

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
DE CHIMBOTE**

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

**CARACTERÍSTICAS DEL FINANCIAMIENTO, Y LA
CAPACITACIÓN DE LAS MYPE DEL SECTOR
SERVICIO - RUBRO LAVANDERÍA DE ROPA DEL
DISTRITO DE JULIACA, PERIODO 2015**

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

AUTOR:

Bach. CARLOS QUINTO MEDINA

ASESOR:

ING. DIVAN YURI CARI CONDORI

JULIACA – PERÚ

2016

JURADO EVALUADOR

**Dr. APOLINAR FLOREZ LUCANA
PRESIDENTE**

**Mgtr. JUAN MAURICIO PILCO CHURATA
SECRETARIO**

**Lic. CONSTANTINO ANTONIO PARICAHUA CONDORI
MIEMBRO**

AGRADECIMIENTO

A mi familia:

Por creer en mí persona para lograr mi anhelo y ser ejemplo para mis hijos a pesar del tiempo; por apoyo y comprensión constante para alcanzar mis metas y sueños de superación, personal y profesional.

DEDICATORIA

A mi madre, hermanas, esposa e hijos, por ser mi inspiración de superación de vida, con valores y virtudes adquiridos de mi madre y por el apoyo incondicional para conseguir mis sueños y objetivos personales.

RESUMEN

La investigación tiene por finalidad establecer las características del financiamiento y la capacitación de las Mype del sector servicio rubro lavandería de ropa del distrito de Juliaca, periodo 2015; La investigación fue no experimental – descriptivo para ello se trabajó con una muestra de 10 Mype que brindan el servicio de lavanderías de una población general de empresas, a los cuales se le aplicó un cuestionario, utilizando la técnica de la encuesta de 21 preguntas, basada en las características de las Mype, su financiamiento y capacitación, obteniendo los siguientes resultados y conclusión: El 60% tiene más de 3 años en el mercado pudiendo evidenciar que la mayoría de las Mype dedicadas al servicio de lavandería de ropa; el 70% respondió que posee entre 1 a 5 trabajadores; respecto al tipo de financiamiento, el 70% manifestó que el financiamiento es propio y el 30% restante que es ajeno con lo que se puede demostrar la falta de conocimiento respecto al financiamiento de las Mype dedicadas al servicio de lavandería de ropa; en cuanto a la capacitación de los trabajadores, el 40% indico que sus trabajadores si se capacitan y el 60% respondió que sus trabajadores no se capacitan. Finalmente, las conclusiones La mayoría de las Mype encuestadas no obtiene créditos del sistema bancario, por falta de conocimientos en temas financieros por los resultados se pudo constatar; y la mayoría de las capacitaciones estuvieron orientadas a otros temas siendo evidente la percepción respecto a la importancia de las capacitaciones para mejorar la calidad del servicio en la empresa.

Palabras clave: Financiamiento y Capacitación de las Mype.

ABSTRACT

The investigation is to establish the characteristics of the funding and training of the sector Mype laundry service category clothing Juliaca district, period 2015; The study was not experimental - descriptive for it we worked with a sample of 10 Mype providing service laundries general business population, to which was applied a questionnaire, using the technique of the survey of 21 questions based the characteristics of the Mype, funding and training, the following results and conclusion: 60% have more than 3 years on the market can demonstrate that most Mype dedicated to laundry service laundry; 70% said having from 1 to 5 employees; Regarding the type of financing, 70% said that funding is proper and the remaining 30% is foreign to what can be demonstrated lack of knowledge regarding the financing of Mype dedicated to laundry service laundry; regarding the training of workers, 40% indicated that their workers if they are trained and 60% said that their workers are not trained. Finally, the findings Most respondents Mype not get loans in the banking system, due to lack of knowledge in financial matters for the results it was found; and most of the training sessions were aimed at other issues being clear perception of the importance of training to improve the quality of service in the company.

Keywords: Financing and Training

CONTENIDO

CARÁTULA	
CONTRA CARÁTULA	i
JURADO EVALUADOR.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT.....	vi
CONTENIDO	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	5
2.1. Antecedentes	5
2.2. Bases Teóricas	14
2.2.1. Las Mype en el Perú.....	14
2.2.2. Importancia de las MYPE	18
2.2.3. Teorías Financieras de las Mype.....	21
2.2.4. Teoría de la Capacitación.....	42
2.3. Marco Conceptual.....	55
2.3.1. Definición de la Micro y Pequeña Empresa	55
2.3.2. Definición de financiamiento.....	59
2.3.3. Definición de capacitación.....	61
2.4. Supuesto de investigación.....	64
2.5. Definición y Operacionalización de las variables y los indicadores.....	65
III. METODOLOGÍA.....	67

3.1. Diseño de la investigación	67
3.2. Tipo y nivel de investigación.....	67
3.3. Población y muestra.....	67
3.4. Técnicas e instrumentos	68
IV. RESULTADOS	69
4.1. Resultados	69
4.2. Análisis de resultados	90
4.2.1. Respecto a los propietarios de la empresa	90
4.2.2. Respecto a las características de las Mype.....	91
4.2.3. Respecto al financiamiento de las Mype.....	94
4.2.4. Respecto a la capacitación de las Mype	96
V. CONCLUSIÓN.....	97
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	98
ANEXOS.....	100
Anexo I- Cuestionario	100
Anexo II- Matriz de consistencia	104

I. INTRODUCCIÓN

En el panorama de la realidad de la ciudad de Juliaca, en la que se está sumergida y el trabajo del día a día se tiene, las MYPE quienes han empezado a tomar desde ya mayor fuerza en el contexto económico y social de la ciudad, la región y el país. En el Perú, el sector de las MYPE, es revalorado y tomado en cuenta dentro del escenario económico y el panorama de las sociedades. Se menciona que las MYPE vienen tomando mayor posición a nivel mundial, ya que muchas de las micro y pequeña empresas surgieron de la necesidad de ofrecer productos accesibles para todas las personas (clientes) cuentan con mayor eficiencia que las grandes empresas.

Según la edición del Microscopio Global (2012), el Perú es uno de los países que promueve el desarrollo de micro y pequeñas empresas, manteniéndose líder entre países con mejor entorno para micro finanzas, siendo las entidades micro financieras las que generan mayor sustento a las MYPE. Silva, A. (2011) menciona, que las MYPE representan el 98,3% del total de empresas existentes en el país (94,4% micro y 3,9% pequeñas). Sin embargo, el 74% de ellas opera en la informalidad. Actualmente los micro y pequeños empresarios peruanos se sienten mucho más seguros, ya que su nivel de confianza para hacer negocios alcanzó su nivel más alto en los últimos seis años en las grandes ciudades de país, (Comercio, 2012).

Según SUNAT, del millón de empresas inscritas, 95% son MYPE, el 4% medianas y el 1% grandes. Por lo que se considera que las MYPE son de vital importancia para el crecimiento del Perú, estimándose un aporte al PBI del 42,1% y del 77% a la generación de empleo, según ESÁN. A todo ello, se alude que el nacimiento de las micro y pequeñas empresas parte de un capital propio o ajeno al emprendedor que

decida hacer empresa, las que a su vez necesitan cubrir sus principales necesidades económicas y/o expandir sus recursos, para seguir manteniéndose sostenible en el mercado.

Es aquí donde las fuentes de financiamiento se presentan como un contribuyente al crecimiento de las MYPE y en un largo plazo a su desarrollo. En el Distrito de Juliaca, provincia de San Román, se vive una realidad de constante crecimiento y desarrollo del comercio y la microempresa industrial, que no solo se ha visto generado por sus actividades principales como el comercio, sino también por el sector micro empresarial que día a día viene consolidándose. Hoy en día se cuenta con microempresarios que con su ímpetu emprendedor han sabido administrar sus recursos con el fin de generar empresa, en las que destaca el sector comercio, el sector servicio y la artesanal; El sector micro empresarial del Distrito de Juliaca está constituido en su mayoría por unidades económicas de pequeña escala, conocidas como microempresas, las cuales son de carácter familiar, participando tanto en el sector formal como en el informal, pero que no se mantienen a modo de subsistencia sino que éstas han logrado surgir en el tiempo.

Según el entorno que se presenta, se decidió investigar y analizar el surgimiento y sostenimiento de pequeños negocios (micro y pequeñas empresas) las mismas que a pesar de ser negocios familiares y emprendieron con conocimientos recursos limitados, han logrado tener mayor participación en el mercado y mostrar cierto crecimiento. Del mismo modo se estudió la problemática de negocios que en su mayoría son familiares y emprenden con conocimientos y recursos limitados.

El trabajo de investigación realizado tiene dos aspectos importantes siendo estas la caracterización del financiamiento y la capacitación de las MYPE del sector servicio-rubro lavanderías de ropa del distrito de Juliaca, este estudio ayudará a las empresas del rubro y en general, el adecuado manejo del financiamiento y la capacitación para que sirva como guía a los gerentes y/o propietarios de las MYPE; y así lograr el equilibrio económico, mostrando que el financiamiento y la capacitación son importantes para el logro de los diferentes objetivos que deben tener las MYPE, en el mercado en el rubro de servicios.

Con este estudio queremos demostrar el grado de información con el que cuentan los propietarios de las MYPE en el ámbito del financiamiento tanto como la apertura como para el desarrollo de las mismas, dado que se cuenta con muy poca y/o escasa información de los préstamos de las Instituciones financieras, bancos, cajas municipales, etc.

La formalización de las MYPE, debidamente financiada y capacitación podrá alcanzar el éxito empresarial y el desarrollo de los colaboradores de la empresa que se verá reflejado en la economía.

Planteamiento del Problema

Es por ello que el enunciado del problema de la investigación es el siguiente **¿Cuáles son las características del financiamiento y la capacitación de las MYPE dedicadas al rubro de lavanderías de ropa en el distrito de Juliaca durante el periodo 2015?**

Objetivo General:

- a) Describir las características del financiamiento y la capacitación de las MYPE, del sector servicios dedicados al rubro de lavandería de ropa en el distrito de Juliaca en el periodo 2015,

Objetivos específicos:

- Describir las principales características de las MYPE del ámbito de estudio.
- Describir las características del financiamiento de las MYPE, en el ámbito de estudio.
- Determinar las características de la capacitación en las MYPE del sector servicios del rubro lavandería de ropa del distrito de Juliaca periodo 2015.

Este trabajo se justifica porque se verá la importancia del financiamiento y la capacitación de las MYPE dedicadas al rubro de lavanderías de ropa en el distrito de Juliaca, provincia de San Román cercado del periodo 2015, dirigida al personal de trabajo tanto como a los propietarios en temas relacionados a las fuentes de financiamiento y la capacitación como un plan estratégico, atención al cliente y el manejo de tecnología amigable con el medio ambiente.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

(CONDEMYPE) 2013 Consejo Nacional para el Desarrollo de las Micro y Pequeñas Empresas. La legislación vigente, Texto Único Ordenado de la Ley N° 28015, Ley de la Promoción de la Competitividad Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente (TUO de la Ley MYPE), define a las micro y pequeñas empresas (MYPE) como aquellas unidades económicas que realizan actividades de producción, extracción o brindan servicios bajo cualquiera de las formas de organización empresarial.

Las empresas para ser considerados microempresas deben tener dos características concurrentes: generar ventas anuales no mayores de 150 UIT (unidad impositiva tributaria = S/. 3,850 Nuevos Soles año 2015) y contar a lo más con 10 trabajadores. Para ser pequeña empresa deben generar ventas anuales mayor de 150 UIT hasta 1700 UIT y tener entre 10 a 100 trabajadores.

Reinerio (2013). Caracterización del Financiamiento, Capacitación, Rentabilidad de las Mype. Manifiesta que en Europa avanzan a una velocidad acelerada hacia la globalización de la economía, la cultura y todas las esferas del que hacer de la humanidad. Esta situación plantea grandes retos a los países y a las Mype en cuanto a diversos temas como la generación de empleo, mejora de la competitividad, promoción de las exportaciones y sobre todo el crecimiento del país a tasas mayores al 7% anual. Esta tasa permitiría que en un periodo de 15 años podamos reducir sustantivamente el 52% de pobreza, el 20% de extrema pobreza o las altas tasas de

analfabetismo que actualmente tenemos. Ello quiere decir que es posible promover el desarrollo humano en nuestro país, teniendo a las Mype como un componente clave.

De lo estudiado por Reineiro las Mype en el Perú no están preparadas para alcanzar la competitividad y alcanzar la globalización de la economía por la falta de conocimiento de cultura crediticia y capacidades de los empresarios en temas organización, finanzas y competencias que debería de tener el personal con el cual trabajara, para que las Mype continúen con el apoyo al desarrollo de la economía de nuestra Ciudad, Región y el País, para así contribuir a la disminución gradual de la pobreza y la extrema pobreza.

Espinoza, N. (2011). Financiamiento y Capacitación de las MYPE; las MYPE lograron abrirse caminos por si mismas de los millones de micro y pequeños empresarios peruanos, sin patrocinio alguno, subsidios o privilegios de ninguna clase, “como si lo tuvieron y tienen otros sectores empresariales quienes a diferencia de las MYPE están premunidos de enorme capacidad de influencia y negociación política que les posibilita hacerse de beneficios tributarios, preferenciales, lobbies, entre otras ventajas”. Espinoza anotó que son tres los grandes problemas que las MYPE peruanas afrontan en la difícil tarea de generar empleo y riqueza. El primero es difícil acceso a mercados nacionales e internacionales. “Si no hay quien compre sus productos y/o servicio, sencillamente la empresa desaparece, cualquiera fuera su tamaño, no puede siquiera subsistir. Si la empresa no vende desaparece inexorablemente. Resulta, por lo tanto, vital poner énfasis en que vender es el objetivo principal de las MYPE al cual convergen muchos otros.” Preciso que esto no significa que no haya mercado para las MYPE. “Lo que sucede es que debido a un conjunto de limitaciones y dificultades de carácter estructural, estas unidades

productivas están impedidas de acceder a mercados y a conquistar más y mejores clientes”, refirió.

El segundo problema es que los pequeños y microempresarios no tienen dinero en la mano para invertir cada vez más y poder acceder a los mercados nacionales e internacionales.

Según Espinoza, las MYPE no tiene capital no porque no haya, sino porque no pueden hacer uso del dinero o de capitales. “La carencia de políticas gubernamentales promotoras de financiamiento, el alto costo de capital, las restricciones en su otorgamiento principalmente las referidas a las garantías, la falta de una cultura crediticia, constituyen, entre otros, aspectos que repercuten negativamente en las micro y pequeños empresas, ya que ellas no pueden hacer frente a sus necesidades financieras para propender su desarrollo.”

Finalmente, como tercer problema que afrontan las MYPE está la casi absoluta ausencia de tecnología. El especialista sostuvo que en un contexto de globalización, competitividad y del conocimiento que caracteriza a las sociedades actuales, es imposible el desarrollo de las empresas (de cualquier tipo) y con mayor razón de las MYPE si es que la ciencia, tecnología e innovación no están activamente presentes en la vida cotidiana de la empresa. “Si la empresa no investiga o no está vinculada a la investigación científica es imposible la creación y aplicación de nuevas tecnologías para su desarrollo; es decir, es imposible la conquista de más y mejores mercados. En ese sentido, las universidades tiene un rol protagónico en la promoción y desarrollo de las MYPE en el Perú”, aseguró Espinoza.

Por otra parte, el especialista comentó que la existencia de un sistema legal, contable y tributario, muchas veces confuso, engorroso, burocrático e inestable genera, entre otras desventajas, la informalidad esto impide el desarrollo de las MYPE en nuestro país y, por consiguiente, demanda un sistema mucho más mucho promotor”, aseveró Espinoza.

Igualmente, dijo, otra de las razones que ocasionan el estancamiento de estas unidades productivas en el Perú es la cultura expresada pretender avanzar cada cual por su lado y su manera. “Los tiempos actuales demandan, por el contrario, alianzas estratégicas, asociaciones en participaciones, concesiones, subcontrataciones, franquicias, conglomerado, entre otras formas de asociación, no sólo entre las MYPE sino, y ante todo, éstas con las grandes y medianas empresas”, enfatizó. En los primeros años de la década de 1990, se pensaba que los programas de entrenamiento y capacitación iban a emerger por las fuerzas naturales de la oferta y la demanda de las mype. Pasado este periodo, el Estado tomó algunas acciones que tienen como objetivo apoyar el desarrollo de la mype y con ello, propiciar e impulsar dichos programas de capacitación. A finales de la década de 1990, en el antiguo Ministerio de Industria y Comercio Internacional (Mitinci) surgieron programas relativos al trabajo con las mype. Ante ello, se creó la primera institución dirigida a su promoción: el Centro de Promoción de la Pequeña y Microempresa (Prompyme).

A partir del 2003, de acuerdo con la promulgación de la Ley de la Mype, la entidad rectora de las políticas que las rigen y determinan es el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE).

Del análisis de las Mype presentado por Espinoza se base en tres problemas que tiene las Micro y Pequeñas empresas, sobre el difícil acceso al mercado nacional e internacional por las diferentes trabas burocráticas en las instituciones publicas y no se tiene políticas publicas para el desarrollo de las Mype; el segundo problema es la falta de capital que no tienen los emprendedores, pero si el estado puede dictar políticas públicas de financiamiento y facilidades de acceso al créditos con tasa accesibles para el retorno y el recupero de los prestamos hacer otorgados y el ultimo problema es la falta y absoluta ausencia de tecnología para las Mype.

Villafuerte (2012) Antecedentes del Sector MYPE Arequipa; Las MYPE, en el país, han adquirido en tiempo en nuestro país; una mayor importancia; debido a que de las 3 millones 229 mil 197 empresas; señaladas por Fernando Villarán (2008); 3 millones 217 mil 479 o el 99.64%, son MYPE; las cuales absorben el 62.1% de la PEA nacional estimada para el mismo año. De otro lado, según algunos datos presentados por el Ministerio de Trabajo y Promoción Social, la informalidad en el sector de las micro y pequeñas empresas (MYPE) representa el 74.26% del total de MYPE, sumado a ello, está el hecho de que según datos del Comité de la Pequeña Industria de la Sociedad Nacional de Industria; en nuestro país, cada año se crean 300 mil pequeñas y microempresas (MYPE), pero paralelamente a este hecho desaparecen 200 mil MYPE al año; es decir existe un crecimiento del sector de 100 mil empresas aproximadamente. En ese sentido, la información estadística revisada, nos presenta un sector poco institucionalizado, en donde aún se tiene que invertir muchos esfuerzos y recursos públicos para lograr un desarrollo sostenible, de estas unidades económicas de pequeña escala. En cuando a la absorción de la PEA (Población Económicamente Activa), las MYPE absorbieron en el año 1999,

aproximadamente al 42.23% de la PEA Regional (Centty, 2008), mientras que en el año 2002, ellas dieron empleo o mejor dicho subempleo, al 45.82% de la PEA a nivel regional (Centty, 2008). Finalmente el presente estudio determinó que para el presente año 2011, el tamaño promedio de trabajadores de las MYPE, es de 3.62 trabajadores, y siendo 111 mil 191 MYPE estimadas para el mismo año.

Hinojosa, C. (2012) Congresos Iberoamericano de Contabilidad de Gestión, presentó su tema de investigación titulado “Impacto de los créditos otorgados por la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Piura S.A.C. en el desarrollo socio – económico de las pequeñas y microempresas de Chachapoyas; el autor menciona que dicho trabajo tuvo como finalidad investigar el impacto de los créditos otorgados por la CMAC-Piura en el desarrollo socio-económico de las pequeñas microempresas de Chachapoyas, en la que seleccionó una muestra de 146 prestatarios mediante muestreo aleatorio simple, se empleó un diseño no experimental, de corte transversal y de tipo correlacional, aplicándose una encuesta de 21 preguntas sobre las variables estudiadas para la obtención de datos y la prueba cuadrado para el análisis de los mismos.

El autor determinó que el comercio es el giro del negocio más frecuente y que 21 préstamos fluctuaron entre 1,000 y 400,000 nuevos soles, siendo los más frecuentes montos de 5,000 a 50,000 nuevos soles. La mayor cantidad de créditos de 1,000 a 50,000 nuevos soles se destinaron a capital de trabajo, mientras que la mayor cantidad de créditos de más de 50,000 nuevos soles se destinaron a la adquisición de activo fijo.

