



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

“Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería, 2018”

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO**

AUTOR:

Bach. Tapullima Paredes, Donyta Gisela

ASESOR:

Mg. CPCC Arévalo Pérez Romel

PUCALLPA – PERÚ

2018

Título de la tesis

“Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería, 2018”

Hoja de firma del Jurado

Mg. CPCC. MONTOYA TORRES, SILVIA VIRGINIA
Presidente

Mg. CPC. LOPEZ SOUZA JOSE LUIS ALBERTO
Miembro

Mg. CPC. VILCA RAMÍREZ FERNANDO
Miembro

Mg. CPCC. PEREZ AREVALO ROMEL
Asesor

AGRADECIMIENTO

A nuestro padre celestial por todas las bendiciones dadas día tras días en nuestras vidas y por la oportunidad que nos da a seguir luchando por nuestros propósitos y objetivos en la vida.

A todas las personas involucradas en la elaboración y culminación de este proyecto de mi trabajo de tesis, a mi familia por su apoyo, incondicional, dándome ánimo, alentándome a seguir adelante para conseguir mis objetivos y metas.

DEDICATORIA

A mis hijos, mi esposo

Quienes son mi motor y motivo en seguir adelante en todo lo que me propongo y conseguir mis objetivos y metas, propuestos en esta vida.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general: Describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Calleria 2018. La investigación fue cuantitativa – descriptiva simple, El diseño de la investigación que se utilizará será no experimental – transversal – retrospectivo – descriptivo, porque en la recolección de datos y la presentación de los resultados se utilizarán procedimientos estadísticos e instrumentos de medición numéricos, Para el recojo de la información de la presente investigación se aplicará la técnica de la encuesta se escogió en forma dirigida a 30 microempresarios, cuyos resultados fueron: Afirmamos que no existe ningún representante legal de 18 a 25 años; el 10% tiene una edad comprendida entre 26 a 30 años, mientras que el 90% tiene una edad de 31 a más años. El 40% de los representantes legales tienen la profesión de mecánico; el 43% son administradores, mientras el 13 % son contadores y el 3% son de profesión profesores. Podemos decir que no existe empresas encuestadas con 1 y 2 años en la actividad empresarial; el 100% de las empresas encuestadas manifiestan que su actividad empresarial empezó entre los 3 años a más. Asimismo, nos indica que el 3% de la empresa encuestada indicaron que la formalidad no les trae beneficios a sus empresas, en tanto el 97% manifiesta que si hay muchos beneficios en cuanto la formalidad de las empresas. Además, afirman que el 100% de las Micro y pequeñas empresas encuestadas afirman que no existe un mal financiamiento, por tanto, el 47% manifiesta que su financiamiento es regular y por último el 53% indicó que su financiamiento es bueno. Por otro lado, nos indica que el 100% de las Micro y pequeñas empresas encuestadas afirman que no existe una mala capacitación, por tanto, el 03% manifiesta que su inversión en la capacitación

es regular y por último el 97% indicó que su inversión en la capacitación de su personal es buena.

Finalmente, el financiamiento y la capacitación mejoró su rentabilidad y manifiestan que la rentabilidad de su empresa fue regular en los últimos años.

Palabra clave: Financiamiento, capacitación, rentabilidad y Mypes.

ABSTRAT

The research had as a general objective: Describe the main characteristics of financing, training and profitability of micro and small businesses in the commerce sector, purchase and sale of automotive parts of the district of callería 2018. The research was simple quantitative - descriptive, The design of the research that will be used will be non - experimental - transversal - retrospective - descriptive, because in the collection of data and the presentation of the results, statistical procedures and numerical measurement instruments will be used. For the collection of the information of the present investigation The technique of the survey will be applied in a targeted way to 30 microentrepreneurs, whose results were: We affirm that there is no legal representative of 18 to 25 years; 10% have an age between 26 to 30 years, while 90% have an age of 31 to more years. 40% of legal representatives have the profession of mechanic; 43% are administrators, while 13% are accountants and 3% are professors. We can say that there are no surveyed companies with 1 and 2 years in business activity; 100% of the surveyed companies state that their business activity began between 3 years and over. It also indicates that 3% of the company surveyed indicated that formality does not bring benefits to their companies, while 97% say that there are many benefits in terms of the formality of the companies. In addition, they affirm that 100% of the Micro and small companies surveyed affirm that there is no bad financing, therefore, 47% state that their financing is regular and finally 53% indicated that their financing is good. On the other hand, it indicates that 100% of the Micro and small companies surveyed affirm that there is no bad training, therefore, 03% state that their investment in training is regular and finally 97% indicated that their investment In training your staff is good.

Finally, financing and training improved their profitability and they stated that the profitability of their company was regular in recent years.

Keyword: Financing, training, profitability and Mypes

Contenido

Hoja de firma del Jurado	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRAT	viii
I. INTRODUCCIÓN	17
II. REVISION DE LA LITERATURA	23
2.1 Antecedentes de Estudio.	23
2.1.1 Internacional.....	23
2.1.2 Nacional	27
2.1.3 Regional	30
2.1.4 Local.....	31
2.2 Bases Teóricas de la investigación.....	32
2.2.2 Teorías del financiamiento.....	32
2.2.3 Teorías de la Capacitación	43
2.2.4 Teorías de la rentabilidad	52
2.3 Marco Conceptual:	62
2.3.1 Definiciones de Micro y Pequeña Empresa:	62
2.3.2 Definiciones de Financiamiento.....	72
2.3.3 Definiciones de Capacitación.....	73
2.3.4 Definiciones de Rentabilidad.	74

III. METODOLOGÍA	76
3.1 Tipo y nivel de la investigación	76
3.1.1 Tipo de investigación.	76
3.1.2 Nivel de investigación.	76
3.2 Diseño de la investigación	76
3.3 Población y muestra	77
3.3.1 Población.	77
3.3.2 Muestra.	77
3.4 Definición y Operacionalización de variables	78
3.5 Técnicas e instrucciones	82
3.5.1 Técnicas	82
3.5.2 Instrumento	82
3.6 Procedimiento de recolección de datos	82
3.7 Plan de análisis.	83
3.8 Matriz de consistencia	83
3.9 Principios éticos	85
IV. RESULTADOS	88
4.1 Resultados.	88
4.2 Análisis de los resultados	124
4.2.1 Datos Generales	124
4.2.2 De la micro y pequeña empresa	125

4.2.3 Del financiamiento de las micro y pequeñas empresas	127
4.2.4 De la capacitación de las micro y pequeñas empresas.....	129
4.2.5 De la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas.....	131
V. CONCLUSIONES	132
VI. RECOMENDACIONES	133
VII. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	135
ANEXO	139

Índice de Tablas

Tabla 1 Edad del representante legal	88
Tabla 2 Sexo de los representantes legales.....	89
Tabla 3 Grado de instrucción de los representantes legales	90
Tabla 4 Estado civil de los representantes	91
Tabla 5 Profesión de los representantes	92
Tabla 6 Tiempo en la actividad empresarial.....	93
Tabla 7 Formalidad de las Mypes.....	94
Tabla 8 Beneficios que trae a las Empresas	95
Tabla 9 Trabajadores que laboran en su empresa.....	96
Tabla 10 Número de trabajadores permanentes	97
Tabla 11 Número de trabajadores eventuales	98
Tabla 12 Motivos de la formación de la Mypes	99
Tabla 13 Solicito Financiamiento formal	100
Tabla 14 Como financia su actividad comercial en el rubro	101

