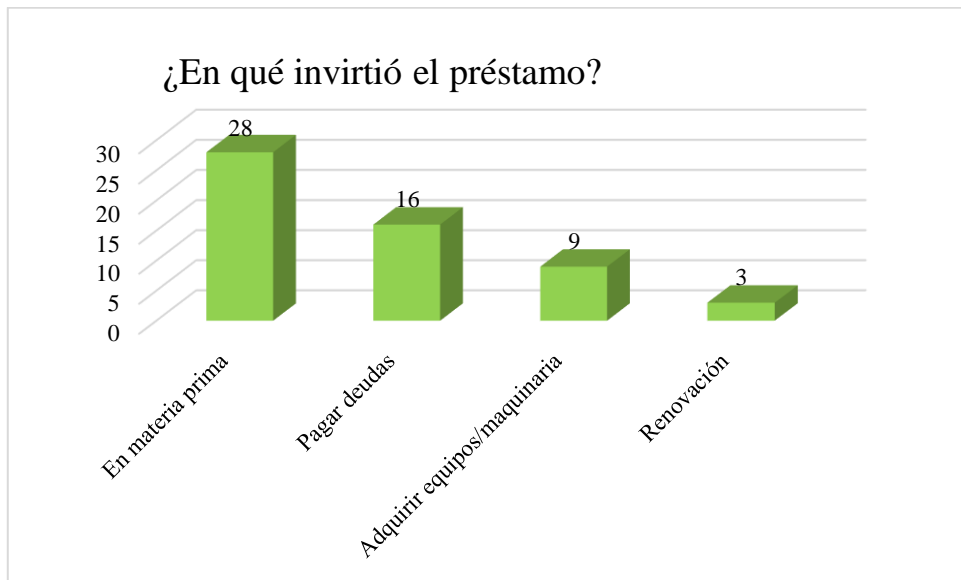
Figura 26. ¿Le dieron el monto solicitado?

Fuente: Tabla 4



*Figura 27. ¿Por qué le negaron el crédito o le dieron menos monto al solicitado?*

Fuente: Tabla 4



*Figura 28. ¿En qué invirtió el préstamo?*

Fuente: Tabla 4.

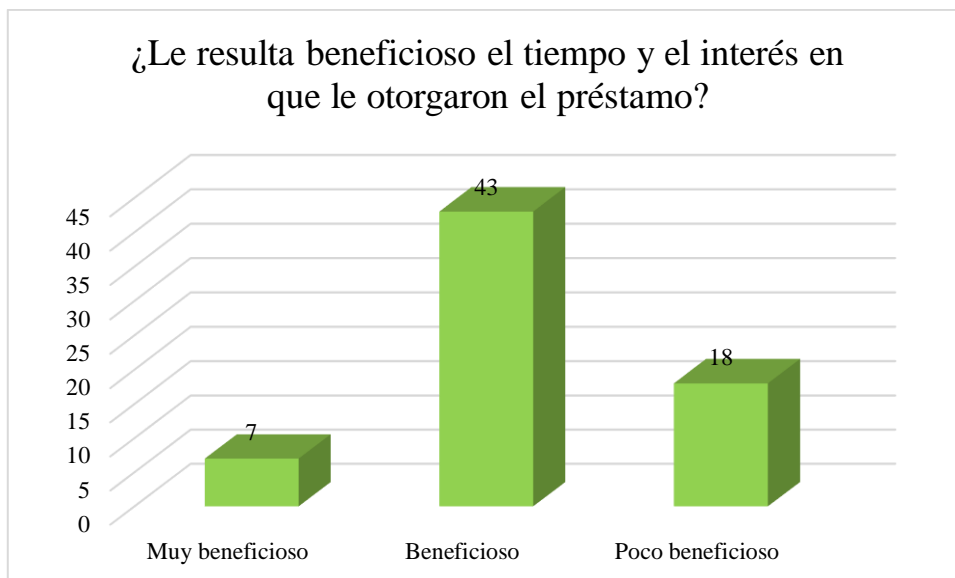


Figura 29 ¿Le resulta beneficioso el tiempo y el interés en que le otorgaron el préstamo?

Fuente: Tabla 4

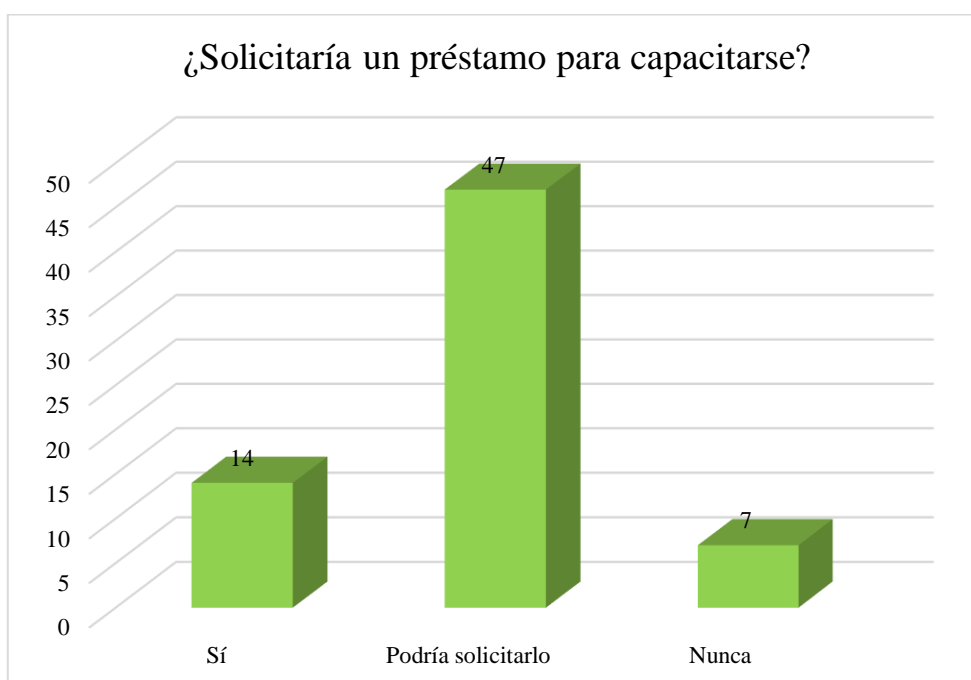


Figura 30. ¿Solicitaría un préstamo para capacitarse?

Fuente: Tabla 4