La mayor parte de los prestatarios reinvirtieron sus utilidades en el propio negocio, señaló el autor. Este autor demuestra que el tamaño de los créditos concedidos guarda relación directa y significativa con la mayor proporción de empleos generados y el ofrecimiento de promociones, así como con el volumen de compras, el volumen de ventas, el monto de inversión de utilidades y el porcentaje de ahorro de las mismas.

Así mismo, resaltó que una cantidad apreciable de prestatarios, en proporción directa al monto de los créditos obtenidos, logró más beneficios, en comparación con la época en que no obtuvieron crédito alguno. Por lo que terminó concluyendo que el impacto de los créditos otorgados por la CMAC Piura es, en gran medida, favorable para el desarrollo socio-económico de las pequeñas y microempresas de Chachapoyas,

Del estudio presentado por Hinojosa se puede determinar que efectivamente es casi imposible alcanzar prestado de la banca, por la cantidad de documentos que tiene que alcanzar el micro y pequeño empresario para un crédito, y la obtención de crédito es casi relativo para las pequeñas empresas, los montos otorgados por las Caja Municipales son no muy significativos tal vez regulares y son para ampliar el capital y/o compra de insumos.

López J. (2010). Hoy en día las empresas se desarrollan en un ambiente de constantes cambios, es por eso la importancia de analizar los diferentes factores que se manifiestan alrededor de ellas. Es interesante conocer estos cambios debido a que las empresas deben estar conscientes de que sus competidores están constantemente buscando estrategias para generar ventaja competitiva.

Una ventaja que se tiene al ser pequeña empresa es la flexibilidad, la cierta simplicidad y las relaciones personales que pueden llegar a ser una ventaja competitiva con base a una administración adecuada. Lo anterior nos puede hacer reflexionar en que no solo las grandes empresas tienen todas las ventajas de mercado, y cabe recalcar que muchas empresas pequeñas no tienen éxito debido a que no son capaces de competir con los grandes competidores.

La recomendación que efectúa López; es la importancia de debe de tener en cuenta los empresarios en los cambios constantes que se tiene en el mercado y con un adecuado sistema de administración, para poder competir con las grandes empresas y sacar ventaja de la simplicidad del quehacer diario y de las relaciones interpersonales con los colaboradores de la empresa.

Una de las razones por el que la MYPE no son atractivas para el sector financiero especialmente el bancario es debido a la aparente falta de respaldo Patrimonial. Por otra parte, los intermediarios bancarios como las ONG's, Cajas Municipales y Cajas Rurales aprecian que éste sector empresarial tiene elevadas potencialidades para sus colocaciones y el apoyo crediticio de éstas instituciones financieras es imprescindible para que las MYPE puedan palanquearse financieramente es imprescindible para que las MYPE puedan palanquearse financieramente.

Se considera que en el sector de los micro empresarios se tiene una escasa cultura financiera debido a la falta del conocimiento de COFIDE (Corporación Financiera de Desarrollo) como entidad que maneja importantes líneas de créditos para las MYPE. Los Micro empresarios no solo desconocen el apoyo financiero que brinda COFIDE

para impulsar su desarrollo, sino que además, por desconocimiento no lo toma en cuenta en sus decisiones de financiamiento.

La falta de apoyo del financiamiento por parte del Estado es compensada por el crecimiento en las MYPE de algunas Fortalezas de carácter estratégico como la calidad de la mano de obra y de los insumos que son de más competitivas de la región.

Chunga, José Victor (2010). La influencia de la forma de acceso al financiamiento de las MYPE; Llegó a la conclusión que la problemática de las MYPE se centra en el financiamiento debido a que las entidades financieras consideran un riesgo invertir en ese tipo de empresa toda vez, que ellas no les brindan las garantías necesarias para asegurar la devolución de su capital. Como se menciona en los párrafos anteriores las entidades financieras limitan y encarecen los créditos a las MYPE dificultando de esta manera a que desarrollen fortalezas que le permitan competir con ventajas en un mundo globalizado.

Nilda Vizcarra Reyna (2009) “Educación para el Trabajo” Según Vizcarra, investigo y concluyo que la capacitación se refiere a los métodos que se usan para proporcionar a las personas, dentro de la empresa, las habilidades que necesitan para realizar su trabajo. Este es un proceso que lleva a la mejora continua y con esto a implantar nuevas formas de trabajo, la gran, mediana, pequeña o micro empresa que lo adopte generará un valor agregado. Al empresario de la Micro y Pequeña Empresa le falta una adecuada orientación, tanto para los que recién quieren iniciarse en la actividad empresarial, como para los que ya están en este camino empresarial, pues

requieren de información y conocimiento a través de la capacitación, para el mejor manejo de su negocio.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Las Mype en el Perú

La importancia de establecer en la actualidad las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) en el Perú será de vital importancia para la economía de nuestro país. Según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, tiene una gran significación por que aportan el 42% del PBI y han representado el 98% del total de empresas en el Perú, sin contar con el autoempleo que genera; sin embargo, el desarrollo de dichas empresas se encuentran estancado, principalmente por la falta de un sistema tributario estable y simplificado que permita superar problemas de formalidad de estas empresas y que motiven el crecimiento sostenido de las mismas.

Según cifras publicadas en la página web de Produce, al cierre del año 2011 las mype formales ascendían a 1.28 millones en el 2004 eran solo 650 mil representaban el 99.3% de empresas formales y empleaban el 59.6% de la población trabajadora. Si a lo anterior se suman las mype informales, el total de mype en el país ascendían a 2.2 millones, generando en conjunto el 79% del empleo de los trabajadores y una contribución equivalente al 42% del PBI. Como dato adicional, es de indicar, que en el año 2012 se crearon 177 mil mype formales, número menor al registrado en el año 2011. En que ascendieron a 199 mil.

Como sabemos la micro y pequeña empresa (en adelante Mype) juega un papel preeminente en el desarrollo social y económico de nuestro país, al ser la mayor

fuelle generadora de empleo, contribuyente de tributos municipales y nacionales y agente dinamizador del mercado.

Nuestra Constitución asume el modelo de Estado Social y Democrático de Derecho y consagra una Economía Social de Mercado. En este contexto, le corresponde al Estado ejercer su poder tributario respetando el Principio de Igualdad conforme al cual se debe tratar igual, así como el Principio de Capacidad Contributiva íntimamente vinculado con el de Igualdad- según el cual se debe tributar en proporción directa con la aptitud económica del contribuyente, de modo tal que quienes ostentan mayores ingresos deben tributar más que quienes tienen menores ingresos.

En consecuencia, el Estado debe establecer un marco normativo promotor de la Mype, y asimismo velar por el cumplimiento de la normatividad por parte del propio Estado, a fin de que los costos de transacción, la carga tributaria y los sobrecostos laborales no frenen su formalización y crecimiento.

Nos referimos al Nuevo Régimen Único Simplificado (en adelante Nuevo RUS) y al Régimen Especial del Impuesto a la Renta (en adelante RER), que entendemos han sido diseñados pensando en la Mype, y que por lo mismo deberían presentar ventajas sustanciales en comparación con el Régimen General (en adelante RG).

Las pequeñas, medianas y microempresas que capaciten a su personal podrán deducir este gasto del pago del Impuesto a la Renta por un monto máximo similar al 1% del costo de su planilla anual.

En cuanto a las compras estatales, las instituciones tendrán a partir de la vigencia de la ley como máximo 15 días para pagarles a sus proveedores mype. El Estado tiene la obligación de comprarle a las mype al menos el 40% de lo que requiere.

NUEVA LEY MYPE: MODIFICACIONES EN LAS CARACTERÍSTICAS DE LA MYPE Y EN MATERIA LABORAL

	Ley MYPE D.S. N° 007-2008-TR		Ley N° 30056	
	Ventas Anuales	Trabajadores	Ventas Anuales	Trabajadores
Microempresa	Hasta 150 UIT	1 a 10	Hasta 150 UIT	No hay límites
Pequeña Empresa	Hasta 1,700 UIT	1 a 100	Más de 150 UIT y hasta 1,700 UIT	No hay límites
Mediana Empresa			Más de 1700 UIT y hasta 2,300 UIT	No hay límites

Veamos cuáles son los cambios que ha introducido la Nueva Ley Mype tanto en las características de la Mype como en materia laboral.

1.- MICROEMPRESA

Características

Ventas anuales no mayor a 150 UIT (S/577,500). No hay variación en los límites para calificar como Microempresa, lo que resulta incongruente si se considera que para la Pequeña Empresa los límites se han duplicado, conforme veremos más adelante.

Régimen Laboral

En lo que compete al tema laboral, la Microempresa al igual que la Pequeña Empresa puede acogerse al Régimen Laboral Especial de la Micro y Pequeña Empresa que

comprende: remuneración, jornada de trabajo de ocho (8) horas, horario de trabajo y trabajo en sobre tiempo, descansos remunerados (semanal, vacacional 15 días y feriados) y protección contra el despido arbitrario (10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de 90 remuneraciones diarias). Sin embargo, los trabajadores de la Microempresa a diferencia de los de la pequeña Empresa no tienen derecho a SCTR, Seguro de Vida, Derechos Colectivos, Participación en las Utilidades, CTS y Gratificaciones.

Igualmente hay diferencias importantes en el tema del Aseguramiento en Salud y el Sistema de Pensiones. Así, los trabajadores y conductores de la Microempresa serán afiliados al Componente Semi subsidiado del Seguro Integral de Salud que comprenderá a sus derechohabientes y cuyo costo será parcialmente subsidiado por el Estado, debiendo el empleador efectuar un aporte mensual equivalente a la mitad del aporte total que será complementado por un monto igual por parte del Estado.

Sin embargo, el microempresario puede optar por afiliarse y afiliar a sus trabajadores como afiliados regulares del Régimen Contributivo de Essalud, no subsidiado por el Estado, sin que ello afecte su permanencia en el RLE. En este caso, el microempresario asume el íntegro de la contribución respectiva.

Por otro lado, los trabajadores y conductores de la Microempresa podrán (carácter voluntario) afiliarse al SNP (ONP) o al SPP (AFP). Adicionalmente, se crea el Sistema de Pensiones Sociales, de carácter voluntario y exclusivo para los trabajadores y conductores de la Microempresa siempre que no se encuentren afiliados ni sean beneficiarios de otro régimen previsional.

El aporte mensual de cada afiliado será hasta un máximo de 4% de la RMV (S/.750 actualmente) correspondiente, sobre la base de doce (12) aportaciones al año. El aporte del Estado se efectuará anualmente hasta por la suma equivalente de los aportes mínimos mensuales que realice efectivamente el afiliado.

2.- PEQUEÑA EMPRESA

Características

Ventas anuales menor a 1700 UIT (S/.6'545,000) (se elimina el límite inferior de 150 UIT, y se eleva el límite superior de 850 UIT a 1700 UIT). Resulta positivo que se hayan duplicado los límites para estar comprendido dentro de la Pequeña Empresa, aunque es incoherente que no haya ocurrido lo propio en el caso de la Microempresa.

2.2.2. Importancia de Las Mype

La importancia en la actualidad de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) en la ciudad de Juliaca es de vital importancia para la economía de nuestra región y el país. Según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, el país está formado por el 98.3% de MYPE, de las cuales 94.4 % son microempresas y el 39% es pequeña empresa, donde el 49.4% tiene por cuenta propia una empresa y/o negocio en forma unipersonal iniciando su negocio por necesidad económica.

Según la encuesta realizada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) realizado en el año 2013, la misma que se ejecutó en diez ciudades del país estando considerado la ciudad de Juliaca, en donde se tuvo los siguientes resultados importantes. El 45,8% de las Micro y Pequeña Empresa declararon que para el desarrollo de su actividad económica tiene 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%.

El 50% de los locales de las Micro y Pequeñas Empresas es alquilado, en la ciudad de Juliaca el 50% de las Mype son alquiladas, el 40% propio y el 10% es prestado. De las cuales el 69,6% cuenta con licencia de municipal de funcionamiento, en la ciudad de Juliaca es de 37,5%; siendo el 62,8% como Mype empresa individual con licencia; y a nivel de ciudades las Mype organizadas como persona natural se tiene a la ciudad de Juliaca con 70,8%. Siendo la de mayor número de Mype de sociedad anónima cerrada, se tiene a la ciudad de Lima y el Callao.

En la ciudad de Juliaca las Micro y Pequeñas Empresas, forman parte de alguna organización o agrupación con fines empresariales siendo el 9,7% uno de los más altos de la región, los fines de pertenecer a una organización o agrupación con fines empresariales; la ciudad de Juliaca tiene 14 Mype donde el 57,1 % es para negociar con proveedores, el 14,3% es para acceder a servicios financieros, siendo el 42,9% para acceder a mercados, acceder a información empresarial es del 57,1% y el 14,3% para acceder a información de asistencia técnica.

En el ámbito mundial las PYME se han desarrollado, a partir de los años cincuenta y sesenta del siglo pasado, años en los cuales las PYME fueron consideradas como una gran distorsión en el modelo de desarrollo y crecimiento económico, que en esos años sólo se identificaba con la gran empresa y la concentración de capital. Sin embargo, a partir de la crisis económica de los años setenta y ante las dificultades por las que atravesaba el modelo de la gran empresa fordista, se reconsidero la

importancia de las PYME, resaltando su potencial para la creación de empleos, su dinamismo innovador, su flexibilidad, capacidad de adaptación a los cambios, así como su contribución al mantenimiento de la estabilidad socio-económica.

Ahora bien en el Perú las MYPE hacen su aparición a partir de la década del ochenta; sin embargo ellas se han venido gestando desde los años cincuenta como solución al problema del desempleo y bajos ingresos, sobre todo en la capital, a consecuencia, de las olas de inmigración que empezaron a llegar del interior del país en realidad por la presencia que tienen en nuestra economía.

En la actualidad las MYPE representan un sector de vital importancia dentro de la estructura productiva del Perú, de forma que las microempresas representan el 95,9% del total de establecimientos nacionales, porcentaje éste que se incrementa hasta el 97,9% si se añaden las pequeñas empresas.

Según datos del Ministerio de Trabajo, las MYPE brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45 % del producto bruto interno (PBI). Constituyen, pues, el principal motor de desarrollo del Perú.

Con ello se da oportunidad a que personas sin empleo y de bajos recursos económicos puedan generar su propio empleo, y así mismo contribuyan con la producción de la gran empresa.

Se promueven las pequeñas empresas porque generan empleo e innovación, brindándole capacitación, fuente de crédito y normas promotoras. Se equivocan quienes creen que la pequeña empresa es un fenómeno exótico de los países pre industrializado del Tercer Mundo.

Basta contemplar los dos millones de pujantes pequeñas y medianas empresas que progresan en Alemania abasteciendo a los gigantes Volkswagen, Siemens, Basf o Bayer. En el Japón, el 80 % del producto bruto interno proviene de la pequeña y mediana industria.

En los Estados Unidos, las más importantes transnacionales de la informática han salido del seno de la pequeña empresa. Apple, por ejemplo, nació hace dos décadas en una cochera familiar con un capital de solo 20 mil dólares. Y en nuestro país no nos quedamos atrás con grandes ejemplos de micro y pequeños empresarios ubicados en el emporio Gamarra.

2.2.3. Teorías de Financiamiento de las Mype

El núcleo de la teoría financiera se desarrolla bajo un conjunto de supuestos generalmente conocidos como los supuestos de mercado perfecto. De este conjunto de supuestos emergen conclusiones respecto de las decisiones de inversión y financiamiento de las empresas, que son elegantes y atractivas en su simplicidad.

La primera conclusión establece que las decisiones de inversión y financiamiento son separables y que las empresas pueden elegir entre todos los proyectos de inversión disponibles y ordenar los mejores, sin reparar en la forma en que dichos proyectos son financiados. En la práctica cuando los propietarios de las empresas evalúan las consecuencias de financiarse de una determinada forma (eligen su estructura de capital), consideran generalmente una larga variedad de costos y beneficios.

La decisión de elegir una estructura de capital es tan compleja, que no existe un sólo modelo que pueda capturar todos los aspectos distintivos relevantes. Lo anterior

resulta aún más significativo en el caso de micro y pequeñas empresas (MYPE), en las cuales ciertas características las diferencian de las grandes empresas.

Las MYPE poseen habitualmente una porción de mercado relativamente pequeña, esto enfatiza la imposibilidad de la empresa de afectar su ambiente; las MYPE presentan especificidad en el producto ofertado a clientes que son por definición particulares, en este contexto las MYPE son evaluadas como más riesgosas de acuerdo al grado de incertidumbre dado por demandas no estables; a menudo la gerencia de los pequeños negocios reside en una persona, el gerente y/o propietario; el dinero invertido en los negocios es habitualmente dinero perteneciente al gerente y/o propietario, no dinero proveniente de inversores externos e impersonales lo que significará problemas de composición de cartera para el empresario y su inversión. Según Schnettler (2002). Existen dos posturas bien diferenciadas:

2.2.3.1. Fuentes de Financiamiento

La Administración Financiera y actividades comerciales de las organizaciones, como son, Los Financiamientos a Corto Plazo constituidos por los Créditos Comerciales, Créditos Bancarios, Pagarés, Líneas de Crédito, Papeles Comerciales, Financiamiento por medio de las Cuentas por Cobrar y Financiamiento por medio de los Inventarios. Por otra parte se encuentran los Financiamientos a Largo Plazo constituidos por las Hipotecas, Acciones, Bonos y Arrendamientos Financieros. Ventajas, Desventajas, Importancia y Formas de Utilización; Para de esta manera comprender su participación dentro de las distintas actividades comerciales que diariamente se realizan.

Crédito Comercial.

Es el uso que se le hace a las cuentas por pagar de la empresa, del pasivo a corto plazo acumulado, como los impuestos a pagar, las cuentas por cobrar y del financiamiento de inventario como fuentes de recursos.

Importancia.

El crédito comercial tiene su importancia en que es un uso inteligente de los pasivos a corto plazo de la empresa a la obtención de recursos de la manera menos costosa posible. Por ejemplo las cuentas por pagar constituyen una forma de crédito comercial. Son los créditos a corto plazo que los proveedores conceden a la empresa. Entre estos tipos específicos de cuentas por pagar figuran la cuenta abierta la cual permite a la empresa tomar posesión de la mercancía y pagar por ellas en un plazo corto determinado, las Aceptaciones Comerciales, que son esencialmente cheques pagaderos al proveedor en el futuro, los Pagarés que es un reconocimiento formal del crédito recibido, la Consignación en la cual no se otorga crédito alguno y la propiedad de las mercancías no pasa nunca al acreedor a la empresa.

Más bien, la mercancía se remite a la empresa en el entendido de que ésta la venderá a beneficio del proveedor retirando únicamente una pequeña comisión por concepto de la utilidad.

Ventajas.

- Es un medio más equilibrado y menos costoso de obtener recursos.
- Da oportunidad a las empresas de agilizar sus operaciones comerciales.

Desventajas

- Existe siempre el riesgo de que el acreedor no cancele la deuda, lo que trae como consecuencia una posible intervención legal.
- Si la negociación se hace acreditada se deben cancelar tasas pasivas.

Formas de Utilización.

¿Cuándo y cómo surge el Crédito Comercial? Los ejecutivos de finanzas deben saber bien la respuesta para aprovechar las ventajas que ofrece el crédito. Tradicionalmente, el crédito surge en el curso normal de las operaciones diarias. Por ejemplo, cuando la empresa incurre en los gastos que implican los pagos que efectuará más adelante o acumula sus adeudos con sus proveedores, está obteniendo de ellos un crédito temporal.

Ahora bien, los proveedores de la empresa deben fijar las condiciones en que esperan que se les pague cuando otorgan el crédito. Las condiciones de pago clásicas pueden ser desde el pago inmediato, o sea al contado, hasta los plazos más liberales, dependiendo de cuál sea la costumbre de la empresa y de la opinión que el proveedor tenga de capacidad de pago de la empresa.