Tabla 15 Monto del microcrédito que obtuvo	102
Tabla 16 Institución financiera	103
Tabla 17 Créditos otorgados fueron en los montos solicitados.	104
Tabla 18 Promedio de veces que solicitó	105
Tabla 19 Tasa de interés que pagó.....	106
Tabla 20 Tiempo en que financio el crédito	107
Tabla 21 Inversión del crédito financiero.....	108
Tabla 22 Políticas de atención de las entidades.....	109
Tabla 23 Micro financiamiento contribuyó al incremento	110
Tabla 24 Porcentaje en la que obtuvo.....	111
Tabla 25 Recibió capacitación.....	112
Tabla 26 Número de cursos obtenidos	113
Tabla 27 Cursos en que se capacitó.....	114
Tabla 28 Personal recibió capacitación	115
Tabla 29 Cuantas veces al año se capacitó	116
Tabla 30 La capacitación es una inversión	117
Tabla 31 La capacitación es relevante	118
Tabla 32 Temas de capacitación.....	119
Tabla 33 Cree que su empresa es rentable.....	120
Tabla 34 Mejoras en los dos últimos años.....	121
Tabla 35 Factor que determinó	122
Tabla 36 Indicador.....	123

Índice de Figuras

Figura 1 Diagrama de barras de la edad	88
Figura 2 Diagrama de barra de los representantes legales.....	89
Figura 3 Diagrama de barra Grado de Instrucción	90
Figura 4 Diagrama de barra estados civil	91
Figura 5 Diagrama de barra de la Profesión	92
Figura 6 Diagrama de barra del tiempo	93
Figura 7 Diagrama de barra de la Formalidad de las Mypes	94
Figura 8 Diagrama de barra de los beneficios que trae a las Empresas.....	95
Figura 9 Diagrama de barras de trabajadores	96
Figura 10 Diagrama de barra de Número de trabajadores permanentes.....	97
Figura 11 Diagrama de barra número de trabajadores eventuales.....	98
Figura 12 Diagrama de barra Motivos de la formación de la Mypes	99
Figura 13 Diagrama de barra Solicito financiamiento formal	100
Figura 14 Diagrama de barra de como financia su actividad comercial en el rubro	101
Figura 15 Diagrama de barra del monto del microcrédito que obtuvo.....	102
Figura 16 Diagrama de barra Institución financiera	103
Figura 17 Diagrama de barra créditos otorgados.....	104
Figura 18 Diagrama de barra Promedio de veces que solicitó	105
Figura 19 Diagrama de barra Tasa de interés	106
Figura 20 Diagrama de barra Tiempo en que financio el crédito	107
Figura 21 Diagrama de barra de la inversión del crédito	108
Figura 22 Diagrama de barra Política de atención de las entidades	109
Figura 23 Diagrama de barra del micro financiamiento.....	110
Figura 24 Diagrama de barra del porcentaje	111

Figura 25 Diagrama de barra - Recibió Capacitación	112
Figura 26 Diagrama de barra Número de cursos que obtuvo	113
Figura 27 Diagrama de barra de los curso que se capacitó	114
Figura 28 Diagrama de barra Personal que recibió capacitación	115
Figura 29 Diagrama de barra veces que se capacitó.....	116
Figura 30 Diagrama de barra La capacitación es una inversión.....	117
Figura 31 Diagrama de barra de la relevancia.....	118
Figura 32 Diagrama de barra de los temas de capacitación	119
Figura 33 Diagrama de barra de la empresa rentable	120
Figura 34 Diagrama de barra de la mejora	121
Figura 35 Diagrama de barra del Factor	122
Figura 36 Diagrama de barra Indicador.....	123

Índice de cuadros

Cuadro 1, Perfil de los propietarios	78
Cuadro 2Micro y pequeñas empresas.....	79
Cuadro 3 Financiamiento.....	80
Cuadro 4 Capacitación.....	81
Cuadro 5 Rentabilidad.....	81

Índice de Anexo

7.2.1 Anexo 1 Cuestionario	139
7.2.2 Anexo 2 Artículo científico	144
7.2.3 Anexo 3 Declaración Jurada del Artículo Científico.....	171
7.2.4 Anexo 4 Matriz de consistencia.....	172

7.2.5 Anexo 5 Base de datos de confiabilidad.....	173
7.2.6 Anexo 6 Formato de Confiabilidad	174
7.2.4 Anexo 7 : Base de datos	175

I. INTRODUCCIÓN

En nuestro mundo globalizado existen una serie de tendencias, que se reflejan con mayor intensidad en el mundo (países desarrollados) y condicionan el entorno competitivo de hoy en día, entre ellos destacan: el cambio fundamental de una economía mundial basada en la explotación de recursos naturales y la industria manufacturera, a una que se basa en el valor del conocimientos, la información y la innovación; la rápida globalización de mercados, patrones de comercio, capital financiero e innovación administrativa; el auge y convergencia de las tecnologías financieras, el aumento de las consideraciones ambientales que, la expansión acelerada de la tecnologías de la información, las comunicaciones ha creado un mundo de interdependencia instantánea.

León de Cermeño & Schreiner, (1999), expusieron en Usa su artículo “Financiamiento para las micro y pequeñas empresas: Algunas líneas de acción” donde sintetiza el estado actual de las ideas y políticas sobre el financiamiento para micro y pequeñas empresas. Basándose en literatura reciente, principalmente sobre América Latina, de manera que presentan las principales lecciones que se deriva de los programas e intituciones de microfinanciamiento (MIFIs) por acedémicos, especialistas en desarrollo y autoridades gubernamentales.

Agrega Ferraro, (2011), presenta en su libro “Apoyando a las pymes: Políticas de fomento en América Latina y el Caribe” las pequeñas y medianas empresas son importantes agentes económicos para promover el desarrollo de los países de América Latina y el Caribe. Una parte significativa de la población y de la economía depende de la actividad y el desempeño de estas empresas debido a su reconocida capacidad para generar empleo y su participación en la producción. Por tanto, en los últimos 20 años los gobiernos de la región han desarrollado instrumentos y programas de apoyo

a las pymes para fomentar su crecimiento. Gracias a ellos ha mejorado su desempeño económico y productivo y se ha creado un ambiente de negocios favorable. Se han puesto en marcha iniciativas relacionadas con el acceso al crédito, la asistencia técnica para introducir mejoras en la gestión y la calidad, la ampliación y búsqueda de mercados, la participación en el comercio exterior, la capacitación de los recursos humanos y el desarrollo empresarial, entre otras.

Por otro lado, Lira (2009), en su colección sobre “Finanzas y Financiamiento Las herramientas de gestión que toda pequeña empresa debe conocer”. Nos da a conocer que la mayoría de empresarios de la micro y pequeña empresa (MYPE) considera que uno de los problemas principales que tiene que enfrentar es el financiamiento, ya sea para iniciar un negocio, superar situaciones de déficit en su flujo de caja, o expandir sus actividades. En cualquiera de estos casos, tienen dificultades para conseguir dinero. Por lo tanto, en sus campañas publicitarias pareciera que las entidades financieras les dijeran a los emprendedores, “pasa por caja a recoger el dinero,” la verdad es que nadie les dará efectivo “así no más.” Tendrán que cumplir con una serie de exigencias dependiendo de la envergadura de su negocio.

Filippo, Kostzer, & Schleser 2004, nos dan a conocer en su libro denominado *Créditos a Pyme en Argentina: racionamiento crediticio en un contexto de oferta ilimitada de dinero*, el sistema financiero de los años noventa, donde la transformación del sistema monetario y cambiario argentino de principios de los años noventa generó un fuerte incremento de la demanda y de la oferta de instrumentos financieros, así como en la estructura del propio sistema financiero que sobrevivía luego de tres lustros de funcionamiento bajo el amparo de la denominada ley de entidades financieras del gobierno militar, llamada a la “modernización” de las finanzas argentinas. Por tanto en términos de conjunto, un hecho destacable de la década y que ocurre en otros países

de la región, ha sido el aumento del total de créditos otorgados. La muy baja monetización de fines de los años ochenta implicó un punto de partida muy bajo: menos de 5 mil millones de dólares de créditos totales. En 1999 y 2000 la serie alcanza su máximo en torno de los 100 mil millones de dólares.