Una cuenta de Crédito Comercial únicamente debe aparecer en los registros cuando éste crédito comercial ha sido comprado y pagado en efectivo, en acciones del capital, u otras propiedades del comprador. El crédito comercial no puede ser comprado independientemente; tiene que comprarse todo o parte de un negocio para poder adquirir ese valor intangible que lo acompaña.

Crédito Bancario.

Es un tipo de financiamiento a corto plazo que las empresas obtienen por medio de los bancos con los cuales establecen relaciones funcionales.

Importancia.

El Crédito bancario es una de las maneras más utilizadas por parte de las empresas hoy en día de obtener un financiamiento necesario.

Casi en su totalidad son bancos comerciales que manejan las cuentas de cheques de la empresa y tienen la mayor capacidad de préstamo de acuerdo con las leyes y disposiciones bancarias vigentes en la actualidad y proporcionan la mayoría de los servicios que la empresa requiera. Como la empresa acude con frecuencia al banco comercial en busca de recursos a corto plazo, la elección de uno en particular merece un examen cuidadoso. La empresa debe estar segura de que el banco podrá auxiliar a la empresa a satisfacer las necesidades de efectivo a corto plazo que ésta tenga y en el momento en que se presente.

Ventajas.

- Si el banco es flexible en sus condiciones, habrá más probabilidades de negociar un préstamo que se ajuste a las necesidades de la empresa, lo cual la sitúa en el mejor ambiente para operar y obtener utilidades.
- Permite a las organizaciones estabilizarse en caso de apuros con respecto al capital.

Desventajas.

- Un banco muy estricto en sus condiciones, puede limitar indebidamente la facilidad de operación y actuar en detrimento de las utilidades de la empresa.
- Un Crédito Bancario acarrea tasas pasivas que la empresa debe cancelar esporádicamente al banco por concepto de intereses.
- Formas de Utilización.
- Cuando la empresa, se presente con el funcionario de préstamos del banco, debe ser capaz de negociar.
- Debe dar la impresión de que es competente.
- Si se va en busca de un préstamo, habrá que presentarse con el funcionario correspondiente con los datos siguientes:

La finalidad del préstamo.

La cantidad que se requiere.

Un plan de pagos definido.

Pruebas de la solvencia de la empresa.

Un plan bien trazado de cómo espera la empresa desenvolverse en el futuro y lograr una situación que le permita pagar el préstamo.

Una lista con avales y garantías colaterales que la empresa está dispuesta a ofrecer, si las hay y son necesarias.

El costo de intereses varía según el método que se siga para calcularlos. Es preciso que la empresa sepa siempre cómo el banco calcula el interés real por el préstamo.

Luego que el banco analice dichos requisitos, tomará la decisión de otorgar o no el crédito.

Pagaré.

Es un instrumento negociable el cual es una “promesa” incondicional por escrito, dirigida de una persona a otra, firmada por el formulante del pagaré, comprometiéndose a pagar a su presentación, o en una fecha fija o tiempo futuro determinable, cierta cantidad de dinero en unión de sus intereses a una tasa especificada a la orden y al portador.

Importancia.

Los pagarés se derivan de la venta de mercancía, de préstamos en efectivo, o de la conversión de una cuenta corriente. La mayor parte de los pagarés llevan intereses el cual se convierte en un gasto para el girador y un ingreso para el beneficiario. Los instrumentos negociables son pagaderos a su vencimiento, de todos modos, a veces que no es posible cobrar un instrumento a su vencimiento, o puede surgir algún obstáculo que requiera acción legal.

Ventajas.

- Es pagadero en efectivo.
- Hay alta seguridad de pago al momento de realizar alguna operación comercial.

Desventajas.

- Puede surgir algún incumplimiento en el pago que requiera acción legal.

Formas de Utilización.

Los pagarés se derivan de la venta de mercancía, de préstamos en efectivo, o de la conversión de una cuenta corriente. Dicho documento debe contener ciertos elementos de negociabilidad entre los que destaca que: Debe ser por escrito y estar firmado por el girador;

Debe contener una orden incondicional de pagar cierta cantidad en efectivo estableciéndose también la cuota de interés que se carga por la extensión del crédito por cierto tiempo.

El interés para fines de conveniencia en las operaciones comerciales se calculan, por lo general, en base a 360 días por año; Debe ser pagadero a favor de una persona designado puede estar hecho al portador; Debe ser pagadero a su presentación o en cierto tiempo fijo y futuro determinable.

Cuando un pagaré no es pagado a su vencimiento y es protestado, el tenedor del mismo debe preparar un certificado de protesto y un aviso de protesto que deben ser elaborados por alguna persona con facultades notariales. El tenedor que protesta paga al notario público una cuota por la preparación de los documentos del protesto; el tenedor puede cobrarle estos gastos al girador, quien está obligado a reembolsarlos. El notario público aplica el sello de “Protestado por Falta de Pago” con la fecha del protesto, y aumenta los intereses acumulados al monto del pagaré, firmándolo y estampando su propio sello notarial.

La Línea de Crédito significa dinero siempre disponible en el banco, durante un período convenido de antemano.

Importancia.

Es importante ya que el banco está de acuerdo en prestar a la empresa hasta una cantidad máxima, y dentro de cierto período, en el momento que lo solicite. Aunque por lo general no constituye una obligación legal entre las dos partes, la línea de crédito es casi siempre respetada por el banco y evita la negociación de un nuevo préstamo cada vez que la empresa necesita disponer de recursos.

Ventajas.

- Es un efectivo “disponible” con el que la empresa cuenta.

Desventajas.

- Se debe pagar un porcentaje de interés cada vez que la línea de crédito es utilizada.
- Este tipo de financiamiento, está reservado para los clientes más solventes del banco, y sin embargo en algunos casos el mismo puede pedir garantía colateral antes de extender la línea de crédito.
- Se le exige a la empresa que mantenga la línea de crédito “Limpia”, pagando todas las disposiciones que se hayan hecho.

- **Formas de Utilización.**

El banco presta a la empresa una cantidad máxima de dinero por un período determinado. Una vez que se efectúa la negociación, la empresa no tiene más que informar al banco de su deseo de “disponer” de tal cantidad, firma un documento que indica que la empresa dispondrá de esa suma, y el banco transfiere fondos automáticamente a la cuenta de cheques.

El Costo de la Línea de Crédito por lo general se establece durante la negociación original, aunque normalmente fluctúa con la tasa prima. Cada vez que la empresa dispone de una parte de la línea de crédito paga el interés convenido.

Al finalizar el plazo negociado originalmente, la línea deja de existir y las partes tendrán que negociar otra si así lo desean.

Papeles Comerciales.

Es una Fuente de Financiamiento a Corto Plazo que consiste en los pagarés no garantizados de grandes e importantes empresas que adquieren los bancos, las compañías de seguros, los fondos de pensiones y algunas empresas industriales que desean invertir a corto plazo sus recursos temporales excedentes.

Importancia.

Las empresas pueden considerar la utilización del papel comercial como fuente de recursos a corto plazo no sólo porque es menos costoso que el crédito bancario sino también porque constituye un complemento de los préstamos bancarios usuales.

El empleo juicioso del papel comercial puede ser otra fuente de recursos cuando los bancos no pueden proporcionarlos en los períodos de dinero apretado cuando las necesidades exceden los límites de financiamiento de los bancos.

Hay que recordar siempre que el papel comercial se usa primordialmente para financiar necesidades de corto plazo, como es el capital de trabajo, y no para financiar activos de capital a largo plazo.

Ventajas.

- El Papel comercial es una fuente de financiamiento menos costosa que el Crédito Bancario.
- Sirve para financiar necesidades a corto plazo, por ejemplo el capital de trabajo.

Desventajas.

- Las emisiones de Papel Comercial no están garantizadas.
- Deben ir acompañados de una línea de crédito o una carta de crédito en dificultades de pago.
- La negociación acarrea un costo por concepto de una tasa prima.

Formas de Utilización.

El papel comercial se clasifica de acuerdo con los canales a través de los cuales se vende, con el giro operativo del vendedor o con la calidad del emisor. Si el papel se vende a través de un agente, se dice que está colocada con el agente, quien a su vez lo

revende a sus clientes a un precio más alto. Por lo general retira una comisión de 1/8 % del importe total por manejar la operación.

Por último, el papel se puede clasificar como de primera calidad y de calidad media. El de primera calidad es el emitido por el más confiable de todos los clientes confiables, mientras que el de calidad media es el que emiten los clientes sólo un poco menos confiables. Esto encierra para la empresa una investigación cuidadosa.

El costo del papel comercial ha estado tradicionalmente $\frac{1}{2}$ % debajo de la tasa prima porque, sea que se venda directamente o a través del agente, se eliminan la utilidad y los costos del banco.

El vencimiento medio del papel comercial es de tres a seis meses, aunque en algunas ocasiones se ofrecen emisiones de nueve meses y a un año. No se requiere un saldo mínimo.

En algunos casos, la emisión va acompañada por una línea de crédito o por una carta de crédito, preparada por el emisor para asegurar a los compradores que, en caso de dificultades con el pago, podrá respaldar el papel mediante un convenio de préstamo con el banco. Esto se exige algunas veces a las empresas de calidad menor cuando venden papel, y aumentan la tasa de interés real.

Financiamiento por medio de la Cuentas por Cobrar.

Es aquel en la cual la empresa consigue financiar dichas cuentas por cobrar consiguiendo recursos para invertirlos en ella.

Importancia.

Es un método de financiamiento que resulta menos costoso y disminuye el riesgo de incumplimiento. Aporta muchos beneficios que radican en los costos que la empresa ahorra al no manejar sus propias operaciones de crédito. No hay costos de cobranza, puesto que existe un agente encargado de cobrar las cuentas; no hay costo del departamento de crédito, como contabilidad y sueldos, la empresa puede eludir el riesgo de incumplimiento si decide vender las cuentas sin responsabilidad, aunque esto por lo general más costoso, y puede obtener recursos con rapidez y prácticamente sin ningún retraso costo.

Ventajas.

- Es menos costoso para la empresa.
- Disminuye el riesgo de incumplimiento.
- No hay costo de cobranza.

Desventajas.

- Existe un costo por concepto de comisión otorgado al agente.
- Existe la posibilidad de una intervención legal por incumplimiento del contrato.

Formas de Utilización.

Consiste en vender las cuentas por cobrar de la empresa a un factor (agente de ventas o comprador de cuentas por cobrar) conforme a un convenio negociado previamente. Por lo regular se dan instrucciones a los clientes para que paguen sus cuentas

directamente al agente o factor, quien actúa como departamento de crédito de la empresa.

Cuando recibe el pago, el agente retiene una parte por concepto de honorarios por sus servicios a un porcentaje estipulado y abonar el resto a la cuenta de la empresa. La mayoría de las cuentas por cobrar se adquieren con responsabilidad de la empresa, es decir, que si el agente no logra cobrar, la empresa tendrá que rembolsar el importe ya sea mediante el pago en efectivo o reponiendo la cuenta incobrable por otra más viable.

Es aquel en el cual se usa el inventario como garantía de un préstamo en que se confiere al acreedor el derecho de tomar posesión garantía en caso de que la empresa deje de cumplir.

Importancia.

Es importante ya que le permite a los directores de la empresa usar el inventario de la empresa como fuente de recursos, gravando el inventario como colateral es posible obtener recursos de acuerdo con las formas específicas de financiamiento usuales, en estos casos, como son el Depósito en Almacén Público, el Almacenamiento en la Fabrica, el Recibo en Custodia, la Garantía Flotante y la Hipoteca.

Ventajas.

- Permite aprovechar una importante pieza de la empresa como es el Inventario de Mercancía
- Brinda oportunidad a la organización de hacer más dinámica sus actividades.

Desventajas.

- Le genera un Costo de Financiamiento al deudor.
- El deudor corre riesgo de perder el Inventario dado en garantía en caso de no poder cancelar el contrato.

Formas de Utilización.

Por lo general al momento de hacerse la negociación, se exige que los artículos sean duraderos, identificables y susceptibles de ser vendidos al precio que prevalezca en el Mercado. El acreedor debe tener derecho legal sobre los artículos, de manera que si se hace necesario tomar posesión de ellos el acto no sea materia de controversia.

El gravamen que se constituye sobre el inventario se debe formalizar mediante alguna clase de convenio que pruebe la existencia del colateral. El que se celebra con el banco específico no sólo la garantía sino también los derechos del banco y las obligaciones del beneficiario, entre otras cosas. Los directores firmarán esta clase de convenios en nombre de su empresa cuando se den garantías tales como el inventario.

Además del convenio de garantía, se podrán encontrar otros documentos probatorios entre los cuales se pueden citar el Recibo en Custodia y el Almacenamiento. Ahora bien, cualquiera que sea el tipo de convenio que se celebre, para la empresa se generará un Costo de Financiamiento que comprende algo más que los intereses por el préstamo, aunque éste es el gasto principal. A la empresa le toca absorber los cargos por servicio de mantenimiento del Inventario, que pueden incluir almacenamiento, inspección por parte de los representantes del acreedor y manejo,

todo lo cual forma parte de la obligación de la empresa de conservar el inventario de manera que no disminuya su valor como garantía. Normalmente no debe pagar el costo de un seguro contra pérdida por incendio o robo.

Fuentes y Formas de Financiamiento a Largo Plazo.

Hipoteca.

Es un traslado condicionado de propiedad que es otorgado por el prestatario (deudor) al prestamista (acreedor) a fin de garantizar el pago del préstamo.

Importancia.

Es importante señalar que una hipoteca no es una obligación a pagar ya que el deudor es el que otorga la hipoteca y el acreedor es el que la recibe, en caso de que el prestamista no cancele dicha hipoteca, la misma le será arrebatada y pasará a manos del prestatario.

Vale destacar que la finalidad de las hipotecas por parte del prestamista es obtener algún activo fijo, mientras que para el prestatario es el tener seguridad de pago por medio de dicha hipoteca así como el obtener ganancia de la misma por medio de los intereses generados.

Ventajas.

- Para el prestatario le es rentable debido a la posibilidad de obtener ganancia por medio de los intereses generados de dicha operación.
- Da seguridad al prestatario de no obtener pérdida al otorgar el préstamo.

- El prestamista tiene la posibilidad de adquirir un bien

Desventajas.

- Al prestamista le genera una obligación ante terceros.
- Existe riesgo de surgir cierta intervención legal debido a falta de pago.

Formas de Utilización.

La hipoteca confiere al acreedor una participación en el bien. El acreedor tendrá acudir al tribunal y lograr que la mercancía se venda por orden de éste para Es decir, que el bien no pasa a ser del prestamista hasta que no haya sido cancelado el préstamo. Este tipo de financiamiento por lo general es realizado por medio de los bancos.

Acciones.

Las acciones representan la participación patrimonial o de capital de un accionista dentro de la organización a la que pertenece.

Importancia.

Son de mucha importancia ya que miden el nivel de participación y lo que le corresponde a un accionista por parte de la organización a la que representa, bien sea por concepto de dividendos, derechos de los accionistas, derechos preferenciales, etc.

Ventajas.

- Las acciones preferentes dan el énfasis deseado al ingreso.

- Las acciones preferentes son particularmente útiles para las negociaciones de fusión y adquisición de empresas.

Desventajas

- El empleo de las acciones diluye el control de los actuales accionistas.
- El costo de emisión de acciones es alto.

Formas de Utilización.

Las acciones se clasifican en Acciones Preferentes que son aquellas que forman parte del capital contable de la empresa y su posesión da derecho a las utilidades después de impuesto de la empresa, hasta cierta cantidad, y a los activos de la misma, También hasta cierta cantidad, en caso de liquidación; Y por otro lado se encuentran las Acciones Comunes que representan la participación residual que confiere al tenedor un derecho sobre las utilidades y los activos de la empresa, después de haberse satisfecho las reclamaciones prioritarias por parte de los accionistas preferentes. Por esta razón se entiende que la prioridad de las acciones preferentes supera a las de las acciones comunes. Sin embargo ambos tipos de acciones se asemejan en que el dividendo se puede omitir, en que las dos forman parte del capital contable de la empresa y ambas tienen fecha de vencimiento.

Se debe tomar aquella que sea la más apropiada como fuente de recurso a largo plazo para el inversionista.

Arrendamiento Financiero. Es un contrato que se negocia entre el propietario de los bienes (acreedor) y la empresa (arrendatario) a la cual se le permite el uso de esos

bienes durante un período determinado y mediante el pago de una renta específica, sus estipulaciones pueden variar según la situación y las necesidades de cada una de las partes.

Importancia.

La importancia del arrendamiento es la flexibilidad que presta para la empresa ya que no se limitan sus posibilidades de adoptar un cambio de planes inmediato o de emprender una acción no prevista con el fin de aprovechar una buena oportunidad o de ajustarse a los cambios que ocurran en el medio de la operación.

El arrendamiento se presta al financiamiento por partes, lo que permite a la empresa recurrir a este medio para adquirir pequeños activos.

Por otra parte, los pagos de arrendamiento son deducibles del impuesto como gasto de operación, por lo tanto la empresa tiene mayor deducción fiscal cuando toma el arrendamiento. Para la empresa marginal el arrendamiento es la única forma de financiar la adquisición de activo. El riesgo se reduce porque la propiedad queda con el arrendado, y éste puede estar dispuesto a operar cuando otros acreedores rehúsan a financiar la empresa. Esto facilita considerablemente la reorganización de la empresa.

Ventajas.

- Es en financiamiento bastante flexible para las empresas debido a las oportunidades que ofrece. Evita riesgo de una rápida obsolescencia para la empresa ya que el activo no pertenece a ella.

- Los arrendamientos dan oportunidades a las empresas pequeñas en caso de quiebra.

Desventajas.

- Algunas empresas usan el arrendamiento para como medio para eludir las restricciones presupuestarias cuando el capital se encuentra racionado.
- Un contrato de arrendamiento obliga una tasa costo por concepto de intereses.
- La principal desventaja del arrendamiento es que resulta más costoso que la compra de activo.

Forma de Utilización.

Consiste en dar un préstamo a plazo con pagos periódicos obligatorios que se efectúan en el transcurso de un plazo determinado, generalmente igual o menor que la vida estimada del activo arrendado. El arrendatario (la empresa) pierde el derecho sobre el valor de rescate del activo (que conservará en cambio cuando lo haya comprado).

La mayoría de los arrendamientos son incancelables, lo cual significa que la empresa está obligada a continuar con los pagos que se acuerden aun cuando abandone el activo por no necesitarlo más. En todo caso, un arrendamiento no cancelable es tan obligatorio para la empresa como los pagos de los intereses que se compromete.

Una característica distintiva del arrendamiento financiero es que la empresa (arrendatario) conviene en conservar el activo aunque la propiedad del mismo corresponda al arrendador. Mientras dure el arrendamiento, el importe total de los

pagos excederá al precio original de compra, porque la renta no sólo debe restituir el desembolso original del arrendador, sino también producir intereses por los recursos que se comprometen durante la vida del activo.

CAPITAL PROPIO: Son las fuentes internas o autofinanciamiento generados por el funcionamiento del negocio: las amortizaciones y las utilidades retenidas. Entre las fuentes externas de capital propio, se encuentran:

Aportes de los propietarios e incorporación de nuevos socios, en las empresas de capital cerrado. En empresas de capital abierto, emisión de acciones.

Capital de riesgo, se define como el capital proporcionado bajo la forma de inversión y participación en la gestión de empresas de crecimiento rápido., que no cotizan en mercado accionario, con el objetivo de lograr un alto retorno de la inversión. El capitalista del riesgo invierte generalmente en las fases iniciales de desarrollo de una empresa y luego de un tiempo prudencial retira su inversión.

LA DEUDA: Se pueden clasificar en tres grupos:

Instituciones no financieras y Estado (Pasivos operativos): está conformado por los créditos comerciales, créditos de otros negocios, cargas sociales, impuestos a pagar.

Individuos: por ejemplo los préstamos de familiares de los propietarios.

Además, Briceño (2010) manifiesta que las empresas necesitan mantener un mínimo de efectivo para financiar sus actividades operacionales diarias, la situación financiera de largo plazo puede depender de los recursos que se consigan en el corto plazo es por ello que los administradores financieros deben tomar las medidas

necesarias para obtener estos recursos, así ellos deben conocer cuáles son las entidades que en algún momento los pueden ayudar a salir de un posible inconveniente de liquidez.

Los recursos de la empresa son base fundamental para su funcionamiento, la obtención de efectivo en el corto plazo puede de alguna manera garantizar la vigencia de la empresa en el mercado, es por ello que surgen preguntas como ¿En dónde se puede conseguir efectivo rápidamente?, ¿A cuánto asciende el costo del crédito?, ¿Cuáles son las entidades de crédito financiero? ¿Qué se debe hacer para obtener un mayor beneficio? Por otro lado, el financiamiento se divide en financiamiento a corto plazo y financiamiento a largo plazo.

2.2.4. Teoría de la Capacitación

a) Capacitación

Vásquez G Manifiesta: Las acciones del proceso de capacitación están dirigidas al mejoramiento de la calidad de los recursos humanos, y buscan mejorar habilidades, incrementar conocimientos, cambiar actitudes y desarrollar al individuo. El objetivo central es generar procesos de cambio para cumplir las metas de la organización.

La capacitación se sustenta en un marco teórico que intenta ejercer su influencia en la constitución de los propósitos, de acuerdo con los valores y objetivos de la organización (Roberto Pinto Villatorio, 1992). Son varias las teorías que históricamente han influido sobre los diversos enfoques de la capacitación, cada una de ellas dirigida a relevar diferentes niveles o áreas de la organización. Se han hecho

explícitos sus propósitos y objetivos centrales, y puede decirse que han gozado, en su momento, de un éxito relativo.

Sin embargo, el desarrollo tecnológico y organizacional va dejando atrás la vigencia de esas teorías, por lo que también puede decirse que cada teoría nueva es, en cierto modo, una adaptación de la anterior, intentando así "acomodarse" a las nuevas circunstancias y exigencias.

Teoría Neoclásica: El propósito entrenamiento lograr la eficiencia.

Teoría Conductista: El propósito entrenamiento es proporcionar a directivos, gerentes y supervisores y las técnicas necesarias para dirigir y motivar a los subordinados, a fin de que éstos satisfagan necesidades y expectativas.

Teoría Sistemática: Hacer que los miembros de la organización interioricen sus obligaciones y cumplan voluntariamente sus compromisos.

Teoría Clásica: Incrementar los resultados de la organización a través de la planeación.

Teoría Humanista: Generar aprendizajes y formas de comportamiento en el individuo para organizar sus esfuerzos e integrarlo en grupos de trabajo.

Teoría Estructuralista: Seleccionar los problemas que obstaculizan el desarrollo de los subsistemas de la organización que impiden lograr los objetivos.

Bajo este panorama podemos captar que la capacitación corresponde a un Principio de una Nueva Cultura Laboral se reconoce su importancia para introducir un cambio de actitudes y conductas que promuevan la creación de una nueva cultura laboral, y

para elevar la productividad de los trabajadores y de las empresas, formulando, en materia de educación, capacitación y productividad diversas consideraciones.

Hoy en día, los procesos productivos no sólo requieren de equipos y tecnología de punta compatibles con el aprovechamiento productivo de la mano de obra, sino también de nuevas formas de gestión, organización y capacitación para el trabajo productivo, las cuales, además de propiciar un uso racional y eficiente de los recursos disponibles en las empresas, así como el respeto al medio ambiente, sean capaces de estimular la capacidad de innovación, el potencial creativo y la superación intelectual de los trabajadores. Además la transformación productiva y organizacional implica que tanto trabajadores como empresarios adquieran y actualicen, permanente y respectivamente, conocimientos, habilidades y destrezas, tanto para el trabajo como para la actividad empresarial.

La teoría del capital humano citado por Mitnik, Descalzi y Ordóñez. (2009). sostiene que es la teoría dominante en cuanto a inversiones en capacitación de la mano de obra. Esta teoría ha evolucionado en el tiempo, pues fue concebida inicialmente para explicar aspectos del ciclo de vida de las personas, pero recientemente tiende a enfocarse en decisiones estratégicas entre empleadores y empleados al interior de las firmas. Determina que la formación en habilidades generales, los costos deben ser solventadas por los individuos que reciben los beneficios.

Desde el punto de vista de las empresas de mayor tamaño, dichas erogaciones sólo se realizarán si las firmas encuentran que los montos destinados a actividades formativas les brindan beneficios iguales o superiores a los de otra inversión alternativa a la que puedan destinar sus recursos.

Así mismo Chacaltana (2005) expone la teoría estándar: capacitación en condiciones de competencia perfecta cuyo modelo estándar sobre inversiones en capacitación de la mano de obra, fue propuesto en uno de los trabajos pioneros de Becker (1964). El modelo básico asume que los mercados de trabajo y de bienes finales son competitivos. La idea general del modelo es que se comparan los beneficios con los costos de la capacitación.

- a) La gente joven tiene mayor probabilidad de estudiar.
- b) Si el período en el que se tiene que recuperar la inversión es muy reducido, se reducen los incentivos a invertir en capacitación. Esto, implica que si la duración de los empleos es baja o se reduce, también lo hace el incentivo a capacitar para las empresas.

La participación de los jóvenes en la conformación de las Mype, es muy importante para el desarrollo, permanencia y sostenibilidad en el mercado de las actividades de servicio y la atención personalizada con calidad de satisfacción del usuario.

A más bajo costo de la educación post escuela, más probable es que el valor presente sea positivo. Los costos incluyen no sólo costos directos sino también los costos indirectos, es decir, los denominados costos de oportunidad. Una consecuencia de esta observación es que las personas jóvenes, quienes tienen menores costos de oportunidad, tengan mayor probabilidad de capacitarse; en cambio los individuos de edades avanzadas tienen más costo de oportunidad y por tanto menos probabilidad de estudiar. A mayor diferencial de ingresos entre aquellos que estudian luego de la escuela y aquellos que no estudian, mayor valor presente de la inversión. Ésta es una

implicancia controversial. Las inversiones son más rentables si hay más desigualdad entre la mano de obra capacitada y la mano de obra no capacitada.

Por otro lado, Huamaní (2007) concluye en su proyecto de investigación “La gerencia del conocimiento como fuente de ventaja para desarrollar las MYPE” que la capacitación de los recursos humanos son partes esenciales para la supervivencia, competitividad y funcionamiento de las MYPE.” Más aún si se tiene en cuenta que en una pequeña empresa los recursos humanos representan por lo general el mayor componente de los costos totales de operación, a diferencia de las grandes empresas, en las que las maquinarias y equipos son generalmente más importantes.

Establece que son pocas las actividades o recursos que destina la empresa para mantener a los trabajadores motivados, a pesar de que siempre se ha dicho que el capital humano es el recurso más importante que tiene una organización, más aun cuando se encuentra en un franco crecimiento. Por ello es necesario que las empresas inviertan en mejorar la motivación del capital humano y a su vez la mejor metodología para capacitar a los empleados es la de «aprender haciendo». Esto supone introducir el aprendizaje por error o por experiencia, sea esta última la propia o la de otros.

Por su parte Dessler (1998) expresa que se tiene la idea que la micro y pequeña empresa tiene que ver exclusivamente con la informalidad, donde sus gestores son personas sub-calificadas y hasta no calificadas para la actividad económica, técnica y empresarial. Sin embargo, miles de profesionales sobreviven trabajando bajo la forma empresarial de MYPE. En cuanto a las necesidades para funcionar óptimamente, las MYPE al igual que cualquier empresa de mayor envergadura

requieren de mercados, financiamiento, tecnología productiva, organización eficiente, capital humano con mentalidad competitiva, y por supuesto, un entorno macro económico predecible y no asfixiante.

En la vida actual del mundo empresarial, el termino capacitación y sistemas de información, están cambiando la forma de trabajo de las empresas, los sistemas de información ayudan a acelerar los procesos; por lo tanto las organizaciones que los implantan logran ventajas competitivas al adoptarlos en sus funciones nos referimos a los métodos que se usan para proporcionar a las personas dentro de la empresa las habilidades que necesitan para realizar su trabajo, esta abarca desde pequeños cursos sobre terminología hasta cursos que le permitan al usuario entender el funcionamiento del sistema nuevo, ya sea teórico o a base de prácticas o mejor aún, combinando los dos.

Este es un proceso que lleva a la mejora continua y con esto a implantar nuevas formas de trabajo, como en este caso un sistema que será automatizado viene a agilizar los procesos y llevar a la empresa que lo adopte a generar un valor agregado y contribuir a la mejora continua por medio de la implantación de sistemas y capacitación a los usuarios.

Finalmente determina que existen varios problemas o necesidades específicas que la organización quiera resolver apoyándose en la capacitación, pero la idea principal de cualquier empresa independientemente de todos los problemas que existan, la razón principal para capacitar es generar el cambio y este cambio por lo tanto lleva a una modificación tecnológica porque estamos hablando de capacitar cuando se implanten los sistemas de información.

Técnicas de Capacitación. Después de determinar las necesidades de capacitación y de establecer los objetivos de capacitación de sus empleados, se puede llevar a cabo la capacitación. Las ventajas y desventajas de las técnicas de capacitación más comunes son las siguientes: Capacitación en el puesto: Contempla que una persona aprenda una responsabilidad mediante su desempeño real.

En muchas empresas este tipo de capacitación es la única clase de capacitación disponible y generalmente incluye la asignación de los nuevos empleados a los trabajadores o los supervisores experimentados que se encargan de la capacitación real.

Marco legal de la capacitación de la mype en el Perú: Según la Ley N.º 28015, el Estado a través del Consejo Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa, y de sus programas y proyectos, debe promover la oferta y demanda de servicios de capacitación y asistencia técnica establecidas en el plan y programas estratégicos de promoción y formalización para la competitividad y desarrollo de las MYPE.

Asimismo, el Estado debe apoyar e incentivar la iniciativa privada que ejecuta las acciones mencionadas. Además, entre los instrumentos de promoción para el desarrollo y la competitividad de la Mype se consideran: el acceso a los servicios de desarrollo empresarial; a los servicios financieros; a los mercados; y la inversión en investigación, desarrollo e innovación tecnológica.

No obstante, dicha ley solo dedica tres artículos a este tema, a pesar de que los servicios de desarrollo empresarial son considerados uno de los pilares para el desarrollo de la Mype. Con referencia a la capacitación, se indica que el Ministerio

de Trabajo y Promoción del Empleo debe coordinar con el Ministerio de Educación para el reconocimiento de las entidades especializadas en formación y capacitación laboral como entidades educativas.

Beneficios de la Capacitación

La capacitación en todos los niveles constituye una de las mejores inversiones en Capital Humano y una de las principales fuentes de bienestar para el personal y la organización.

Algunos de los beneficios, tanto para la empresa como al propio individuo podemos mencionar:

Beneficios de la capacitación en las empresas

- Conduce a rentabilidad más alta y promueve actitudes más positivas
- Mejora el conocimiento del puesto a todos los niveles.
- Se agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas.
- Promueve el desarrollo con vistas a la promoción.
- Contribuye a la formación de líderes y dirigentes.

Beneficios de la capacitación en el Individuo

- Ayuda para la toma de decisiones y solución de problemas
- Alimenta la confianza, la posición asertiva y el desarrollo.

- Contribuye positivamente en el manejo de conflictos y tensiones.
- Forja líderes y mejora las aptitudes comunicativas.
- Permite el logro de metas individuales.

De acuerdo a la vida actual del mundo empresarial el termino capacitación está cambiando la forma de trabajo de las empresas, ayudan a mejorar los procesos por lo tanto; las organizaciones o empresas que la implantan logran ventajas competitivas al adoptarla en sus funciones.

La capacitación se refiere a los métodos que se usan para proporcionar a las personas, dentro de la empresa, las habilidades que necesitan para realizar su trabajo. Este es un proceso que lleva a la mejora continua y con esto a implantar nuevas formas de trabajo, la gran, mediana, pequeña o micro empresa que lo adopte generará un valor agregado.

Al empresario de la Micro y Pequeña Empresa le falta una adecuada orientación, tanto para los que recién quieren iniciarse en la actividad empresarial, como para los que ya están en este camino empresarial, pues requieren de información y conocimiento a través de la capacitación, para el mejor manejo de su negocio. Los Empresarios de la Micro y pequeña empresa, requieren tener una visión integral de cómo gestionar una empresa y una actitud emprendedora que es básica, para salir adelante.

Importancia de la capacitación En la actualidad la capacitación de los recursos humanos es la respuesta a la necesidad que tienen las empresas o instituciones de contar con un personal calificado y productivo. La Obsolescencia, también es una de

las razones por la cual, las empresas se preocupan por capacitar a sus colaboradores, pues ésta procura actualizar sus conocimientos con las nuevas técnicas y métodos de trabajo que garantizan eficiencia.

Para las empresas u organizaciones, la capacitación debe ser de vital importancia porque contribuye al desarrollo personal y profesional de los individuos a la vez que redundan en beneficios para la empresa.

La capacitación a todos los niveles constituye una de las mejores inversiones en Recursos Humanos y una de las principales fuentes de bienestar para el personal y la organización.

Cómo beneficia la capacitación a las organizaciones:

Conduce a rentabilidad más alta y a actitudes más positivas. Mejora el conocimiento del puesto a todos los niveles. Crea mejor imagen. Mejora la relación jefes-subordinados. Se promueve la comunicación a toda la organización. Reduce la tensión y permite el manejo de áreas de conflictos.

Se agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas. Promueve el desarrollo con vistas a la promoción. Contribuye a la formación de líderes y dirigentes. Cómo beneficia la capacitación al personal: Ayuda al individuo para la toma de decisiones y solución de problemas. Alimenta la confianza, la posición asertiva y el desarrollo. Contribuye positivamente en el manejo de conflictos y tensiones. Forja líderes y mejora las aptitudes comunicativas. Sube el nivel de satisfacción con el puesto. Permite el logro de metas individuales. Desarrolla un sentido de progreso en muchos campos. Elimina los temores a la incompetencia o la ignorancia individual.

Cómo determinar las necesidades de capacitación. Corresponde al empresario la responsabilidad de detectar los problemas provocados por la carencia de capacitación. A él le compete todas las decisiones referentes a la capacitación, bien sea que utilice o no los servicios de asesoría prestados por especialistas en capacitación. Los principales medios utilizados para efectuar el reconocimiento de necesidades de capacitación.

Evaluación del desempeño: Mediante ésta, no sólo es posible descubrir a los colaboradores que vienen ejecutando sus tareas por debajo de un nivel satisfactorio, sino averiguar también qué sectores de la empresa reclaman una atención inmediata de capacitación. Observación: Verificar dónde hay evidencia de trabajo ineficiente, como daño de equipo, atraso en el cronograma, pérdida excesiva de materia prima, número elevado de problemas disciplinario, alto índice de ausentismo etc.

Cuestionarios: Investigaciones mediante cuestionarios y listas de verificación que evidencien las necesidades de capacitación. Reuniones de Coordinación: Discusiones acerca de asuntos concernientes a objetivos organizacionales, problemas operativos, planes para determinados objetivos y otros asuntos administrativos.

Modificación del trabajo: Cuando se introduzcan modificaciones parciales o totales en las rutinas de trabajo, es necesario capacitar previamente a los empleados en los nuevos métodos y procesos de trabajo.

Técnicas de Capacitación.

Después de determinar las necesidades de capacitación y de establecer los objetivos de capacitación de sus empleados, se puede llevar a cabo la capacitación. Las

ventajas y desventajas de las técnicas de capacitación más comunes son las siguientes: Capacitación en el puesto: Contempla que una persona aprenda una responsabilidad mediante su desempeño real. En muchas empresas este tipo de capacitación es la única clase de capacitación disponible y generalmente incluye la asignación de los nuevos empleados a los trabajadores o los supervisores experimentados que se encargan de la capacitación real.

La capacitación en el puesto tiene varias ventajas: Es relativamente económica; los trabajadores en capacitación aprenden al tiempo que producen y no hay necesidad de instalaciones costosas fuera del trabajo como salones de clases o dispositivos de aprendizaje programado. El método también facilita el aprendizaje, ya que los empleados aprenden haciendo realmente el trabajo y obtiene una retroalimentación rápida sobre lo correcto de su desempeño. Conferencias: Dar pláticas o conferencias a los nuevos empleados puede tener varias ventajas. Es una manera rápida y sencilla de proporcionar conocimientos a grupos grandes de personas en capacitación.

Como cuando hay que enseñar al equipo de ventas las características especiales de algún nuevo producto. Si bien en estos casos se pueden utilizar materiales impresos como libros y manuales, esto podría representar gastos considerables de impresión y no permitir el intercambio de información de las preguntas que surgen durante las conferencias.

Técnicas audiovisual: La presentación de información a los colaboradores mediante técnicas audiovisuales como películas, circuito cerrado de televisión, cintas de audio o de video puede resultar muy eficaz y en la actualidad estas técnicas se utilizan con mucha frecuencia.

2.2.5. Empresas del Sector Servicios –rubro lavandería de Ropa

Las empresas que se dedican a este rubro de la lavandería de ropa en el distrito de Juliaca su desarrollo es sostenible en los últimos años, dado que se tiene un mercado aceptable por la calidad del servicio y su rentable en el mercado por el incremento de clientes.

El desarrollo de la ciudad de Juliaca, hace que la cantidad de migrantes de la región cada día se incremente considerablemente, por lo que genera mayor demanda de servicios de lavandería de ropa, por cuyo motivo se tiene la necesidad de atender la satisfacción del deseo de los nuevos clientes, por lo que se estaría desarrollando las lavanderías de ropa semi industriales en la ciudad de Juliaca.

2.2.6. Análisis cuantitativo del mercado.

El presente trabajo de investigación del rubro de lavandería de ropa en el Distrito de Juliaca fue algo especial dado que no se tiene suficiente información en cuanto a las características materia de investigación, porque no se puede identificar claramente a las empresas del rubro, por la informalidad es uno de los principales problemas que se tiene a nivel de la región, en el caso específico en la ciudad de Juliaca.

El desarrollo que se tiene en la ciudad de Juliaca en estos últimos tiempos dado la migración de la población de la zona norte y sur de la región, está generando expectativas en el factor de desarrollo y proyección de crecimiento empresarial teniendo en cuenta el aseguramiento de una clientela fiel y constante.

El desarrollo de rubro de lavandería de ropa en la ciudad de Juliaca cercado, se incrementará por la cantidad de grupos ocupacionales de profesionales, asociaciones,

empresas públicas y privadas que requieren de un servicio rápido e inmediato y están acorde a la mejora del servicios a domicilio, el cual está en estudio en el ámbito de la atención en las urbanizaciones que se tiene en la ciudad con una cantidad considerable de clientes.

Otro factor importante en el éxito es la capacitación al personal para mejora la calidad de la atención en el servicio y la utilización de los insumos, teniendo que cuidar el medio ambiente con la utilización de tecnología moderna para el cuidado de la ropa de nuestros clientes como valor agregado ante la competitividad de los servicios de lavandería de ropa en la ciudad de Juliaca.

2.3. Marco Conceptual

2.3.1. Definición de la Micro y Pequeña Empresa

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

Establecer un concepto universal de micro y pequeña empresa no es posible, pues no hay unidad de criterio con respecto a la definición de micro y pequeña empresa, pues las definiciones que se adoptan varían según sea el tipo de enfoque. Algunos especialistas destacan la importancia del volumen de ventas, el capital social, el número de personas ocupadas, el valor de la producción o el de los activos para definirla.

La nueva Ley MYPE recoge la realidad de cada segmento empresarial, desde las empresas familiares, hasta las pequeñas empresas, las que ahora tienen su propia regulación de acuerdo a sus características y a su propia realidad. La nueva ley será de aplicación permanente para la MYPE, en tanto cumplan con los requisitos establecidos. Este régimen especial no tendrá fecha de caducidad que contemplaba la Ley N°28015, limitación que constituía una barrera para la formalización empresarial y laboral de los microempresarios.