Rojas, 2017 en su colección Situación del financiamiento a Pymes y empresas nuevas en América Latina, nos da a conocer las fallas de mercado y acceso al financiamiento, en el análisis anual de la OCDE sobre las principales tendencias en el financiamiento a las pymes y el emprendimiento, muestra que la problemática de acceso a financiamiento de las pymes y las nuevas empresas es similar alrededor del mundo, con independencia del nivel económico, desarrollo de los sistemas financieros e incluso, de cultura empresarial. Este estudio se viene realizando desde 2012 y abarca 37 países, desarrollados y emergentes. Mediante 13 indicadores, la OCDE monitorea las tendencias en materia de financiamiento de deuda y de capital, así como las condiciones del entorno de negocios y las políticas gubernamentales que se vienen implementando. Por tanto, si bien hay diferencias entre los países y la respuesta de los gobiernos se ajusta a las particularidades de los entornos locales, es evidente que la raíz de la preocupación es la misma: cómo cerrar la brecha de financiamiento a las pymes y garantizar que existan suficientes recursos para financiar la creación de nuevas empresas y con ello acelerar el crecimiento y la generación de empleo, asimismo el sistema financiero cumple un papel fundamental en la economía al facilitar la transferencia de fondos desde los tenedores de ahorros a las empresas que mandan capital para sus proyectos de inversión. Por tanto, la función básica del sistema es asignar recursos a empresas y proyectos donde se subdivide en cinco otras funciones que hacen posible la acumulación de capital y la innovación:

- Moviliza y consolida el ahorro de los hogares.

- Produce información – investiga y evalúa – sobre la factibilidad y el riesgo de distintos proyectos de inversión y canaliza el ahorro hacia aquellos que prometen un adecuado retorno y tienen más chance de tener éxito.
- Monitorea el comportamiento de las empresas después de recibir el financiamiento y verifica que se están obteniendo los retornos prometidos.
- Crea mecanismos para aumentar la liquidez y diversificar el riesgo y con ello posibilita la inversión en proyectos riesgosos y de larga maduración, que de otra forma se quedarían sin financiamiento.

Durand & Rafael, 2012 manifiesta en su tesis, sobre el crédito informal y la rentabilidad de las Mypes en la industria del calzado ciudad de huancayo, donde agregan que en los últimos años tiene una importante participación activa de las Mypes en la lucha contra el desempleo así como en el desarrollo económico; es por ello que se requiera elevar la rentabilidad para lograr una reducción significativa de la pobreza en el Perú. Asimismo siendo el propósito de esta investigación el de establecer la necesidad e importancia del uso del crédito formal para el desarrollo de las Mypes, así mismo la participación activa de las instituciones financieras, gobiernos central, local y regionales en fomentar y cultivar una cultura financiera en la ciudad de huancayo.

Agreda, Gonzalez Pérez, Correa Rodríguez, & Acosta Molina, 2001, en su artículo sobre los factores determinantes de la rentabilidad de las pymes, nos habla de la revisión de la literatura empírica sobre la rentabilidad se desprende la existencia de dos grandes grupos de trabajos, atendiendo al objetivo y metodología de los mismos, que identificamos con las dos líneas de investigación siguiente: una de marcado carácter descriptivo y otra de corte explicativo

Facilita el intercambio de bienes y servicios y la especialización, aspectos esenciales para la innovación y el crecimiento.

Podemos afirmar que el comercio crea un medio en que nada se parece al que existía hace pocos años atrás. El mundo en que vivimos encontramos competencias tal multifacéticas e impredecible, así mismo ninguna venta será capaz de durar, sino que deberá regenerarse constantemente. La perspectiva, de las Mypes del mundo desarrollado no se ha quedado rezagada, dado que, las grandes empresas y corporaciones transnacionales que existen en la actualidad se iniciaron como Mypes.

Las Mypes son los motores de crecimiento económico, para ello los gobiernos de turno y la sociedad están en una preocupación en generar los instrumentos adecuados para sus apoyos. De tal manera que el financiamiento es fundamental, así como las capacitaciones, Sin embargo, recién en los últimos tiempos las instituciones financieras bancarias y no bancarias están tomando algunas medidas positivas para mejorar el financiamiento hacia las Mypes.

El incremento en nuestro país del sector automotriz se encuentra en una etapa de crecimiento con vistas al corto, mediano y largo plazo. La demanda receptora e interna empieza a moverse con inusitada fuerza. La inversión en el sector Automotriz al interior del país empieza a moverse con gran fuerza, asimismo la preparación de algunos nuevos horizontes que se observan más donde se divisan, utilidades y clientes.

El trabajo de investigación se ha llevado a cabo en el distrito de Callería, en el sector comercio de compra y venta de repuestos automotriz, aplicando a una muestra representativa de gerentes y administradores de dichos rubros, un cuestionario de preguntas para recoger información pertinente al periodo 2018.

Por tanto, la investigación contiene las siguientes partes: Planteamiento de la investigación, en donde destacan el planteamiento del problema, los objetivos generales y objetivos específicos; el Marco Teórico y Conceptual, donde establecemos y consideramos los antecedentes, las bases teóricas, entre otros; la metodología, en

donde se hace mención el tipo de investigación , nivel de la investigación, diseño de la investigación donde se muestra la población y muestra, la definición y operacionalización de las variables; técnicas e instrumentos de investigación de recolección de datos, plan de análisis, matriz de consistencia y principios éticos, los resultados, la discusión, las conclusiones, las recomendaciones, las referencias bibliográficas y, finalmente, los anexos.

II. REVISION DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes de Estudio.

2.1.1 Internacional

León de Cermeño & Schreiner, (1999), expusieron en Usa su artículo “Financiamiento para las micro y pequeñas empresas: Algunas líneas de acción” donde sintetiza el estado actual de las ideas y políticas sobre el financiamiento para micro y pequeñas empresas. Basándose en literatura reciente, principalmente sobre América Latina, de manera que presentan las principales lecciones que se deriva de los programas e instituciones de microfinanciamiento (MIFIs) por académicos, especialistas en desarrollo y autoridades gubernamentales. Por otro lado Se basan en tres aspectos principales y se los discuten ampliamente. Como primer aspecto que se discute es sobre el contexto adecuado para la actividad económica de las MIFIs y de sus clientes, las micro y pequeñas empresas (MPEs). El segundo aspecto es el objetivo doble para las MIFIs: autosostenibilidad y cobertura de sus grupos meta. El tercer aspecto es la innovación en la oferta de productos rentables diseñados para satisfacer las demandas específicas de las MPEs. Asimismo, el contexto económico puede ser un incentivo o un obstáculo para el desempeño de las MIFIs y sus clientes. Por tanto, la competitividad de las MIFIS se ve afectada por políticas económicas directas y globales, por regulación gubernamental, y por los vínculos de las MIFIs con otros mercados, incluidos mercados incompletos o no competitivos. En tanto Las autoridades deben perseguir estas políticas, no porque favorecen las MIFIs y las MPEs, sino porque propician un crecimiento económico

global estable y sostenido. En este artículo, se señala que la sostenibilidad por sí misma no es una meta sino sólo un método de llegar a una meta.

De manera que el diseño de productos financieros debe considerar tanto su uso por las MPEs como su contribución a la autosuficiencia organizacional de la MIFI. Por el lado de la oferta, las MIFIs requieren productos que puedan ser administrados a costos mínimos. Por el lado de la demanda, las MPEs requieren productos que se adecuen a sus demandas de capital y a su flujo de caja. Los clientes quieren minimizar los costos de transacción tanto como los costos de la tasa de interés. Quienes diseñan productos financieros para las MPEs deben preguntarse no solamente “¿Qué demandan los clientes?”, sino también “¿Qué se puede ofrecer a un precio que cubra costos?”.

Ferraro, (2011), presenta en su libro “Apoyando a las pymes: Políticas de fomento en América Latina y el Caribe” las pequeñas y medianas empresas son importantes agentes económicos para promover el desarrollo de los países de América Latina y el Caribe. Una parte significativa de la población y de la economía depende de la actividad y el desempeño de estas empresas debido a su reconocida capacidad para generar empleo y su participación en la producción. Por tanto, en los últimos 20 años los gobiernos de la región han desarrollado instrumentos y programas de apoyo a las pymes para fomentar su crecimiento. Gracias a ellos ha mejorado su desempeño económico y productivo y se ha creado un ambiente de negocios favorable. Se han puesto en marcha iniciativas relacionadas con el acceso al crédito, la asistencia técnica para introducir mejoras en la gestión y la calidad, la ampliación y búsqueda de mercados,

la participación en el comercio exterior, la capacitación de los recursos humanos y el desarrollo empresarial, entre otras. Este amplio y diversificado abanico de iniciativas se ha traducido, en algunos casos, en una enriquecedora experiencia en la medida que se ha acompañado de la creación, el desarrollo y la sostenibilidad de instituciones de apoyo especializadas.

Colombia, Cala (2005), en su revista electronica de difucion científica, nos da a conocer con el tema “Situación y Necesidades de la pequeña y mediana empresa”, donde considera que la actividad de las Pymes es muy importante para la economía de Colombia. Asimismo manifiesta que en los noventas, se reconoció que en Colombia existía gran cantidad de Pymes desconocidas y dispersas, que no tenían ningún tipo de protección o ayuda, no obstante estaban contribuyendo sustancialmente al Producto Interno Bruto. Consideran que hay un número por envima de un millón de Pymes que aportan más del 50% del Producto Interno Bruto. Teniendo como objetivo de ampliar el conocimiento y el potencial de estas pequeñas empresas, en tal sentido precisa que estas empresas la gran mayoría al no encontrarse registradas no generan información o estadísticas sobre ellas, donde la Universidad planea investigar todo el universo de las Pymes, a través de encuestas, utilizando buenas metodologías y realizando correctos análisis. Finalmente con estos resultado obtenido podrán aportar buenas recomendaciones para el establecimiento de políticas economicas y sociales. Se concluye con el presente ensayo formular once propuestas puntuales sobre acciones benéficas en favor de las Pymes.

En España Ayala, Rodríguez, & Acedo, (2005), dan a conocer su trabajo de investigación titulado “Rentabilidad, endeudamiento y coste de la deuda de las pymes. Análisis empírico de las empresas por tamaños”, donde tiene como objetivo analizar las posibles relaciones entre el tamaño de la empresa y el nivel de endeudamiento, el coste de la deuda y la rentabilidad económicas y financieras obtenidas, para el periodo 1995 – 2000, obteniendo datos referenciales a una muestra de 1454 empresas que tienen su domicilio en la Comunidad Autónoma de la Rioja, en la que abundan principalmente pymes, cuya estructura de propiedad suele estar concentrada en manos de una familia, finalmente manifiesta que los resultados han puesto que el tamaño empresarial está inversamente relacionado tanto con el nivel de endeudamiento como con el coste de la deuda. Sin embargo no han encontrado evidencia empírica suficiente que apague la existencia de una relación clara entre la dimensión empresarial y sus rentabilidades (económica y financiera).

Lago (2013), hace referencia en Venezuela su ensayo titulado “Capacitación en Planificación Estratégica. Impulso del Desarrollo Local con Microempresas” donde tiene como objetivo el proceso de evaluación de la situación presente de las empresas con el propósito de anticipar y decidir sobre el direccionamiento hacia el futuro. Asimismo, hace énfasis en la relevancia de la capacitación en planificación estratégica del recurso humano en las microempresas, por ser este tejido empresarial, de manutención de millones de personas en diferentes países del mundo, También por su impacto se considera relevante como impulsoras del desarrollo local. De modo que la capacitación en planificación estratégica

del recurso humano de las microempresas se hace necesaria para lograr productividad y beneficio directo a su colectivo y entorno.

2.1.2 Nacional

En Lima Reategui, (2015), presento su trabajo de investigación titulado “Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las mypes del sector servicio rubro salón de belleza spa de la Av. Benavides (cuadro 34-35) en el distrito de Surco, provincia y departamento de Lima año 2015”, teniendo como objetivo determinar la caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las MYPES del sector servicio rubro salón de belleza spa de la Av. Benavides (cuadro 34-35) en el distrito de Surco, provincia y departamento de Lima año 2015, teniendo como muestra el 100% de la población correspondiente a 11 mypes, finalmente concluyo que los salones de belleza del área de estudio han obtenido financiamiento y son rentables.

Del mismo modo en Chiclayo Kong & Moreno, (2010-2012), mencionan en su tesis de investigación denominado “Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las mypes del distrito de San José – Lambayeque en el período 2010-2012, donde tiene como objetivo determinar la influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las micro y pequeñas empresas del distrito de San José, en el período 2010 – 2012, asimismo evaluar el crecimiento y desarrollo de las micro y pequeñas empresas, teniendo como muestra el 100% de la población que corresponde a 130 micro y pequeñas empresas del distrito de San José, finalmente concluyen su trabajo de investigación donde las micro y pequeñas empresas responden favorablemente al financiamiento recibido

por las diferentes fuentes de financiamiento, ya sea por una entidad bancaria o por un ahorro personal, asimismo manifiestan que las fuentes de financiamiento influyen de manera positiva en el desarrollo de las MYPES, ya que dichas fuentes les han permitido acceder a créditos para financiar sus inversiones en capital de trabajo, activos fijos y tecnológicos, impulsándoles a una mejor producción en sus ingresos, ante esta situación se recomendó promover actividades de gestión empresarial con el apoyo de nuevos programas de financiamiento o la reformulación de los ya existentes, que les permita un correcto direccionamiento del financiamiento contribuyendo en el desarrollo y crecimiento empresarial de las micro y pequeñas empresa.

Chimbote Centurión, (2013) en su revista de investigación titulada “Gestión de calidad, formalización, competitividad, financiamiento, capacitación y rentabilidad en micro y pequeñas empresas de la provincia de Santa 2013”, teniendo como objetivo general determinar las principales características de la gestión de Calidad, la formalización, la competitividad, el financiamiento, la capacitación, y la rentabilidad en las mypes de la provincia del Santa (2013) y como objetivos específicos: determinar las principales características de las mypes, de los representantes de las mypes, de la gestión de calidad, de la formalización, de la competitividad, del financiamiento, de la capacitación y de la rentabilidad en las mypes de la provincia del Santa (2013), donde cuenta con una población de 356 mypes se extrajo una muestra de 160 mypes, finalmente llegaron a las siguientes conclusiones; las mypes en la provincia del Santa en su mayoría son dirigidas por personas adultas de sexo femenino, con instrucción secundaria y superior técnica, y están en el mercado por más de 4 años. Son formales y

fueron creadas para obtener ganancia. La formalización les proporciona ventajas como aumento de sus ventas y obtención de créditos, ayudándoles a posesionarse en el mercado. En la competitividad, la mayoría de las mypes no cuenta con un plan estratégico, conoce a sus competidores y percibe que es competitivo. En el financiamiento, las mypes han solicitado créditos más de una vez a terceras personas a una tasa de más del 20% anual, invirtiéndolo en compra de activos y capital de trabajo. En la capacitación, las mypes consideran que esta es una inversión; por ello, han capacitado a su personal más de una vez en atención al cliente. En la rentabilidad, se percibe que las mypes son rentables, han mejorado su infraestructura. Respecto de la gestión de calidad, a pesar de que tienen dificultades del personal con poca iniciativa y no se adapta al cambio y la aplicación de una adecuada gestión de calidad, han mejorado el rendimiento del negocio.