Características de las MYPE:

De acuerdo a estudios realizados por Produce, la mype tienen las siguientes características:

- 74% de Mype son personas naturales y el 26% personería jurídica.
- 29% de Mype vende menos de 13UIT (S/.48,100) y el 24.5% vende 2 UIT.
- 96.1% de las Mype emplea hasta 5 personas.
- 45.9 % de las Mype desarrollan actividades de comercio y el 39.0 % servicios.

Asimismo, según estudios especializados, un 30% de las mype que se generan se extinguen en un primer año, mientras que un 80% desaparece en cinco años.

MICROEMPRESA:

Ventas anuales: hasta el monto máximo de 150UIT.

PEQUEÑA EMPRESA: Ventas Anuales: hasta el monto máximo de 1700UIT.

Problemática de las MYPE:

Personal poco calificado.

Falta de información del entorno de las finanzas y el mercado.

Falta de innovación y tecnológica.

Falta de política de capacitación.

Definición de Lavandería de Ropa:

Nosotros definiríamos que una lavandería es el lugar o espacio físico dónde se lleva a cabo el proceso de limpiar, secar y acabados de la ropa. En este espacio puede encontrarse personal para realizar los trabajos o clientes que realizan ellos mismo el trabajo, y por supuesto la ropa, las maquinas y los químicos utilizados para el lavado, aparte todos los servicios necesarios para que la maquinaria pueda funcionar.

TIPOS DE LAVANDERÍAS DE ROPA

Ahora ya sabemos que es exactamente una lavandería, pero hay que decir que existen distintos tipos de lavanderías, pero las podríamos agrupar en 3 grandes grupos, la agrupación dependerá del objetivo que tiene cada una de ellas, a continuación os mostramos los 3 grupos:

LAVANDERÍA ESTÁNDAR O TINTORERÍA La lavandería estándar o más conocida por tintorería tiene cómo objetivo limpiar, secar y realizar los acabados de la ropa de particulares, suelen ser de tamaño pequeño. Los clientes llevan su ropa el local y la dejan para que los trabajadores hagan el proceso, el cliente tiene que volver

después de unas horas o el día siguiente para recoger su ropa. LAVANDERÍA INDUSTRIAL

La lavandería industrial tiene como objetivo limpiar, secar y realizar los acabados de ropa para empresas, como pueden ser restaurantes, peluquerías, gimnasios, hoteles, residencias, hospitales, etc. La misma empresa suele hacer la recogida de la ropa y la entrega. Suelen ser de tamaño medio o grande.

LAVANDERÍAS AUTOSERVICIO

Las lavanderías autoservicio tienen como objetivo facilitar el uso de sus máquinas de lavandería a los particulares para que ellos realicen el proceso de lavado y secado en su local. Suele ser un local de tamaño pequeño o mediano con fácil acceso al público.

Los 3 tipos de lavandería autoservicio

Hay distintos tipos de lavanderías dentro del grupo del autoservicio, estos tipos se pueden agrupar en 3 grandes grupos, según el servicio objetivo que tenga cada una, así pues los 3 grupos que hemos definido son los siguientes:

Lavandería autoservicio pura y dura Esta es la lavandería autoservicio por excelencia, donde los clientes entran y realizan la limpieza de sus prendas utilizando las maquinarias disponibles en la lavandería, este tipo de lavandería no tiene mucho más, en muchas de ellas suele haber conexión wifi con lo que os podréis conectar a Internet en vuestro portátil, tablet o móvil.

Lavandería autoservicio más otros servicios Este tipo de lavandería es igual que la lavandería autoservicio pura y dura lo único que añaden otros servicios en el mismo

lugar, esto puede ser una cafetería, una sala de ordenadores para conectarse a Internet, refrescos en maquinas autoservicio, un mini bar, una librería, etc. Todo con el objetivo de sumar en los ingresos, hacer rentable el negocio y dar comodidad a los clientes.

Lavandería autoservicio con servicio de tintorería Este tipo de lavandería autoservicio ofrece también el servicio de tintorería, eso significa que los usuarios pueden limpiarse y secarse la ropa ellos mismos pero si no tienen tiempo pueden dejar la ropa en la misma lavandería para que los trabajadores hagan esa función, tal como he dicho se va a necesitar personal para llevar a cabo este servicio, otro servicio que se ofrece es el planchado de las prendas. Podría darse el caso que al mismo tiempo la persona que trabaja pueda ofrecer también un servicio extra como una cafetería, Internet, etc.

2.3.2. Definición de financiamiento

En términos generales, el financiamiento es un préstamo concedido a un cliente a cambio de una promesa de pago en una fecha futura indicada en un contrato. Dicha cantidad debe ser devuelta con un monto adicional (intereses), que depende de lo que ambas partes hayan acordado. Así mismo, es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, son generalmente sumas de dinero que llegan a manos de las empresas, o bien de algunas gestiones de gobierno y sirven para complementar los recursos propios.

Se designa con el término de Financiamiento al conjunto de recursos monetarios y de crédito que se destinarán a una empresa, actividad, organización o individuo para que

los mismos lleven a cabo una determinada actividad o concreten algún proyecto, siendo uno de los más habituales la apertura de un nuevo negocio.

Existen varias formas de financiamiento, las cuales se clasifican en: según el plazo de vencimiento: financiamiento a corto plazo (el vencimiento es inferior a un año, crédito bancario, línea de descuento, financiación espontánea) y financiamiento a largo plazo (el vencimiento es superior a un año, ampliaciones de capital, autofinanciación, préstamos bancarios, emisión de obligaciones); según la procedencia: interna (fondos que la empresa produce a través de su actividad y que se reinvierten en la propia empresa) o externa (proceden de inversores, socios o acreedores); según los propietarios: ajenos (forman parte del pasivo exigible, en algún momento deberán devolverse pues poseen fecha de vencimiento, créditos, emisión de obligaciones) o propios (no tienen vencimiento). Los gobiernos suelen solicitarles financiamiento a los organismos de crédito internacional, mientras tanto las personas y las empresas suelen pedirselo a las entidades financieras y asimismo a familiares.

Por otro lado, es el dinero en efectivo que recibimos para hacer frente a una necesidad financiera y que nos comprometemos a pagar en un plazo determinado, a un precio determinado (interés), con o sin pagos parciales, y ofreciendo de nuestra parte garantías de satisfacción de la entidad financiera que le aseguren el cobro del mismo. Finalmente, es el mecanismo que tiene por finalidad, obtener recursos con el menor costo posible y tiene como principal ventaja la obtención de recursos y el pago en años o meses posteriores a un costo de capital fijo. Se designa con el término de Financiamiento al conjunto de recursos monetarios y de crédito que se destinarán a una empresa, actividad, organización o individuo para que los mismos lleven a cabo

una determinada actividad o concreten algún proyecto, siendo uno de los más habituales la apertura de un nuevo negocio.

2.3.3. Definición de capacitación

La capacitación es la adquisición de conocimientos, principalmente de carácter técnico, científico y administrativo. Es decir, es la preparación teórica que se les da al personal (nivel administrativo) con el objeto de que cuente con los conocimientos adecuados para cubrir el puesto con toda la eficiencia.

La capacitación se considera como un proceso a corto plazo, en que se utiliza un procedimiento planeado, sistemático y organizado, que comprende un conjunto de acciones educativas y administrativas orientadas al cambio y mejoramiento de conocimientos, habilidades y actitudes del personal, a fin de propiciar mejores niveles de desempeño compatibles con las exigencias del puesto que desempeña, y por lo tanto posibilita su desarrollo personal, así como la eficacia, eficiencia y efectividad empresarial a la cual sirve.

Capacitación MYPE. Este programa ofrece la oportunidad de recibir capacitación (para mejorar las capacidades y las de los trabajadores) y asistencia técnica (gracias a la asesoría de expertos) para las micro y pequeñas empresas en las siguientes zonas del país: Áncash, Arequipa, Apurímac, Ayacucho, Cusco, Huánuco, Ica, Junín, La Libertad, Lambayeque, Lima, Loreto, Moquegua, Piura, Puno, San Martín y Tacna.

1. ¿Quiénes pueden acceder a los servicios de Capacitación MYPE?

Este programa está dirigido a conductores y/o trabajadores de la MYPE de los sectores priorizados (agroindustria, madera y carpintería, cuero y calzado, confección

textil, artesanía, metalmecánica, turismo, hotelería y gastronomía) que tengan de 1 a 100 trabajadores remunerados (incluyendo al dueño de la empresa) y mínimo un (01) año de funcionamiento con RUC activo e inscripción en el REMYPE.

2. ¿Qué requisitos debes cumplir para ser beneficiado?

Para acceder a los servicios, la MYPE deberá pertenecer a una asociación, conglomerado, consorcio, cadena productiva o núcleo empresarial que permita elaborar una estrategia de atención integral con servicios de capacitación, asistencia técnica, un enfoque de demanda y una vinculación directa al mercado en que uno se desenvuelve con el objeto de evitar una mala práctica de capacitación.

3. ¿En qué consiste la Capacitación MYPE?

Los servicios serán prioritariamente de carácter técnico-productivo, pero también pueden incluir temas de:

Gestión empresarial.

Calidad y diseños de productos.

Productividad de procesos.

Condiciones y calidad del trabajo.

Competencias de los recursos humanos.

Capacidad de inserción de la empresa en los mercados.

Capacitarte para elevar la calidad de tus productos y/o servicios, incrementar tus ventas, disminuir tus costos y aumentar tu productividad.

Cómo determinar las necesidades de capacitación. Corresponde al empresario la responsabilidad de detectar los problemas provocados por la carencia de capacitación. A él le compete todas las decisiones referentes a la capacitación, bien sea que utilice o no los servicios de asesoría prestados por especialistas en capacitación.

Los principales medios utilizados para efectuar el reconocimiento de necesidades de capacitación son: Evaluación del desempeño: Mediante ésta, no sólo es posible descubrir a los colaboradores que vienen ejecutando sus tareas por debajo de un nivel satisfactorio, sino averiguar también qué sectores de la empresa reclaman una atención inmediata de capacitación.

Conferencias: Dar pláticas o conferencias a los nuevos empleados puede tener varias ventajas. Es una manera rápida y sencilla de proporcionar conocimientos a grupos grandes de personas en capacitación. Como cuando hay que enseñar al equipo de ventas las características especiales de algún nuevo producto. Si bien en estos casos se pueden utilizar materiales impresos como libros y manuales, esto podría representar gastos considerables de impresión y no permitir el intercambio de información de las preguntas que surgen durante las conferencias.

Técnicas audiovisual: La presentación de información a los colaboradores mediante técnicas audiovisuales como películas, circuito cerrado de televisión, cintas de audio o de video puede resultar muy eficaz y en la actualidad estas técnicas se utilizan con mucha frecuencia.

2.4. Supuesto de investigación

La realización del trabajo de investigación es de carácter descriptivo, en consecuencia no corresponde formular hipótesis a fin de sistematizar la investigación formulo el presente supuesto de investigación. Supuesto General de la investigación: Las características del financiamiento y la capacitación de las MYPE dedicadas al rubro de lavanderías de ropa en el distrito de Juliaca durante el periodo 2015, influyen en el crecimiento y desarrollo de este tipo de este tipo de empresas.

2.5. Definición y Operacionalización de las variables.

Variable Principal	Definición Conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Escala de Medición
Financiamiento en la Mype.	Son las Características relacionadas a las fuentes de financiamiento de los servicios financieros.	Tipo de Financiamiento	Propio Ajeno
		Solicito crédito para su negocio	Si No
		Recibió el crédito solicitado	Si No
		Monto de Crédito Solicitado	S/. 1,000.00 S/. 2,000.00
		Institución Financiera de Crédito.	Sistema Bancario Sistema No Bancario Ninguna Institución Financiera
		Cuántas veces al año solicitó crédito	2014 una vez 2015 una vez Ninguna vez
En que invirtió el Crédito	Capital de Trabajo Mejoramiento y/o ampliación de local Programa de Capacitación Otros Especificar		

Variable Principal	Definición Conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Escala de Medición
Capacitación de las Mype.	Los conocimientos se aplican en función de las técnicas modernas de gestión empresarial.	Los trabajadores de su negocio se capacitan.	Sí No
		Número de veces que se a Capacitado a sus trabajadores.	Uno Dos Tres Más de tres Ninguno.
		Año en que recibieron más capacitación.	2014 2015 Ningún año
		Tipo de cursos que recibieron sus trabajadores	Inversión del crédito. Marketing empresarial. Gestión Financiera. Atención al Cliente. Otros.
		Considera la capacitación como inversión	SI NO
		Recibió capacitación antes del otorgamiento del crédito.	Nominal Sí No

III. METODOLOGÍA

3.1. Diseño de la investigación

El diseño que se utilizó en esta investigación fue no experimental – descriptivo.

Dónde: M = Muestra conformada por las MYPE encuestadas.

O = Observación de las variables: financiamiento y capacitación

3.1.1. No experimental

Es no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, se observó el fenómeno tal como se mostró dentro de su contexto.

3.1.2. Descriptivo

Porque se recolectaron los datos en un solo momento y en un tiempo único, el propósito fue describir las variables y analizar su incidencia en su contexto dado.

3.2. Tipo y nivel de investigación

El nivel de investigación es descriptivo, debido a que solo se ha limitado a describir las principales características de las variables en estudio.

El tipo de investigación fue cuantitativa, porque la recolección de datos y la presentación de los resultados se han utilizado procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.

3.3. Población y muestra

Población

El universo o población de este estudio estuvo constituido por 10 Micro y pequeña empresas dedicado al sector y rubro en estudio.

Muestra

Se tomó una muestra al total de la población, consistente en un universo de 10 Mype. Registrados en la Municipalidad del Distrito de Juliaca y se utilizó el muestreo probabilístico.

3.4. Técnicas e instrumentos

Técnicas

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

Instrumentos

El instrumento utilizado para la recolección de datos fue un cuestionario, el cual fue dirigido a los gerentes y/o propietarios de las Mype del rubro de lavandería. El cuestionario se dividió en 21 preguntas cerrada.

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados

Tabla 1 Edad de los propietario de la empresa

EDAD (AÑOS)	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18 – 30	1	10%
31 – 43	3	30%
44 – 56	4	40%
57 – 65	2	20%
TOTAL	10	100%

Fuente: formulado por autor de tesis

Representación Gráfica

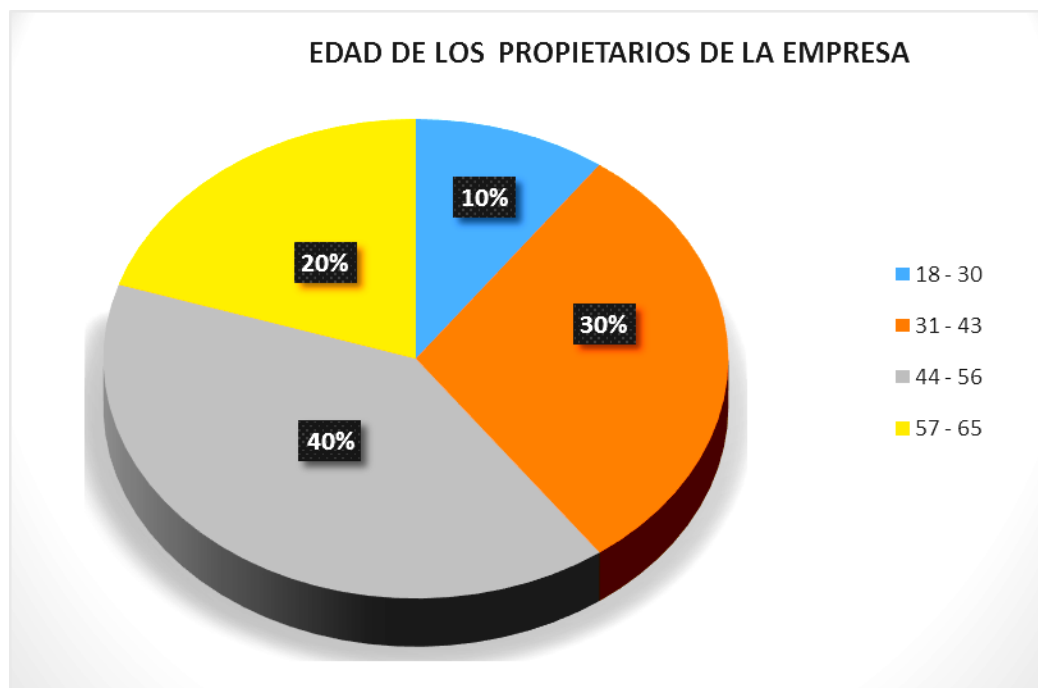


Gráfico 1: Edad de los propietarios de la Empresa

Interpretación:

En la tabla 1 se observa que el 10% manifestó que su edad fluctúa entre 18 a 30 años (1), el 30% manifestó que su edad fluctúa entre 31 a 43 años (3), el 40% manifestó que su edad fluctúa entre 44 a 56 años y un 20% manifestó que su edad fluctúa entre 57 a 65 años (2).

Tabla 2: Género del gerente y/o propietario del negocio

GENERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	7	70%
Femenino	3	30%
TOTAL:	10	100%

Fuente: formulado por autor de tesis

Representación Gráfica

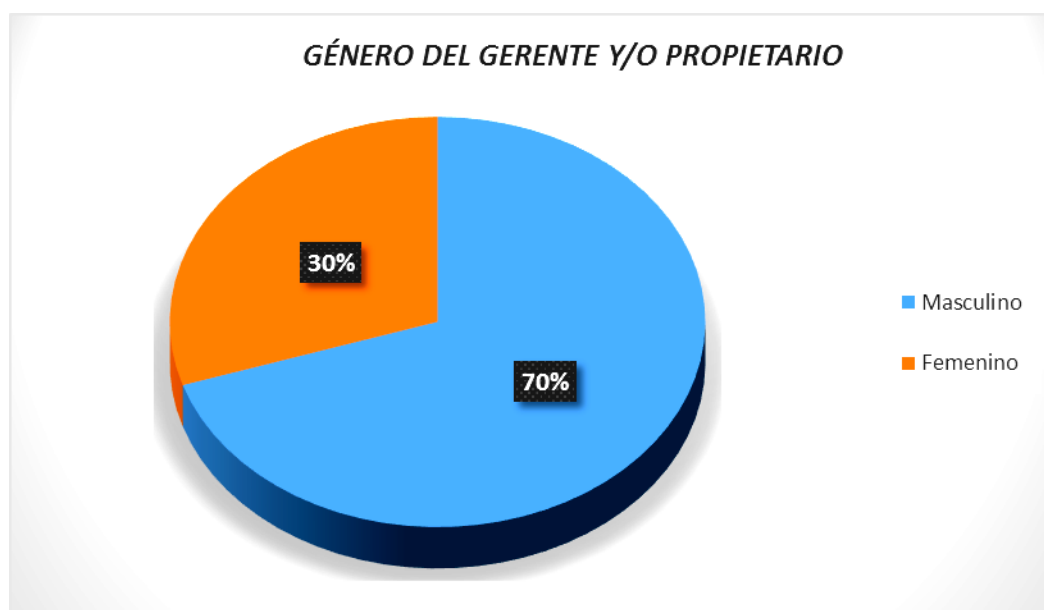


Gráfico 2: Genero del gerente y/o propietario del negocio

Interpretación:

En la tabla 2, se observa que el 70% de los gerentes y los propietarios es de género Masculino y el 30% corresponde al género femenino.

Tabla 3: Grado de instrucción de los propietarios

GÉNERO DE INSTRUCCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Primeria completa	0	0%
Primeria incompleta	0	0%
Secundaria Completa	2	20%
Secundaria incompleta	0	0%
Instituto Completo	3	30%
Instituto incompleto	2	20%
Universitaria Completa	2	20%
Universitaria Incompleta	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Cuadro Formulado por el Trabajo de Tesis

Representación Gráfica

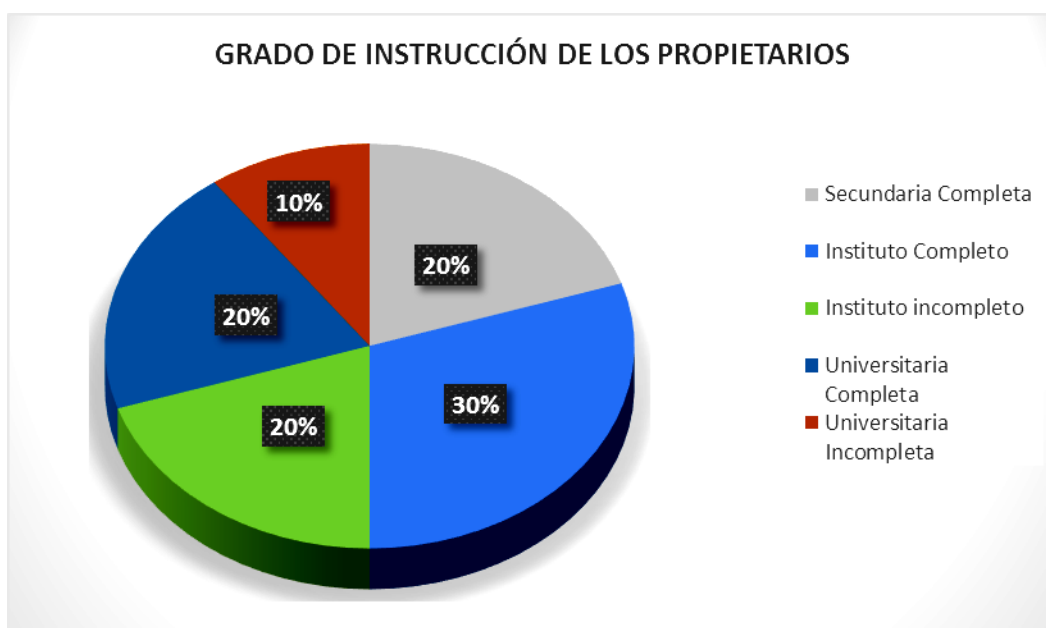


Gráfico 3: Grado de instrucción de los propietarios

Interpretación:

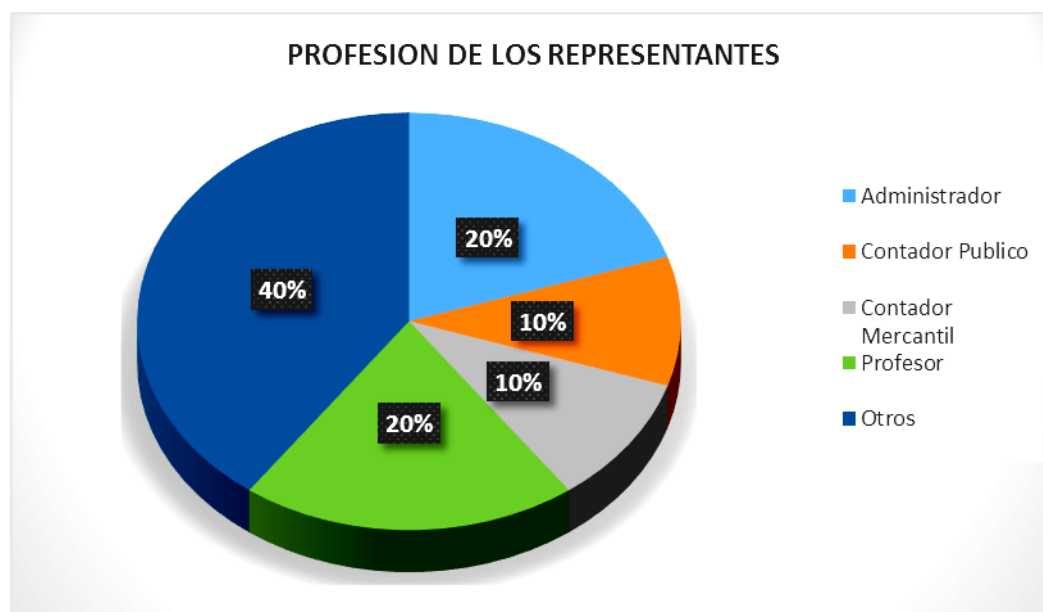
En la tabla 3 observamos que el 20% de los representantes tiene secundaria completa (2), el 30% nos muestra el grado de instrucción de Instituto completo (3), el 20% tiene instrucción de Instituto incompleto (2), así como el otro 20% se tiene instrucción universitaria incompleta (2), y solo el 10% tiene grado de instrucción de universidad completa (1).

Tabla 4: Profesión de los representantes

PROFESIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Administrador	2	20%
Contador Publico	1	10%
Contador Mercantil	1	10%
Ingeniero	0	0%
Economista	0	0%
Profesor	2	20%
Otros	4	40%
Total	10	100%

Fuente: Cuadro Formulado por el Trabajo de Tesis

Representación Gráfica



Gráfica 4: Profesión de los representantes

Interpretación:

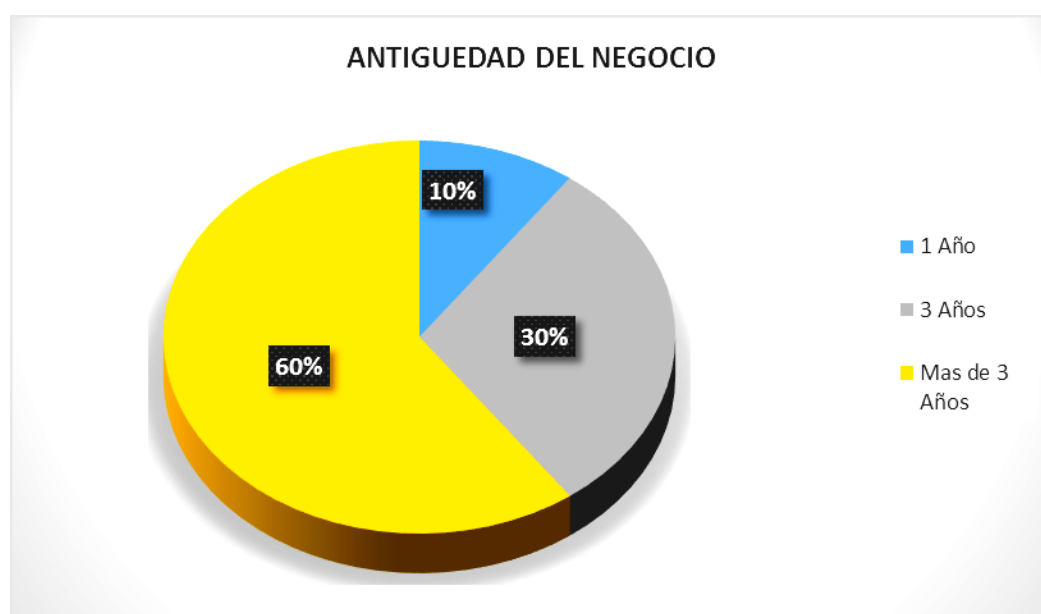
En la gráfica 4 se tiene que el 40% de los representantes no cuenta con profesión (4), el 20% manifiesta que su profesión es Profesor (2), el otro 20% es de profesión administración (2), el 10% manifiesta que su profesión es Contador Público (1), y el último 10% manifiesta que su profesión es Contador Mercantil (1).

Tabla 5: Antigüedad del Negocio

AÑOS DE ANTIGÜEDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 Año	1	10%
2 Años	0	0%
3 Años	3	30%
Más de 3 Años	6	60%
Total	10	100%

Fuente: Cuadro Formulado por el Trabajo de Tesis

Representación Gráfica



Gráfica 5: Antigüedad del Negocio

Interpretación:

En el gráfico 5, el 60% manifestó que la antigüedad del negocio es de más de tres años (6), en tanto que el 30% manifestó que la antigüedad del negocio es de 3 años (3), y el 10% restante tiene un año en el mercado (1).

Tabla 6: Cantidades de trabajadores de la Empresa

CANTIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 A 5	7	70%
6 A 10	3	30%
11 A 15	0	0%
16 A MAS	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Cuadro Formulado por el Trabajo de Tesis

Representación Gráfica



Gráfica 6: Cantidad de Trabajadores

Interpretación:

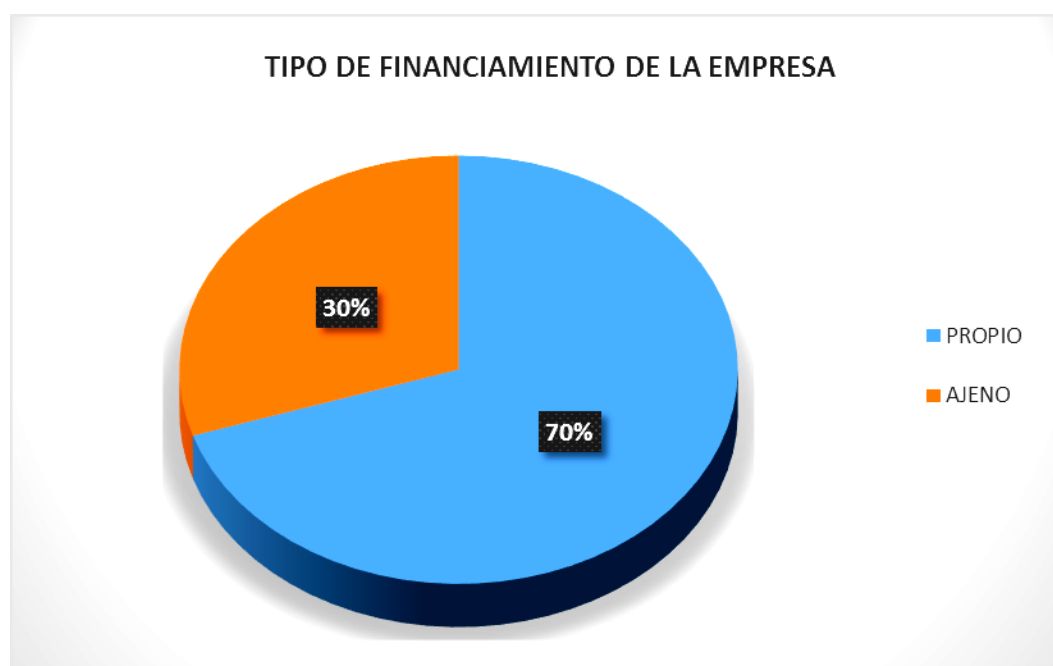
En el gráfico 6, se observa que el 70% de los encuestados tiene entre 1 a 5 Trabajadores (7), y el 30% restante tiene entre 6 a 10 trabajadores (3).

Tabla 7 : Tipo de Financiamiento de la Empresa

FINANCIAMIENTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PROPIO	7	70%
AJENO	3	30%
Total	10	100%

Fuente: Cuadro Formulado por el Trabajo de Tesis

Representación Gráfica



Gráfica 7: Tipo de Financiamiento de la Empresa

Interpretación:

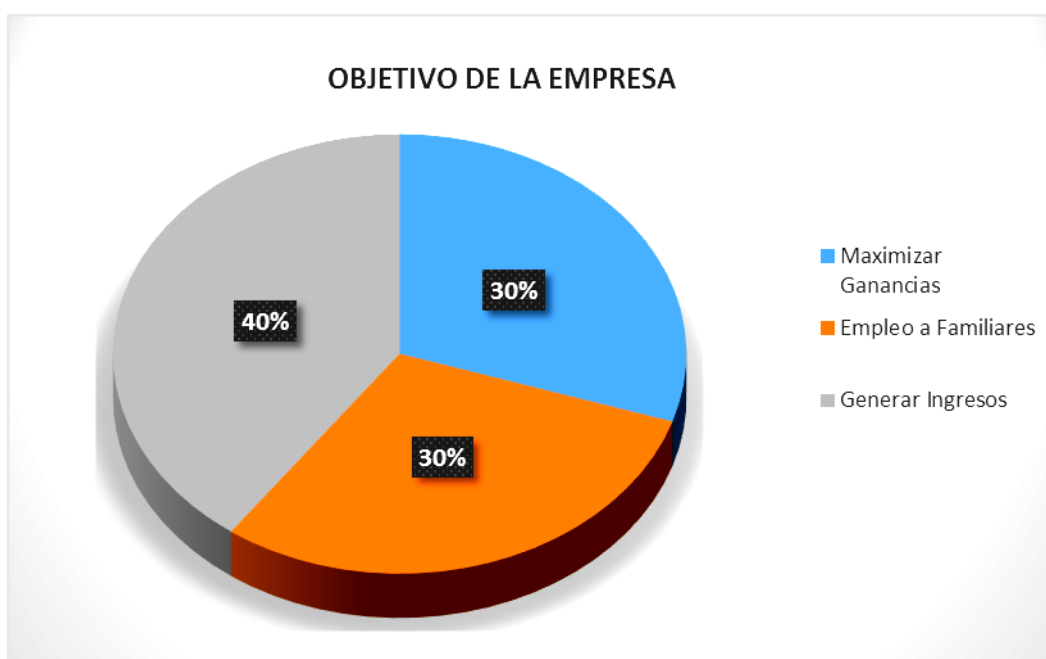
En el Grafico 7, se tiene que el 70% manifestó que el financiamiento es propio (7), y el 30% restante es financiamiento es ajeno (3).

Tabla 8: Objetivo de la Empresa

OBJETIVO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Maximizar Ganancias	3	30%
Empleo a Familiares	3	30%
Generar Ingresos	4	40%
Otros	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Cuadro Formulado por el Trabajo de Tesis

Representación Gráfica



Gráfica 8: Objetivo de la Empresa

Interpretación:

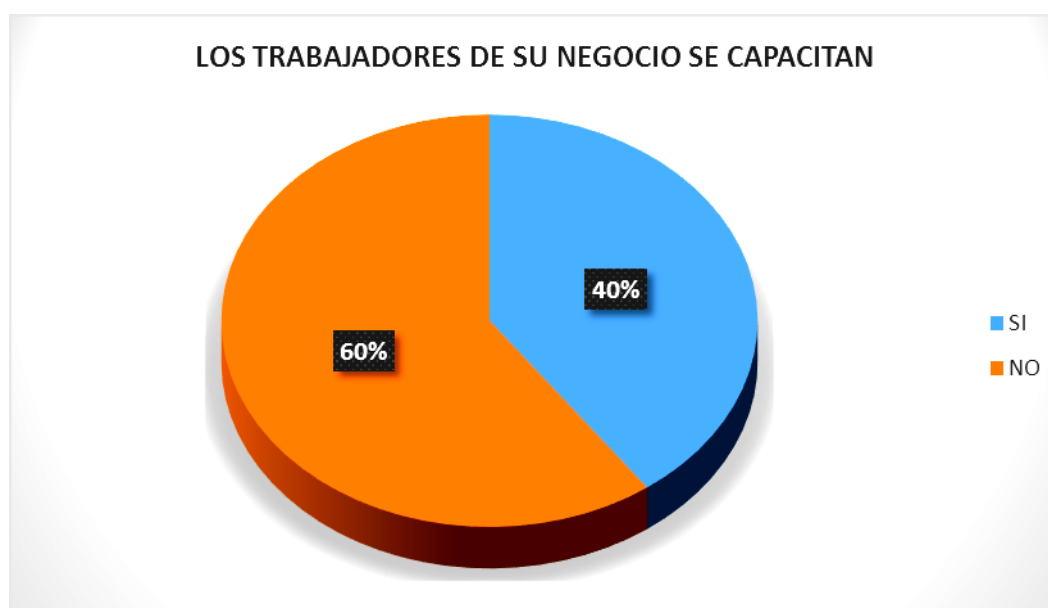
En el gráfico 8, el 40% de los encuestados manifestó que el objetivo de la empresa es generar ingresos (4), el 30% es para empleo familiar (3) y el 30% restante es para maximizar ganancias (3).

Tabla 9: Los Trabajadores de su negocio se capacitan

SE CAPACITAN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	40%
NO	6	60%
Total	10	100%

Fuente: Cuadro Formulado por el Trabajo de Tesis

Representación Gráfica



Gráfica 9: Los trabajadores de su negocio se capacitan

Interpretación:

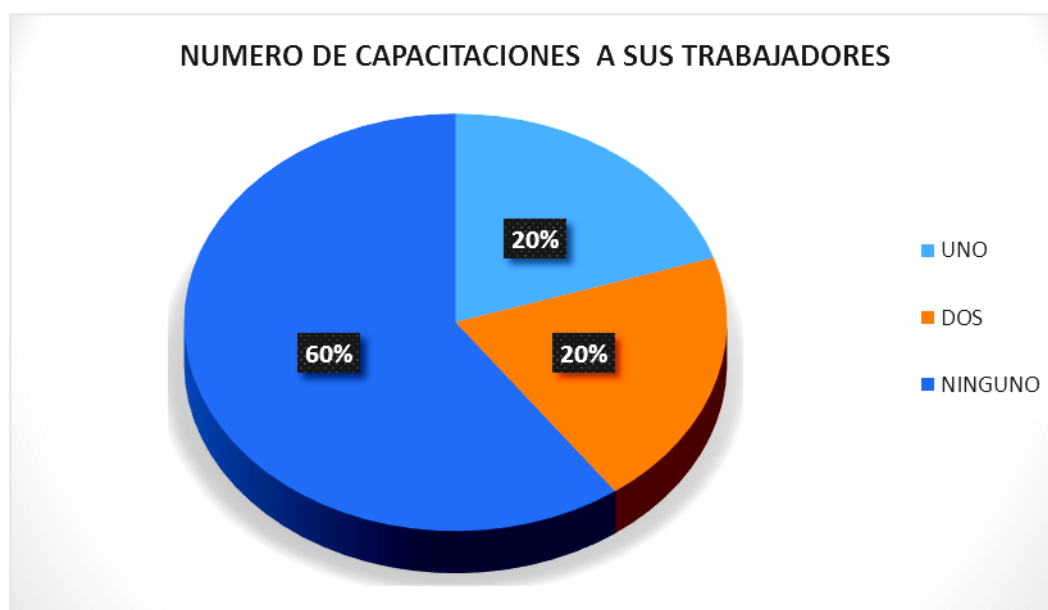
En el gráfico 9, se puede ver que el 60% de los encuestados manifiesta que sus trabajadores no se capacitan (6), y solo el 40% respondió que sus trabajadores son capacitados (4).

Tabla 10 : Numero de Capacitaciones a sus trabajadores

CAPACITACIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
UNO	2	20%
DOS	2	20%
TRES	0	0%
MAS DE TRES	0	0%
NINGUNO	6	60%
Total	10	100%

Fuente: Cuadro Formulado por el Trabajo de Tesis

Representación Gráfica



Gráfica 10: Numero de Capacitaciones a sus trabajadores

Interpretación:

En el gráfico 10, se tiene que el 60% del personal no tuvo capacitaciones (6), el 20% de personal de las empresas fue capacitado una vez (2), y el 20% restante fue capacitado en dos oportunidades (2).

Tabla 11: Año en que se recibió más Capacitación

AÑOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2014	2	20%
2015	2	20%
NINGÚN AÑO	6	60%
Total	10	100%

Fuente: Cuadro Formulado por el Trabajo de Tesis

Representación Gráfica



Gráfica 11: Años en que recibió más capacitación

Interpretación:

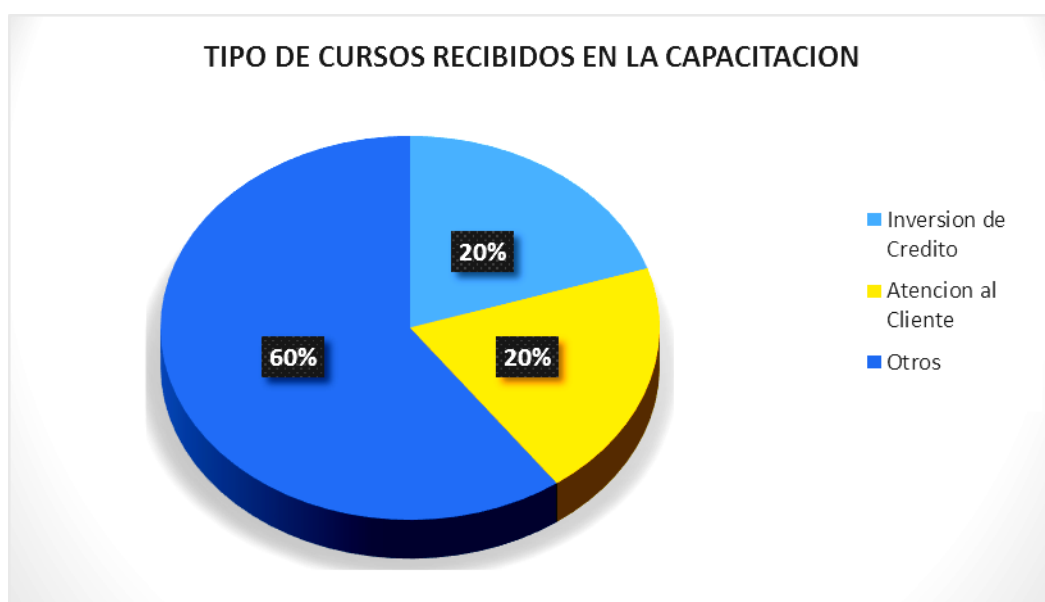
En el gráfico 11, se puede evidenciar que el 60 % del personal no tuvo capacitación en ningún año, en el año 2014 se tiene el 20% de capacitación (2), del mismo modo en el año 2015, se tiene el 20% de capacitación (2).