Rengifo (2011), en Tingo María presento su tesis titulado “El crédito y la rentabilidad de las microempresas comerciales del Distrito de Tarapoto”, donde tubo como aspecto central el enfoque en el estudio del crédito y su incidencia sobre la rentabilidad de las microempresas del distrito de Tarapoto, asimismo La hipótesis probada se describe como “La rentabilidad de las microempresas comerciales del distrito de Tarapoto, responde a los niveles de acceso al crédito, la publicidad y la capacitación en gestión empresarial”, basándose en una población de 840, conformada específicamente por las microempresas comerciales formales del Distrito de Tarapoto y a su vez con una muestra tomada de 118 microempresas, llegando a la siguiente conclusión de los resultados de la estimación del modelo econométrico nos condujo a reafirmar parcialmente la hipótesis de

investigación planteada, toda vez que, estadísticamente se pudo contrastar que los niveles de rentabilidad de las microempresas comerciales de la ciudad de Tarapoto tienen relación directa con el acceso al crédito, la publicidad realizada, y, el grado de instrucción y estándares de capacitación de los conductores de las mismas.

2.1.3 Regional

En Callería Cruz (2016), sostiene su trabajo de investigación titulado “Características del financiamiento, capacitación en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro motopartes del distrito de Callería, 2016”, que tubo como objetivo general: Describir las principales características del financiamiento, capacitación en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro motopartes del distrito de Callería, 2016 y con una población que representa el 100% de la población y una muestra de 20 micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro motopartes, del distrito de Callería, 2016, donde finalmente llega a las siguientes conclusiones en que las microempresarios manifiestan que las micro y pequeñas empresas son formales, asimismo poseen de 1 a 3 trabajadores permanentes, mientras que el 25% posee más de 3 trabajadores permanentes.

Almonacid (2017), presentó en Manantay su trabajo de investigación titulado “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de artículos de ferretería del distrito de Manantay, 2017”, teniendo como objetivo general, determinar y describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la

rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de artículos de ferretería del distrito de Manantay, 2017 y como población 39, asimismo obtuvo una muestra de 35 microempresas, llegando a las siguientes conclusiones, que las microempresas han sido financiados por terceros, recibieron financiamiento de las cajas municipales, y menciona que son las cajas municipales las que han otorgado mayores facilidades para obtener estos financiamientos, también manifiesta que no recibieron capacitación para otorgamiento de créditos, al igual que los trabajadores no recibieron en los últimos dos años capacitaciones, cabe mencionar que las capacitaciones al personal de las micro y pequeñas empresas son una buena inversión al futuro, con respecto a la rentabilidad nos indica que los últimos dos años las empresas mejoraron un crecimiento en sus utilidades donde pudieron hacer una inversión en el mejoramiento de sus locales y la adquisición de bienes para sus stock.

2.1.4 Local

En el distrito de Yarinacocha Gonzales (2017), presento su trabajo de investigación titulado “Caracterización del financiamiento, de la capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro artesanías shipibo-conibo del distrito de Yarinacocha, 2017”, que tuvo como objetivo principal describir las principales características del financiamiento, de la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro artesanías shipibo conibo del distrito de Yarinacocha, 2017. En la cual estaba representada con una población al 100% y una muestra de 21 micro y pequeñas empresas del sector comercio, llegando a las siguientes conclusiones las micro y pequeñas

empresas en este rubro tienen más de 11 años de antigüedad, donde generan y dan empleo a esta parte del sector manifiesta asimismo que un porcentaje mayoritario del personal son eventuales, con respecto al financiamiento las micro y pequeñas empresas recurren a un prestamista quienes les proporcionan las facilidades para la obtención del crédito y a la vez un interés muy elevado, ya que en las entidades financieras obtienen un crédito a largo plazo dicha obtención de crédito está destinada la mayor parte en el capital de trabajo, seguido al mejoramiento del local, el personal se capacita en el manejo empresarial seguido a ello en la administración de recursos humanos y marketing, asimismo manifiesta que las capacitaciones son una inversión favorable para dicho rubro empresarial, con respecto a la rentabilidad que obtuvo contribuyó al incremento de la rentabilidad anual de su empresa, a su vez considera que la capacitación hacia su personal no mejoró la rentabilidad en su empresa.

2.2 Bases Teóricas de la investigación

2.2.2 Teorías del financiamiento

Lira (2009), en su colección sobre “Finanzas y Financiamiento Las herramientas de gestión que toda pequeña empresa debe conocer”. Nos da a conocer que la mayoría de empresarios de la micro y pequeña empresa (MYPE) considera que uno de los problemas principales que tiene que enfrentar es el financiamiento, ya sea para iniciar un negocio, superar situaciones de déficit en su flujo de caja, o expandir sus actividades. En cualquiera de estos casos, tienen dificultades para conseguir dinero. Por lo tanto, en sus campañas publicitarias pareciera que las entidades financieras les dijeran a los emprendedores, “pasa por caja a recoger el dinero,” la

verdad es que nadie les dará efectivo “así no más.” Tendrán que cumplir con una serie de exigencias dependiendo de la envergadura de su negocio. Asimismo, en muchos casos, será necesario presentar garantías para respaldar una línea de crédito, también pueden exigir el aval de un tercero. En tal sentido debemos señalar que en el campo de las microfinanzas existen créditos que se otorgan sin respaldo de una garantía tradicional por montos muy pequeños; sin embargo, el tipo de garantía que se solicita es de carácter solidario por parte de sus vecinos o conocidos del solicitante.

En tal sentido, nos quiere decir que cuando alguien establece un negocio lo hace con la finalidad de ganar dinero, es decir, hacerse más rico. En otras palabras, una empresa tiene como objetivo generar ganancias para sus accionistas. Esto nos quiere decir que la generación de las ganancias es un concepto que tiene que ver con el dinero, una empresa que genera dinero en efectivo que otra similar que se desarrolla en el mismo sector, es claramente superior, en hacer más ricos a sus accionistas que las otras empresas. De manera que se dice que las finanzas tienen que ver con el manejo eficiente del dinero de la empresa. Si bien esta definición es cierta, está incompleta, pues falta agregarle dos factores adicionales: **tiempo y riesgo**. El primer factor, tiempo, está siempre presente, ya que las decisiones que tienen que ver con la administración del efectivo de la empresa se hacen pensando en el futuro. Por ejemplo, si contamos con una pequeña fábrica y quisiéramos ampliar su capacidad de producción, debemos tomar hoy la decisión de hacerlo o no; sin embargo, los ingresos, costos y beneficios resultantes aparecerán recién en los próximos años. Por otro lado, y siguiendo con el mismo ejemplo, si finalmente nos decidimos y tomamos

hoy la decisión de comprar la maquinaria para ampliar la producción, será necesario que calculemos hoy si esta inversión será rentable. En otras palabras, debemos determinar hoy si el beneficio futuro será mayor que el costo de dicha ampliación. Para poder determinar, es necesario proyectar hoy situaciones que se darán en el futuro. No obstante, la posibilidad que no se cumpla lo que estimamos, siempre estará presente. A esto se le conoce como **riesgo** y es algo que existe cuando tomamos decisiones en todos los aspectos de la vida.

Por otro lado, En el sistema financiero es importante que el prestatario demuestre que está en capacidad de pagar puntualmente el préstamo solicitado. Esta capacidad de cumplimiento se sustenta en la viabilidad del proyecto o negocio, para cuyo financiamiento solicita el dinero. Ser “sujeto de crédito,” es decir, tener historial de cumplidor de sus compromisos, es un requisito que cada día se hace más indispensable. Los pagos a tiempo reflejan una administración financiera responsable y abre el camino a otras y mayores líneas de financiamiento en el futuro. Actualmente, este tipo de información es compartida por todas las entidades financieras, gracias a las centrales de riesgo. Asimismo, a los morosos se le cierran todas las puertas y para los puntuales, llueven ofertas de créditos. Cuando se cierran las puertas por ser morosos, lo único que queda es recurrir a los prestamistas informales o usureros, quienes otorgan préstamos con intereses muy elevados.