Tabla 12: Tipo de Cursos que recibieron sus trabajadores

TIPO DE CURSOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Inversión de Crédito	2	20%
Marketing Empresarial	0	0%
Gestión Financiera	0	0%
Atención al Cliente	2	20%
Otros	6	60%
Total	10	100%

Fuente: Cuadro Formulado por el Trabajo de Tesis

Representación Gráfica



Gráfica 12: Tipo de Cursos que recibieron sus trabajadores

Interpretación:

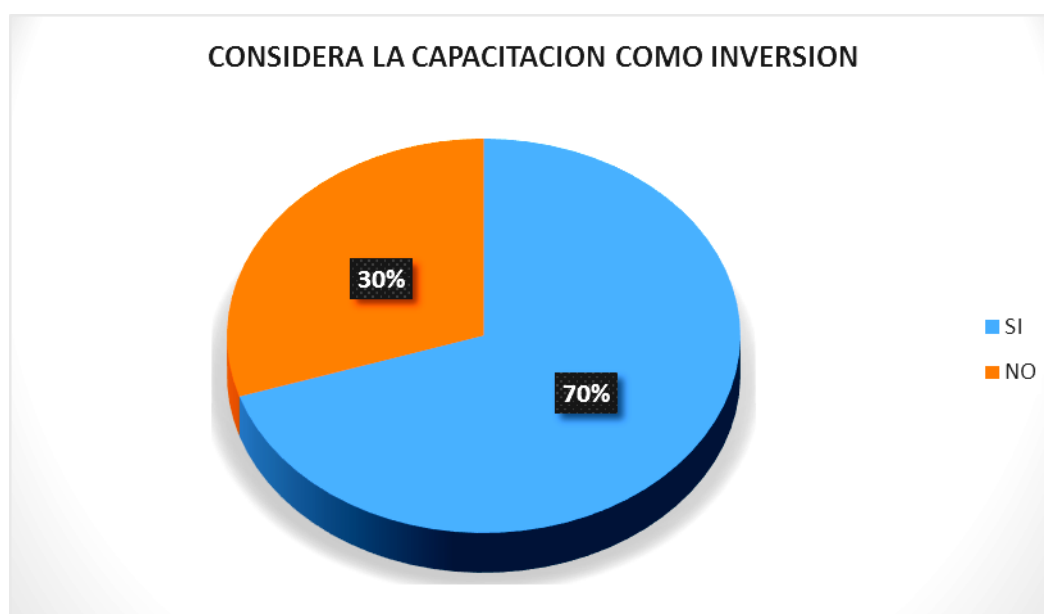
En el gráfico 12, el 20% manifestó la capacitación que tuvo fue en Atención al cliente (2), al 20% en el curso de Inversión de crédito (2), y el otro 60% tuvo otro tipo de cursos.

Tabla 13: Considera la Capacitación como Inversión

INVERSIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	70%
NO	3	30%
Total	10	100%

Fuente: Cuadro Formulado por el Trabajo de Tesis

Representación Gráfica



Gráfica 13: Considera la Capacitación como Inversión

Interpretación:

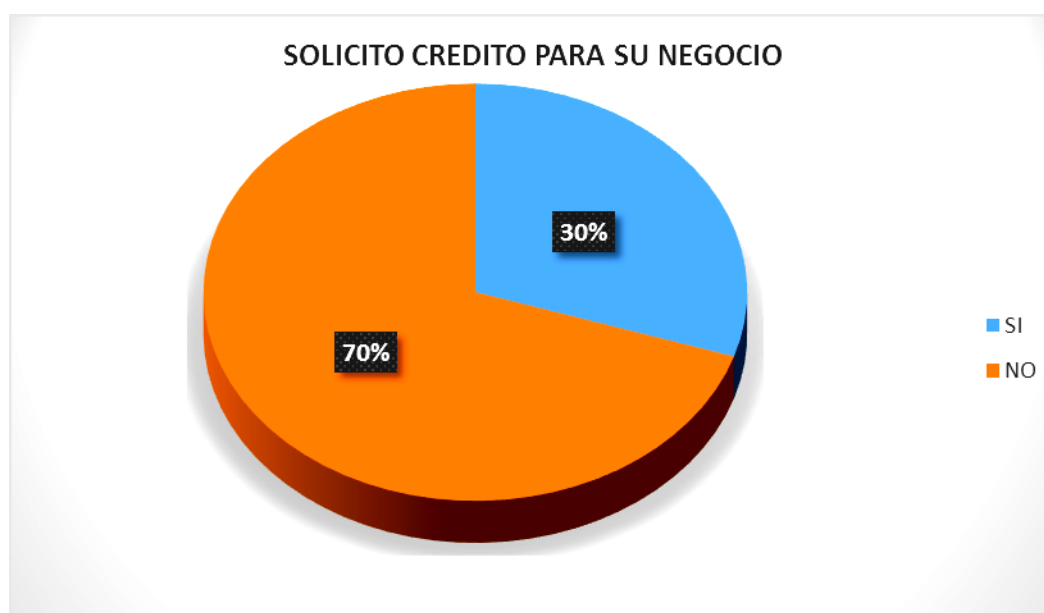
En el gráfico 13, el 70% considera que la capacitación no es inversión (7), y el 30% restante considera que la capacitación si es inversión.

Tabla 14 : Solicito Crédito para su negocio

SOLICITO CRÉDITO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	30%
NO	7	70%
Total	10	100%

Fuente: Cuadro Formulado por el Trabajo de Tesis

Representación Gráfica



Gráfica 14: Solicito Crédito para su negocio.

Interpretación:

En el gráfico 14, se observa que el 70% de las empresas no solicitaron crédito (7), y el 30% restante sí solicitó crédito (3).

Tabla 15: Recibió el Crédito Solicitado

RECIBIÓ EL CRÉDITO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	20%
NO	8	80%
Total	10	100%

Fuente: Cuadro Formulado por el Trabajo de Tesis

Representación Gráfica



Gráfica 15: Recibió el Crédito solicitado

Interpretación:

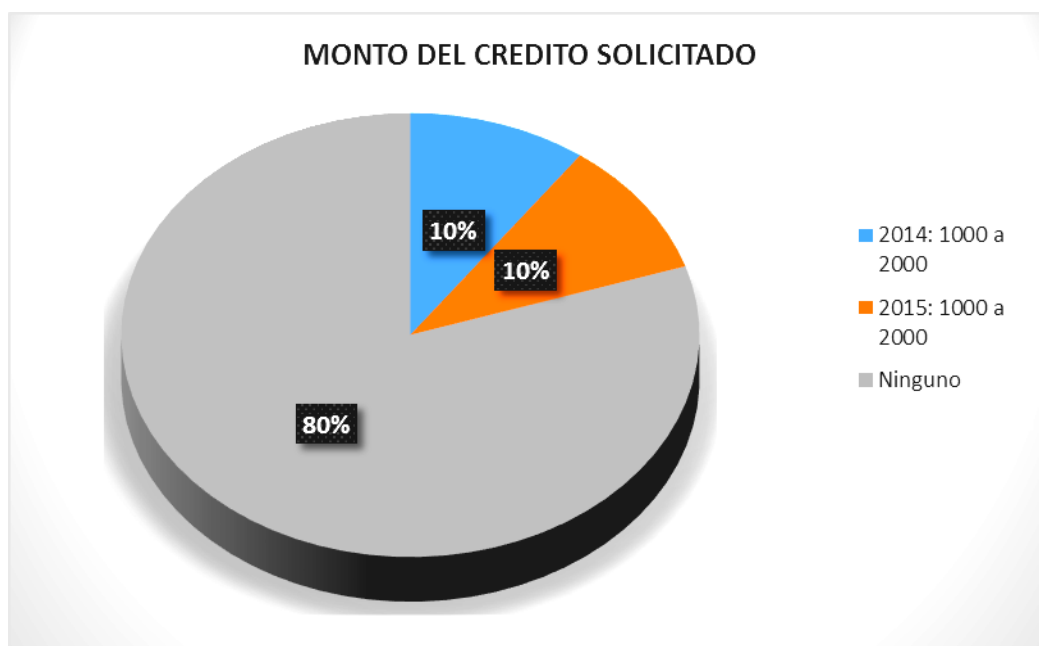
En el gráfico 15, se observa que el 80% no solicitó crédito (8), y el 20% restante sí solicitó crédito (2).

Tabla 16 : Monto del Crédito Solicitado 2014 – 2015

MONTO SOLICITADO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2014: 1000 a 2000	1	10%
2015: 1000 a 2000	1	10%
Ninguno	8	80%
Total	10	20%

Fuente: Cuadro Formulado por el Trabajo de Tesis

Representación Gráfica



Gráfica 16: Monto del Crédito Solicito 2014 -2015

Interpretación:

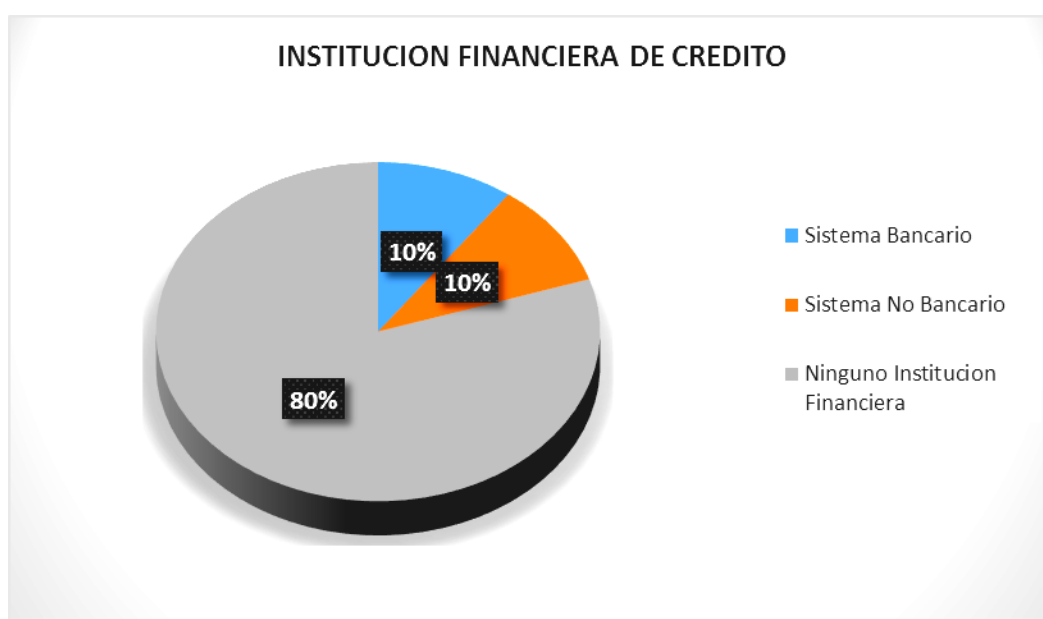
En el grafico 16, el 80% no ha solicitado ningún crédito en los dos años (8), el 10% solicito crédito de 1000 a 2000 soles en el año 2014 (1), y el otro 10% restante solicito crédito de 1000 a 2000 en el año 2015 (1).

Tabla 17: Institución Financiera de Crédito

INSTITUCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sistema Bancario	1	10%
Sistema No Bancario	1	10%
Ninguno Institución Financiera	8	80%
Total	10	100%

Fuente: Cuadro Formulado por el Trabajo de Tesis

Representación Gráfica



Gráfica 17: Institución Financiera de Crédito

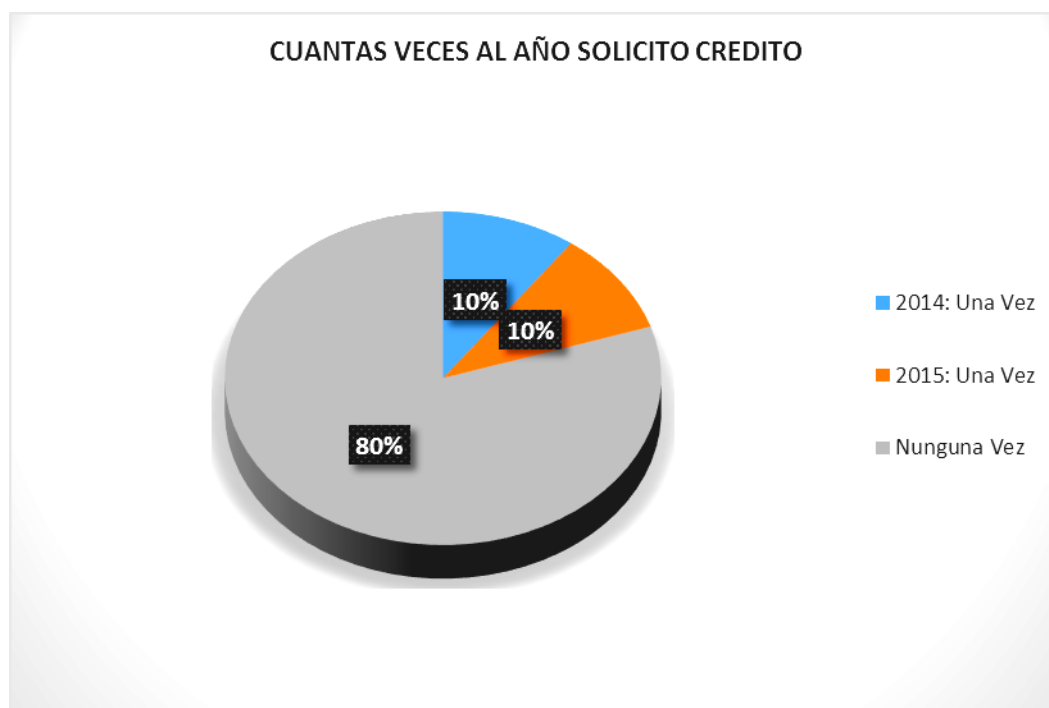
Interpretación:

En el gráfico 17, el 10% solicitó un crédito bancario Banco Rypley del sistema financiero (1), y el otro 10% solicitó crédito no bancario Caja Municipal Arequipa (1), el resto es decir el 80% no solicitó ningún crédito a las Instituciones Financieras (8).

Tabla 18: Cuantas Veces al Año Solicito Crédito

AÑO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2014: Una Vez	1	10%
2015: Una Vez	1	10%
Ninguna Vez	8	80%
Total	10	100%

Fuente: Cuadro Formulado por el Trabajo de Tesis



Gráfica 18: Cuantas Veces al Año Solicito Crédito

Interpretación:

En el gráfico 18, se tiene que el 80% no solicitó crédito alguno durante los años 2014 y 2015 (8), y el 10% si solicitó crédito una vez en el año 2014 (1), y el resto del 10% si solicitó crédito en el año 2015 (1).

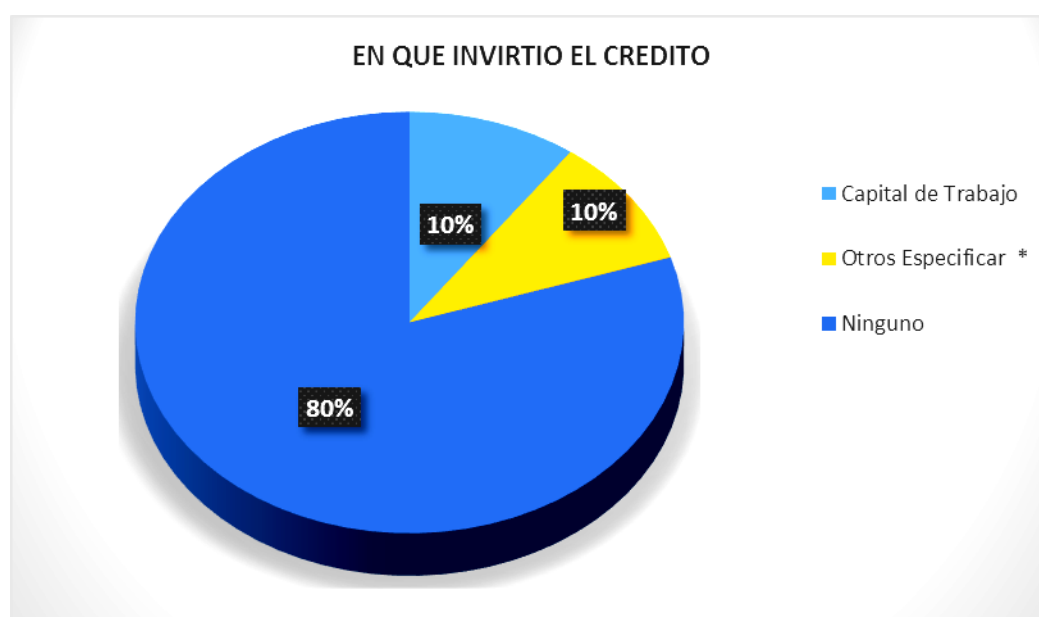
Tabla 19: En que Invirtió el Crédito

INVERSIÓN DEL CRÉDITO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Capital de Trabajo	1	10%
Mejoramiento y/o Ampliación local	0	0%
Programa de capacitación	0	0%
Otros Especificar *	1	10%
Ninguno	8	80%
Total	10	100%

Fuente: Cuadro Formulado por el Trabajo de Tesis

* Compra de Insumos

Representación Gráfica



Gráfica 19: En que Invirtió el Crédito

Interpretación:

En gráfico 19, el 10% manifestó que invirtió el crédito en Capital de Trabajo (1), y el otro 10% nos manifestó que invirtió en compra de Insumos (1), y el resto mayoritario del 80% no invirtió ni solicitó crédito alguno a ninguna institución financiera (80).

Tabla 20 : Recibió Capacitación Antes del Otorgamiento del Crédito

RECIBIÓ CAPACITACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	20%
NO	8	80%
Total	10	100%

Fuente: Cuadro Formulado por el Trabajo de Tesis

Representación Gráfica



Gráfica 20: Recibió Capacitación Antes del Otorgamiento del Crédito

Interpretación:

En el gráfico 20, se puede observar que el 20% sí recibió capacitación antes del otorgamiento del crédito (2), en cambio el 80% no recibió capacitación antes de un crédito (80).

Tabla 21 : Cuantas Veces se Capacito en los últimos dos Años

RECIBIÓ CAPACITACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Uno	2	20%
Dos	2	20%
Tres	0	0%
Cuatro	0	0%
Más de Cuatro	0	0%
Ninguno	6	60%
Total	10	100%

Fuente: Cuadro Formulado por el Trabajo de Tesis

Representación Gráfica



Gráfica 21: Cuantas Veces se Capacito en los Últimos dos Años

Interpretación:

En el gráfico 21, se observa que el 20% si recibió capacitación se efectuó en una oportunidad (2), al igual que el otro 20% también recibió capacitación pero en dos oportunidades (2), y el 60% no recibió en los dos últimos años ningún curso de capacitación (6).

4.2 Análisis de resultados

4.2.1. Respecto a los propietarios de la empresa

1. Análisis de la Tabla 1: Edad de los propietarios de la empresa.

El 10% manifestó que su edad fluctúa entre 18 y 30 años y el 70% de su edad fluctúa entre 31 y 51 años y solo un 20% la edad fluctúa entre 52 a 65 años (ver gráfico N° 01).