A todo esto, Lira agrega que el riesgo que encontramos con algún inescrupuloso que con artimañas se puede apoderar de nuestra casa u otros bienes. Nuestra imagen crediticia se cuida también cuando al tener algún

incumplimiento en el pago de nuestras deudas acudimos inmediatamente a la entidad financiera y exponemos nuestro problema. Debemos dar muestras de responsabilidad, desde la solicitud del crédito hasta su cancelación total. Tanto para evitar situaciones problemáticas en el manejo económico de la empresa, como para acceder a los diversos productos financieros que el mercado formal ofrece para los empresarios de la micro y pequeña empresa, este libro presenta valiosa orientación que permite optimizar el proceso de toma de decisiones en dichos ámbitos. ¡Sáquele los mejores dividendos!

Por otro lado, Lira nos manifiesta la importancia de la información financiera donde nos indica que así como un médico necesita de un termómetro para tomarle la temperatura a un paciente y conocer si tiene fiebre, y a partir de ahí recetarle medicinas o, en su defecto, si ya no tiene fiebre, saber que el tratamiento que le dio a la enfermedad tuvo éxito, Antonio necesita de los Estados financieros, para conocer la salud económica – financiera de la empresa, saber lo que ha hecho bien, corregir acciones adoptadas, o tomar nuevas decisiones, como por ejemplo, el aceptar o no el pedido del importador americano. Queda claro, que es necesario conocer la información financiera de la empresa, pues es utilizada por los “clientes internos”: gerencia y accionistas, y los “clientes externos” proveedores, instituciones financieras y potenciales accionistas.

En tal sentido la información financiera provista por los Estados Financieros, estos son reportes que bajo principios generalmente aceptados son preparados por profesionales especializados, conocidos como contadores y que tienen como fin último dar a conocer en forma integral la situación económica – financiera de la empresa en un momento determinado

o a lo largo de un período determinado. Los Estados Financieros son cuatro a saber: Balance General, Estado de Ganancias y Pérdidas (también conocida como Estado de Resultados), el Estado de Cambios en la Situación Patrimonial y el Flujo de Efectivo. Lira se enfoca en los dos primeros por ser los más conocidos y utilizados.

Balance General, indica lo que una empresa posee y la manera como lo ha financiado en un momento determinado, este Estado Financiero tienen como propósito describir todo lo que tienen la empresa y que deudas contrajo para financiarlos. El Balance es preparado a un momento determinado; así, por ejemplo, si usted lee un Balance General al 31.12.2007, significa que le muestra la situación de esa empresa a las 12:00 de la noche del 31.12.2007.

Balance General al 31.12.20XX (en miles de soles)			
<u>Activo corriente</u>	135.00	<u>Pasivo corriente</u>	88.00
Caja	35.00	CxP (proveedores)	50.00
CxC	80.00	Tributos	5.00
Inventarios	20.00	Rem.por pagar	5.00
		Parte cte. Deuda LP	28.00
<u>Activo no corriente</u>	235.50	<u>Pasivo no corriente</u>	115.00
Activos Fijos	235.50	Deuda LP	115.00
		<u>Patrimonio</u>	167.50
		Capital	150.00
		Ut.retenidas	17.50
Total activos	370.50	Total pasivo + pat.	370.50

Estado de Ganancias y Pérdidas, o Estado de Resultados, es el principal instrumento que se utiliza para medir la rentabilidad de una empresa a lo largo de un período. Si el Balance General es como una fotografía, el Estado de Ganancias y Pérdidas es como un vídeo pues registra lo que hizo la empresa entre dos fotografías. En el ejemplo siguiente se muestra el Estado de Resultado de la empresa de Antonio.

Estado de Pérdidas y Ganancias del 01.01 al 31.12.20XX (en miles de soles)	
Ventas	100.00
Costo de Ventas	60.00
<u>Utilidad Bruta</u>	<u>40.00</u>
Gastos Administrativos	8.00
Gastos de Venta	2.00
<u>Utilidad Operativa</u>	<u>30.00</u>
Gastos Financieros	5.00
<u>Utilidad antes de impuestos</u>	<u>25.00</u>
Impuesto a la renta	7.50
<u>Utilidad Neta</u>	<u>17.50</u>

Observe que este Estado cubre un período determinado de tiempo, en este caso del 01 de enero al 31 de diciembre del 200XX, es decir se registran todos los Ingresos y Gastos que la empresa ha efectuado durante este año. Acuérdesse que $\text{Ingresos} - \text{Gastos} = \text{Utilidad o Pérdida}$.

De manera que Lira, nos presenta los **Instrumentos Financieros a disposición de las Mype**; Las operaciones crediticias pueden clasificarse en corto y largo plazo. Por convención, hemos denominado corto plazo a aquellas operaciones cuyo plazo de pago sean menores a un año, en tanto que operaciones cuyos plazos de pago sean mayores a un año caerán bajo la categoría de largo plazo. Asimismo, mencionamos que, por el principio de Temporalidad, las solicitudes de apoyo financiero para capital de trabajo serán básicamente operaciones de corto plazo y las destinadas a financiar compras de activos pertenecerán al largo plazo. Donde presenta **productos crediticios directos de corto plazo**; En el gráfico se observan las operaciones directas que pueden ser utilizadas por empresas y personas naturales para financiar necesidades de capital de trabajo, las cuales por definición son de corto plazo y pueden requerirse en moneda nacional o

extranjera. El término Directo, implica que el apoyo financiero involucra entrega de efectivo de la entidad financiera al solicitante.



Asimismo, antes de empezar a desarrollar los diversos productos existentes en esta categoría, explicaremos el concepto de financiamiento puntual y línea de crédito. Donde un financiamiento puntual, implica que cada operación crediticia será evaluada por la institución financiera conforme le sea presentada, en tanto que una línea de crédito es el monto máximo que la entidad financiera está dispuesta a otorgar a su cliente a lo largo de un período determinado. Entonces, ¿Qué debe pedir? ¿Un financiamiento puntual o una línea? Le aconsejamos que pida una línea, pues de esa manera sus pedidos de apoyo financiero a lo largo de la vigencia de esta serán atendidos de inmediato, pues su negocio ya fue evaluado en su oportunidad. Por lo tanto, en caso de solicitar operaciones puntuales, estas serán evaluadas conforme sean presentadas, lo que podría ocasionar demoras en contar con el apoyo financiero. Sin embargo, debe tomar en cuenta que si su operación es la primera que presenta, el banco la evaluará, muy probablemente, como una operación puntual hasta que tenga un récord crediticio con ellos.

Por otro lado, presenta su **Producto crediticios indirectos de corto plazo**; Dentro de este tipo de productos podemos mencionar a la carta fianza y el aval. El término indirecto significa que el apoyo otorgado por la institución financiera no implica entrega de efectivo, sino más bien una garantía de pago y, por lo tanto, los ingresos que obtiene ésta no se denominan intereses sino comisiones.

Por consiguiente, tenemos toda empresa nueva o en marcha requiere financiamiento tanto para su creación como para su desarrollo a través del tiempo. En general existen dos fuentes básicas de financiación: la deuda y el capital propio. La primera se caracteriza porque otorga un derecho de reclamo fijo al acreedor, los intereses son deducibles del impuesto a las ganancias, tiene alta prioridad de repago ante dificultades financieras de la empresa, posee vencimiento determinado y no implica control de la administración.

Por tanto, en cambio las características del capital propio son: es un derecho residual para los accionistas de la empresa, los dividendos que reciben los accionistas no son deducibles de impuestos, tiene menor prioridad ante dificultades financieras, no posee vencimiento y otorga control de la administración a los accionistas. Las teorías sobre los determinantes de la estructura del capital de las empresas se han desarrollado considerablemente desde las noveles discusiones de los años cincuenta. En el presente trabajo se repasan los aportes teóricos existentes, desde el desafío particular que representa la perspectiva de las PyMES. Posteriormente se discute el apoyo empírico y las líneas de investigación que se perfilan en este campo de estudio.

En tanto Siguiendo a Copeland, Wenston y Shastri (2004), la decisión de estructura de capital abarca dos dimensiones: fuente y duración. Al decidir la fuente de financiamiento, se debe elegir entre capital propio – interno o externo y deuda, que puede provenir de diversas fuentes.