2. Análisis de la Tabla 2: Género del gerente y/o propietario del negocio.

El 70% manifestó que su género corresponde (7) al masculino y el 30% al femenino (ver gráfico N° 02), al igual según el INEI el 66,2% de los propietarios de las Micro y Pequeñas Empresas son Hombres y el 33,8% mujeres.

3. Análisis de la Tabla 3: Grado de instrucción de los propietarios

El 20% manifestó que su instrucción es de Secundaria completa (2) el 30% de instituto completo (3) el 20 % de instituto incompleto (2), el 20% de universitaria completa (2) y el 10% universitaria incompleta (1) (ver gráfico N° 03). y el 28.6% grado de instrucción secundaria; esta similitud se puede corroborar con la informe del INEI del año 2013, que le nivel educativo alcanzado, el 33,4% de los propietarios de las Micro y Pequeña Empresa manifestó tener secundaria completa, el 23% superior, el 33,4% de los propietarios de las Micro y Pequeña Empresa manifestó tener secundaria completa, el 23% superior completa y el 16,2% no universitaria completa.

4. Análisis de la Tabla 4: Profesión de los representantes.

El 20% manifestó que su profesión es Licenciado en Administración (2), el 10% manifestó que su profesión es Contador mercantil (1), el 10% contador Público (1), el 20% manifestó que su profesión es (2), el 40% restante manifestó que su profesión está dentro del ítem otros (4) (ver gráfico N° 4), lo que se puede corroborar con la información del INEI, en el que se tiene que al ciudad de Juliaca se tiene que el 6,69% de los propietarios tiene la profesión de administrador, siendo comparativo.

4.2.2. Respecto a las Características de las Mype

1. Análisis de la Tabla 5: Antigüedad del negocio.

El 10% manifestó que la antigüedad del negocio es de 1 año (1), el 30% manifestó que la antigüedad del negocio es de 3 años (3), y el 60% del negocio es de 3 años (6) (ver gráfico ° 05) siendo evidente que la mayoría de las MYPE dedicadas al servicio de lavanderías tiene más de 1 año de funcionamiento, según trabajos de investigación y el INEI, establecen que el 50% de las Micro y Pequeña Empresa desaparecen al año y en el mismo tiempo se crean nuevas.

2. Análisis de la Tabla 6: Cantidad de trabajadores de la empresa

El 70% respondió que posee entre 1 a 5 empleados (7), y el 30 restante respondió que posee entre 6 a 10 empleados (3) (ver gráfico 06).

3. Análisis de la Tabla 7 Tipo de financiamiento de la empresa

El 70% manifestó que el financiamiento es propio (7), y el 30% restante que es ajeno (3) (ver gráfico 07) habiendo un desequilibrio respecto al financiamiento

de las Mype dedicadas al servicio de lavandería de ropa, Según el estudio realizado y efectuado la investigación de las instituciones donde se obtuvo financiamiento para la Micro y Pequeña Empresa, se tiene los bancos con importancia con 89,2%, seguido de las cajas municipales con el 11,5%, y el resto de entidades financieras se encuentra por debajo del 2,0%, de entidades financieras, a nivel de ciudades se tiene a la ciudad e Juliaca con un 43,5% en la que predomina las cajas municipales.

4. Análisis de la Tabla 8 Objetivo de la empresa.

Respecto al objetivo de la empresa el 30% manifestó que es para maximizar las ganancias (3), el 30% que es para dar trabajo a su familia (3), el 40% restante respondió que es para generar ingresos a su familia (4) (ver gráfico N° 08) siendo el porcentaje mayoritario la opción respecto al objetivo de generar ingresos, Las perspectivas de tener una empresa del rubro lavandería en la ciudad de Juliaca, es muy importante porque es rentable por el factor del aumento de las ventas y el incremento de clientes que se tiene un 66,9%, incremento de la producción 36,9%, nuevos mercados 25,6% y el incremento de precios 6,6%, en la ciudad de Juliaca de 76 MYPE, son restables porque el 78,4% fue por incremento de clientes y 18,9% por incremento de producción.

5. Análisis de la Tabla 9: Los trabajadores de su negocio se capacitan

El 40% manifestó que sus trabajadores si se capacitan (4), el 60% respondió que sus trabajadores no se capacitan (6). Los trabajadores no se capacitan por los siguientes motivos; falta de información 55,1% y falta de tiempo 54,5% y en la

ciudad de Juliaca el 5,2% falta de recursos, el 3,4% no lo creía necesario 39,7% falta de tiempo, el 10,3% falta de interés y el 94,8% falta de información.

6. Análisis de la Tabla 10: Número de capacitaciones a sus trabajadores.

El 20% respondió que la capacitación fue de 1 vez (2), y el 20% que fue de 2 veces (2), el 60% restante respondió ninguno (6). (Ver gráfico N° 10) siendo el porcentaje mayoritario no tener ninguna capacitación.

7. Análisis del Tabla 11: Años en que recibió más capacitación.

El 20% considera que recibió más capacitación fue en el año 2014, (2), y el 20% restante recibió más capacitación en el año 2015 (2), por lo que se considera similar en los dos años, teniendo un alto porcentaje de 60% que no tuvo ningún tipo de capacitación (6) (ver gráfico N°11).

8. Análisis del Tabla 12: Tipos de cursos que recibieron sus trabajadores.

El 20% manifestó que la capacitación fue en Inversión de Crédito (2), el 20% en atención al cliente (2) y el 60% restante en otros (6). (Ver gráfico N° 12), tras los resultados se pudo constatar que las capacitaciones estuvieron orientadas en la mejora del servicio al cliente, según la fuente del INEI se tiene que los temas de capacitación en el año 2012, atención al cliente tuvo un 7,7 % de preferencia.

9. Análisis de la Tabla 13: Considera la capacitación como inversión.

El 70% considera que la capacitación es una inversión (7), y el 30% restante considera que no es una inversión (3) (ver gráfico N°13) siendo evidente la percepción respecto a la importancia de las capacitaciones para mejorar la calidad

del servicio y la rentabilidad de la empresa, Del total de Micro y Pequeñas Empresas que manifestaron acceder a un préstamo el 67,4% indico que lo destino a uso para capital de trabajo, el 9,7% para inversión y el 22,8% restante declaro que hizo uso para ambos fines, en nuestra ciudad el préstamo recibido lo han invertido en activo fijo con un 17,4%..

4.2.3. Respecto al financiamiento de las MYPE

1. Análisis de la Tabla 14: Solicitó crédito para su negocio

El 30% solicito crédito (3), y el 70% restante no solicito crédito (7). (Ver gráfico N° 14) siendo evidente la falta de conocimiento para obtener crédito en las MYPE del rubro lavanderías, El 94,8% de los conductores de las Mype, identificaron a los bancos como las instituciones financieras que en sus ciudades prestan estos servicios, teniendo mayor importancia las Cajas Municipales con 34,2%, las Empresas de Desarrollo de Pequeñas y Microempresas con 11,8% y las Cajas Rurales con 7,4%.

2. Análisis de la Tabla 15: Recibió el crédito solicitado

El 20% recibió el crédito solicitado (2), y el 80% restante no recibió el crédito (8). Ver gráfico N° 15) lo cual evidencia que las Mype no son acreditadas como empresas beneficiadas a un crédito.

3. Análisis de la Tabla 16: Monto del crédito solicitado año 2014 y 2015.

En la tabla 16, el 10% solicito un crédito de 1,000 a 2,000 soles el 2014 (1), el 10% un crédito 1,000 a 2,000 soles el año 2015 (1), y el 80% restante no solicito ningún monto (8). (Ver gráfico N° 16).

4. Análisis de la Tabla 17: Instituciones financiera que otorgó el crédito.

En la Tabla N° 17, el 10% solicitó un crédito bancario al sistema financiero (1), el 10% solicitó un crédito no bancario (1) y el 80% restante no solicitó crédito a ninguna institución financiera (8), siendo evidente la no importancia de los créditos para las Mype,

En la ciudad de Juliaca se tiene que las entidades financieras los productos que ofrecen estos se concentran en el 95,8% en créditos para capital de trabajo, seguido de créditos para inversión en activo fijo 49,8%, seguros 13,3% y carta fianza 11,1%, según las instituciones financieras

5. Análisis de la Tabla 18: Cuantas veces al año solicitó crédito.

En la tabla N° 18, el 10% solicitó una vez en el año 2014(1), el 10% una vez en el año 2015 (1), y el 80% restante no solicitó crédito ninguna vez (8) siendo el porcentaje mayor la opción ninguna vez solicita crédito entre los años 2014 y 2015,

6. Análisis de la Tabla 19: En que invirtió el crédito.

La tabla N° 19, el 10% manifestó que fue para capital de trabajo (1) el otro 10% para compra de insumos (1). y el 80% restante no invirtió ni solicitó crédito a ninguna institución financiera (8), lo cual demuestra que la mayoría no hizo uso del crédito, Del total de Micro y Pequeñas Empresas que manifestaron acceder a un préstamo el 67,4% indicó que lo destinó a uso para capital de trabajo, el 9,7% para inversión y el 22,8% restante declaró que hizo uso para ambos fines, en nuestra ciudad el préstamo recibido lo han invertido en activo fijo con un 17,4%.

4.2.4. Respecto a la capacitación de las MYPE

1. Análisis de la Tabla 20: Recibió capacitación antes del otorgamiento del crédito

En la tabla N° 20, el 20% respondió que si recibió capacitación antes del crédito (2) y el 80% manifestó que no recibió capacitación antes del crédito (8), de acuerdo al INEI en el año 2012, el 56% de los propietarios de las Micro y Pequeña Empresa declararon que habían accedido a participar en cursos o eventos de capacitación. De los cuales el 40,9% fue en sistema financiero.

2. Análisis de la Tabla 21: Cuantas veces se capacitó en los últimos 2 años

En la Tabla 21, el 20% manifestó que se capacito 1 veces en los últimos 2 años (2), el 20% manifestó que se capacito 2 vez durante los últimos dos años (2), y el 60% restante no se capacito en los últimos dos años (6).

V. CONCLUSIÓN

Respecto a las principales características de las Mype del ámbito de estudio, el 100% se dedican al servicio de lavandería de ropa, las mismas que se mantiene en el mercado por más de 03 años, concluyendo que estos servicios si son rentables, de las cuales el 70% tiene entre 1 a 5 trabajadores, cabe indicar que el 69,6% de las Mype en la ciudad de Juliaca cuenta con licencia de funcionamiento.

Respecto al financiamiento los propietarios de las Micro y Pequeña Empresa, se tiene las siguientes características que el 70% su financiamiento es su propio, por lo que solo el 30% solicito crédito de los cuales solo el 20% recibió el crédito de los cuales el 10% fue al sistema financiero banco y el otro 10% al sistema no bancario; y el 80% restante no recibió crédito, siendo la ciudad de Juliaca en la región la más importante por lo que el 9,7% está organizado con fines empresariales para poder acceder al sistema financiero en un 14,3% .

Respecto a la capacitación de las Micro y Pequeñas Empresas encuestadas manifestaron que las principales características de la capacitación, que el 40% de sus trabajadores de su negocio si se capacitan y un 60% no se capacitan, en temas de inversión de crédito un 20%, el otro 20% en atención al cliente y el 60% restante en otros cursos, por lo que consideran el 70% que la capacitación es una inversión, por lo que la participación de los empresarios en la ciudad de Juliaca; eventos de capacitación fue en tema del sistema financiero, fue en 40,9%, el mismo que les sirvió para solicitar financiamiento de crédito.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Blaque. (1999). *Concepto de capacitación*. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/53702739/Concepto-de-La-Capacitacion#scribd>
- Espinoza, N. (2011). *Financiamiento y capacitación de las MYPE*. Recuperado de http://dspace.unitru.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/123456789/750/agaruto_diego.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Forsyth, A. (2011). *Sistema nacional de capacitación*. Recuperado de http://www.esan.edu.pe/publicaciones/2011/04/28/sistema_nacional_de_capacitacion_mype_peruana.pdf
- Grupo PYMEX (2015). *Capacitación para MYPE*. Recuperado de <https://pymex.pe/emprendedores/tramites/sabes-que-es-la-capacitacion-mype/>
- Guevara, J. (2012). *La importancia de capacitación en las MYPE*. Recuperado de <http://jorgeguevara.net/2012/05/07/la-importancia-de-la-capacitacion-en-las-pymes/>
- Hidalgo, M. y Ponce, C. (2011). *Capacitación y empleo para la MYPE a través del SENCE*. <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2011/feh632c/doc/feh632c.pdf>
- Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo. (2016). *Avance de los resultados de la encuesta nacional de variación mensual del empleo (ENVME)*. Recuperado de http://mintra.gob.pe/archivos/file/publicaciones_dnpfp/2016/AVANCE_ENVME_Enero_2016.pdf
- Prado, A. (2010). *El financiamiento como estrategia de optimización de gestión en las MYPE textil – confecciones de Gamarra*. Recuperado de http://tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/338/1/TL_KongRamosJessica_MorenoQuilcateJose.pdf

- Ramos, J. y Moreno J. (2012). *Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo*.
http://tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/338/1/TL_KongRamosJessica_MorenoQuilcateJose.pdf
- Reineiro. (2013). *Caracterización del financiamiento, capacitación, rentabilidad de las MYPE*. Recuperado de <http://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendociencias-contables/article/view/446/287>
- Rengifo, J. (2012). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas*. Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/archivos/03/03012/documentos/repositorio/2012/01/03/162855/16285520140702071545.pdf>
- Tello, L. (2014). *Financiamiento del capital del trabajo para contribuir al crecimiento y desarrollo de la micro y pequeña empresa*. Recuperado de http://dspace.unitru.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/123456789/760/tello_lesly.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Vázquez, E. (1997). *Propuesta de reinstauración de un sistema de capacitación al interior de la empresa en México. UAM-A Gestión y estrategia*. México.
- Villafuerte, D. (2012). *Antecedentes del sector MYPE*. Arequipa, Perú.
- Villafuerte, D. (2011). *La inversión en recursos humanos y la competitividad de las micro y pequeñas empresas de la región Arequipa*. Arequipa, Perú.
- Villarán, F. (2012). *Importancia de la mype en el desarrollo del país*. Recuperado de <http://www.teleley.com/revistaperuana/villaran-66.pdf>
- Vizcarra, N. (2009). *Educación para el trabajo*. Recuperado de <http://www.mundomype.com/pages/articulo.php?id=169>

ANEXOS

Anexo I Cuestionario

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE



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

**DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE METODOLOGÍA DE LA
INVESTIGACIÓN – DEMI**

**CUESTIONARIO APLICADO A LOS DUEÑOS, GERENTES O
PROPIETARIOS DE LAS MYPE DEL ÁMBITO DE ESTUDIO**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado **CARACTERÍSTICAS DEL FINANCIAMIENTO Y LA CAPACITACIÓN DE LAS MYPE DEL SECTOR SERVICIO RUBRO LAVANDERÍAS DE ROPA DEL DISTRITO DE JULIACA, PERÍODO 2015.**

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

Encuestado (a):.....

Fecha:...../...../.....

1. DATOS GENERALES

1.1. Edad de los propietarios de la empresa:

De 18 a 30 años () De 31 a 51 años () De 52 a 65 años ()

1.2. Género del Gerente y/o propietario del negocio:

Femenino () Masculino ()

1.3. ¿Cuál es grado de instrucción de los propietarios?

() Primaria Incompleta () Completa ()

Secundaria Incompleta () Completa

() Instituto Incompleta ()

Completa () Universitaria

Incompleta () Completa ()

1.4. ¿Cuál es su profesión de los representantes?

Lic. Adm. () Contador Público () Contador Mercantil () Ingeniero ()

Economista () Profesor () Otros:.....

2. PERFIL DE LAS MYPE

Del empresario y los trabajadores:

2.1. ¿Cuál es la antigüedad del negocio?

Un año () Dos años () Tres años () Mas de tres años ()

2.2. ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?

1 a 5 () 6 a 10 () 11 a 15 () 16 a Mas ()

2.3. ¿Cuál es el tipo de financiamiento de su empresa? Propio. () Ajeno ()

¿Cuál es el objetivo de su empresa?

Maximizar ganancias. () Dar empleo a la familia () Generar ingresos para la familia () Otros.....

2.4. ¿Los trabajadores de su negocio se capacitan? Sí () No ()

2.5. ¿Cuál es el número de veces que se han capacitado sus trabajadores?

Uno. () Dos () Tres () Mas de tres () Ninguno ()

2.6. ¿En qué años recibió más capacitación? 2014 () 2015 () Ninguno ()

2.7. ¿En qué tipos de cursos se ha capacitado su personal?

Inversión de Crédito () Marketing Empresarial () Gestión Financiera
Atención al cliente () Otros.....

2.8. ¿Considera la capacitación como una inversión? Sí () No ()

3. FINANCIAMIENTO DE LAS MYPE

3.1. ¿Solicitó crédito para su negocio? Sí () No ()

3.2. ¿Recibió el crédito solicitado para su negocio? Sí () No ()

3.3. ¿Cuál es el monto de microcrédito solicitado en estos dos últimos años?

2014 S/..... 2015 S/..... Ninguno ()

3.4. ¿En qué Instituciones financieras ha obtenido el crédito financiero para su negocio?

- 1. Sistema Bancario.**
- 2. tema No Bancario:**
- 3. Ninguna Institución financiera**

En promedio ¿Cuántas veces al año solicitó un crédito financiero?

2014..... Veces 2015..... Veces Ninguno

¿En que fue invertido el crédito Financiero que usted obtuvo?

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

3. Activos Fijos

- d) Programa de capacitación
- e) Otros, especificar Ninguno ()

4. CAPACITACIÓN DE LAS MYPE

¿Recibió Usted capacitación antes del otorgamiento del crédito?

Sí () No ()

¿Cuántas veces se ha capacitado usted en estos dos últimos años?

Uno. () Dos () Tres () Cuatro () Más de cuatro() Ninguno

Anexo II – Matriz de consistencias

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	
			Variable de Estudio	Indicadores
<p>Problema Principal</p> <p>¿Cuáles son las principales características del financiamiento y capacitación de las MYPE del sector servicio del rubro lavandería de ropa del distrito de Juliaca, periodo 2015?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Describir las principales características del financiamiento y la capacitación de las MYPE del sector servicios, rubro de lavanderías de ropa del distrito de Juliaca Periodo 2015.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>a) Describir las principales características de las MYPE del ámbito de estudio.</p> <p>b) Describir las principales características del financiamiento de las MYPE en el ámbito de estudio.</p> <p>c) Determinar las características de la capacitación de las MYPE del sector servicios rubro lavandería de ropa del distrito de Juliaca 2015.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>El financiamiento y la capacitación de las MYPE del sector servicios en el rubro lavandería de ropa del distrito de Juliaca, facilitan el desempeño empresarial en el mercado como una actividad económica sostenible.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>La caracterización en el modo asociativo de las MYPE nos permitirá medir su eficiencia y eficacia en el mercado competitivo.</p> <p>El financiamiento en las MYPE facilita la compra de abastecimiento de insumos y ampliar el capital para mejorar el servicio.</p> <p>La capacitación en las MYPE facilita y mejora el desarrollo de la gestión empresarial y la capacitación laboral de los trabajadores para mejorar la atención al cliente.</p>	<p>Independiente:</p> <p>Se tiene planes, políticas, programas nacionales, regionales o locales, para el sector servicios rubro lavandería de ropa créditos.</p> <p>Dependiente:</p> <p>Perfil, financiamiento y capacitación de las MYPE.</p>	<p>Planes estratégicos locales y regionales.</p> <p>Programas locales y regionales</p> <p>Sistemas Locales y Regionales de capacitación.</p> <p>Créditos financieros Tasas de Interés accesibles Ampliar plazos de pago</p> <p>Grado de Instrucción</p> <p>Fuentes de financiamiento Acceso a créditos Cantidad Periodo Capacitación Tiempo de capacitación Cursos de capacitación Mejora del servicio</p>