Finalmente, Lira nos muestra los siguientes costos del financiamiento tales como:

- **Los costos de un préstamo:** En este apéndice, se calcula paso a paso los costos en moneda nacional de un financiamiento para capital de trabajo a un plazo de 9 meses.
- **Costos del atraso en los pagos:** En este apéndice se calculan los costos en que incurren los clientes de una institución financiera, cuando voluntaria o involuntariamente se atrasan en el pago de una cuota de préstamo recibido.

Filippo, Kostzer, & Schleser 2004, nos dan a conocer en su libro denominado Créditos a Pyme en Argentina: racionamiento crediticio en un contexto de oferta ilimitada de dinero, el sistema financiero de los años noventa, donde la transformación del sistema monetario y cambiario argentinos de principios de los años noventa generó un fuerte incremento de la demanda y de la oferta de instrumentos financieros, así como en la estructura del propio sistema financiero que sobrevivía luego de tres lustros de funcionamiento bajo el amparo de la denominada ley de entidades financieras del gobierno militar, llamada a la “modernización” de las finanzas argentinas. Por tanto en términos de conjunto, un hecho destacable de la década y que ocurre en otros países de la región, ha sido el aumento del total de créditos otorgados. La muy baja monetización de fines de los años

ochenta implicó un punto de partida muy bajo: menos de 5 mil millones de dólares de créditos totales. En 1999 y 2000 la serie alcanza su máximo en torno de los 100 mil millones de dólares.

Así mismo, Filippo, Kostzer, & Schleser 2004 manifiesta la distribución sectorial del crédito, donde hacen una descripción introductoria de la distribución del crédito privado por grandes sectores productivos. Por otro lado, se había mostrado que aproximadamente el 23% de las empresas registradas como empleadoras habían tenido acceso al financiamiento bancario, porcentaje que crecía significativamente con el incremento en el número de empleados de las mismas, por consiguiente desagregando de manera sectorial, se observa que la participación de las empresas que obtienen crédito sobre el total de empresas en el sector varía entre un mínimo del 23% para las de la enseñanza, servicios comunales o actividades inmobiliarias, hasta el 43,0% para las de explotación de minas y canteras. Salvadas estos puntos extremos, la mayoría de los sectores oscilan por encima de la media.

Rojas, 2017 en su colección Situación del financiamiento a Pymes y empresas nuevas en América Latina, nos da a conocer las fallas de mercado y acceso al financiamiento, en el análisis anual de la OCDE sobre las principales tendencias en el financiamiento a las pymes y el emprendimiento, muestra que la problemática de acceso a financiamiento de las pymes y las nuevas empresas es similar alrededor del mundo, con independencia del nivel económico, desarrollo de los sistemas financieros e incluso, de cultura empresarial. Este estudio se viene realizando desde 2012 y abarca 37 países, desarrollados y emergentes. Mediante 13 indicadores, la

OCDE monitorea las tendencias en materia de financiamiento de deuda y de capital, así como las condiciones del entorno de negocios y las políticas gubernamentales que se vienen implementando. Por tanto, si bien hay diferencias entre los países y la respuesta de los gobiernos se ajusta a las particularidades de los entornos locales, es evidente que la raíz de la preocupación es la misma: cómo cerrar la brecha de financiamiento a las pymes y garantizar que existan suficientes recursos para financiar la creación de nuevas empresas y con ello acelerar el crecimiento y la generación de empleo, asimismo el sistema financiero cumple un papel fundamental en la economía al facilitar la transferencia de fondos desde los tenedores de ahorros a las empresas que demandan capital para sus proyectos de inversión. Por tanto, la función básica del sistema es asignar recursos a empresas y proyectos donde se subdivide en cinco otras funciones que hacen posible la acumulación de capital y la innovación:

- Moviliza y consolida el ahorro de los hogares.
- Produce información – investiga y evalúa – sobre la factibilidad y el riesgo de distintos proyectos de inversión y canaliza el ahorro hacia aquellos que prometen un adecuado retorno y tienen más chance de tener éxito.
- Monitorea el comportamiento de las empresas después de recibir el financiamiento y verifica que se están obteniendo los retornos prometidos.
- Crea mecanismos para aumentar la liquidez y diversificar el riesgo y con ello posibilita la inversión en proyectos riesgosos y de larga maduración, que de otra forma se quedarían sin financiamiento.
- Facilita el intercambio de bienes y servicios y la especialización, aspectos esenciales para la innovación y el crecimiento.

Agrega, una vez acordados los términos del financiamiento, los intermediarios deberán verificar que las empresas cumplan con lo convenido y, más importante, asegurarse de que paguen la deuda o de que alcancen las metas del crecimiento y los rendimientos deseados. Desafortunadamente, a pesar de la presencia de los intermediarios, fallas en el sistema hacen que los costos y las fricciones subsistan y que muchas empresas se queden sin obtener el financiamiento que necesitan. Por otro lado, de la oferta, tienen que ver con factores que llevan a una disminución de los fondos disponibles para las nuevas empresas y para el crecimiento de las ya establecidas. Por otro lado, la demanda, tienen que ver con los factores que reducen la disposición y capacidad de las empresas de buscar financiamiento.

Por tanto, los sistemas financieros no son los mismos en todos los países. Distintas combinaciones de costos de información, de transacción y de cumplimiento de contratos, así como distintos arreglos institucionales (legales y regulatorios) e incluso políticos, darán como resultado sistemas financieros con estructuras diferentes. Algunas economías han sido tradicionalmente más dependientes de los bancos, como Alemania, mientras que en otras ha florecido el segmento de capital de riesgo, como en Estados Unidos. Por otra parte, los sistemas han evolucionado con la economía y los cambios tecnológicos, y nuevos agentes han entrado al sistema como intermediarios financieros.

2.2.3 Teorías de la Capacitación

Pérez, Pineda, & Arango (2011), en su revista “La capacitación a través de algunas teorías de aprendizaje y su influencia en la gestión de la

empresa” nos presisan que en este artículo surge debido a que en las distintas teorías de aprendizaje no se establece por qué la capacitación, tomada como instrumento de aprendizaje, puede impactar en el desempeño global de la organización, inquietud que se referencia en algunos estudios que plantean este asunto de cara hacia el futuro. Por lo tanto, se pretende dar claridad sobre la forma de desarrollar la estrategia de capacitación, a partir de elementos de las teorías de aprendizaje y modelos de gestión conductistas, para que los resultados en materia de gestión de la organización, corresponda a altos estándares de desempeño. Asimismo, Como lo proponen los modelos de gestión centrados en la liberación del potencial humano, “el enfoque de relaciones humanas ve el conocimiento y el orgullo de los trabajadores de línea como el mayor recurso para controlar y mejorar la calidad y la productividad”.

En referencia a los antecedentes, se muestra la naturaleza e importancia del concepto de capacitación a través de modelos de gestión conductistas sustentados en principios de calidad como lo proponen Deming (1989) y Juran y Gryna (1994), y que han reivindicado el papel de los trabajadores en cuanto a su participación y capacitación para el mejoramiento de los procesos de la organización, y para el desarrollo personal propio. Esto lo ha comprobado Masaaki (1990) con su metodología de mejoramiento continuo. Igualmente se revisan algunos elementos del aprendizaje organizacional, tales como la cultura y el diseño organizativo, y se analiza el modo en que afectan la capacitación en la búsqueda de un aprendizaje organizacional continuo.

Pérez, Pineda, & Arango, por su lado hacen referencia a los modelos conductistas de gestión, la literatura especializada distingue a un grupo de escuelas administrativas orientadas a liberar en los trabajadores los conocimientos y las destrezas requeridas en beneficio de la organización y de ellos mismos; en este sentido se toman en cuenta las consideraciones de las distintas escuelas de relaciones humanas, para la interpretación de los factores que inciden en el rendimiento de los trabajadores y su relación con el temo motivacional.

Para finalizar, se presenta en este artículo el concepto de capacitación, como el desarrollo de habilidades específicas para el trabajo y se plantea un enfoque de ésta para el desarrollo de competencias laborales, según la propuesta de McClelland (1973), una vez se hace un breve recorrido por el concepto de competencias. Asimismo, en el apartado de Discusión, se establece la necesidad de que la dirección trace estrategias de capacitación para desarrollar competencias en sus trabajadores que redunden en beneficio de la eficacia de la organización, teniendo en cuenta que estas competencias deben estar asociadas al conocimiento del puesto, lo que implica una transformación organizacional como se explica en esta sección del artículo. Para esto utilizan teorías organizacionales y el análisis de los problemas de la capacitación en empresas de Latinoamérica, según los resultados de una investigación presentados por Abramo (1997). Por lo tanto, se indica, con la referencia de algunos estudios, que, aunque hoy en día, muchas organizaciones orientan sus programas de capacitación al desarrollo de

competencias laborales, no es claro cómo este aprendizaje impacta en sus indicadores de productividad o en la eficacia de la organización.

Como objetivo de este artículo es abordar tres asuntos fundamentales:

- 1) ¿Cuáles son los factores, de tipo organizacional y de comportamiento, que inciden en el aprendizaje?
- 2) ¿Qué tipo de estructura y cultura puede favorecer el aprendizaje?
- 3) ¿Cómo debe la dirección de la empresa orientar la capacitación, de modo que contribuya a la mejora de las competencias para el trabajo?

Lastra 2017, en su artículo el gran mundo de la Micro y Pequeña empresa, nos manifiesta que la capacitación es fundamental para lograr y mantener niveles adecuados de productividad y competitividad de sus emprendimientos. Sin embargo al decidir la implementación de actividades que capaciten a su personal y a ellos mismos, se limitan por los elevados costos y la poca aplicabilidad. Por tanto aquí nos entregan un recuento de los medios que se pueden utilizar para no descuidar en la micro y pequeña empresa, la introducción y uso de ese ingrediente clave que es la capacitación empresarial, administrativa, productiva y comercial, que evitará el fracaso de sus negocios:

- **Dueño y trabajadores:** El emprendedor es el obligado a enseñar a sus colaboradores todos los detalles de cómo hacer un buen trabajo. Si tuviera trabajadores que destacan por sus conocimientos y destrezas, en ellos puedes delegar la tarea de actuar como instructores de sus compañeros

- **Consultores independientes:** Profesionales y técnicos que dan servicios de capacitación y asistencia técnica a las MyPe, en sus respectivas especialidades.
- **Instituciones privadas:** Estudios de abogados, estudios de contadores, consultoras de negocios orientadas a las pequeñas empresas. Cámara de comercio. Asociaciones de empresarios, Universidades con centros de emprendimiento, fundaciones.
- **Entidades Públicas:** Municipalidades distritales y provinciales. Gobiernos Regionales. Ministerios. Centros de desarrollo empresarial. COFIDE.
- **Radio y Televisión:** Tanto en señal abierta como por cable, se transmiten programas especializados en gestión de negocios y dirigidos a emprendedores.
- **Prensa escrita:** Secciones dedicadas a los emprendedores y a los emprendimientos que se pueden encontrar en los diarios de circulación nacional. También hay medios especializados en Micro y pequeñas empresas.
- **Internet:** Este medio nos presenta sitios páginas con textos, videos y tutoriales, que cubren prácticamente todos los ámbitos de los negocios y empresas de pequeña escala.

Entonces, Lastra nos indica que si queremos tener un negocio que se consolide y crezca orgánicamente y si sabemos que la capacitación nos ayudará en ese objetivo estratégico, nos pide utilizar los medio señalados para sacarles el máximo beneficio.

Asimismo, Lastra en su artículo La capacitación como herramienta de formalización empresarial, nos manifiesta que las organizaciones empresariales, están constituidas por dos conjuntos de elementos básicos: los físicos y los humanos.

Entro los elementos físicos encontramos: las materias primas e insumos, las máquinas y equipos, y el dinero. Mientras que en los aspectos humanos están las personas, con toda su complejidad de las ahora llamadas, habilidades “duras” y “blandas”. Por tanto, aceptamos que la formalidad empresarial puede ser entendida como la manera de funcionar de una organización, actualmente se acepta que son las habilidades blandas o sociales de las personas las que determinan el nivel de productividad y competitividad, es decir de su formalización. Asimismo, este orden de ideas, es que se acepta que son las personas con su comportamiento las que determina la calidad del desempeño de la empresa, que puede ser comercial industrial, de servicios; cooperativa, privada o pública; micro, pequeña, mediana o grande. Entonces es la calidad de la persona la que determina el nivel de productividad y competitividad de las empresas. Por tanto, las organizaciones que invierten en el desarrollo y fortalecimiento de la mentalidad u las actitudes empresariales de sus integrantes, son las que generan mejor clima laboral y rentabilidad económica y social.

Lastra nos menciona que, para lograr la verdadera formalización de su negocio o empresa, debemos realizar de manera sostenida cuatro líneas de acción: Inducción, Formación, Actualización y Perfeccionamiento.

- **Inducción:** En esta etapa se busca que las personas que se incorporan a la empresa, conozcan los orígenes de la idea del negocio y compartan su visión, misión y valores corporativos, para trabajar de manera corporativa. Charlas mensuales, videos institucionales y conversatorios con jefes.
- **Formación:** Es el entrenamiento continuo para que los trabajadores aprendan y dominen las tareas y actividades correspondientes a cada uno de los puestos. Esto los puede llevar a especializarse (tener un oficio). Se busca que se haga bien el trabajo
Instructivos (manuales), charlas continuas, seminarios y cursos internos y externos, tutores, mentores, padrinos, rotación de puestos, promociones (ayudante, auxiliar, asistente, sub jefe de, jefe de)
- **Actualización:** Hacer que el personal esté al tanto de las “novedades” de su especialidad y de los procesos productivos de la empresa. Lecturas, asistir a eventos externos (congresos, pasantías)
- **Perfeccionamiento:** Es inducir a los trabajadores a que busquen maneras de hacer mejor lo que actualmente están haciendo bien. Grupos de mejora de la calidad, concursos de propuestas.

Matute, Albújar, & Janampa, 2008, nos presentan su colección Sistema nacional de capacitación para la mype peruana, donde nos dan a conocer sobre la capacitación y competencias, que asu vez se define como un proceso continuo de enseñanza y aprendizaje en el que se desarrollon las habilidades y destrezas de las personas, las cuales les permiten un mejor desempeño en sus labores habituales. Por tanto, desde el punto de vista de las empresas e instituciones, la capacitación debe realcionarse directamente con el puesto que desempeña, y los conocimientos adquiridos

deben estar orientados hacia la superación de fallas o carancias observadas durante el proceso de evaluación de sus integrantes. Asimismo, se define la capacitación profesinal como suplemento de conocimientos teóricos y prácticos con el fin de aumentar la versatilidad y movilidad ocupacional del trabajador o mejor su desempeño en su puesto laboral, pudiendo lograr en ciertos casos la competencia adicional requerida para ejercer otra ocupación afín o complementaria. Por otro lado agrega, que las competencias son aquellos elementos actualizados en una situación concreta que sirven para el logro de un resultado específico, se define las competencias como la capacidad real del individuo de dominar el conjunto de tareas inherentes a la función por realizar. A diferencia de las competencias, la calificación se define como la capacidad potencial que posee el individuo para llevar a cabo las tareas que han sido establecidas a priori para un determinado puesto laboral, la cual fue adquirida a lo largo de los procesos formales de socialización y educación.

Por tanto, la capacitación y desarrollo empresarial, se ha revisado la literatura específica con el objetivo de sustentar la premisa de que la capacitación permite del desarrollo de la empresa. Se ha encontrado trabajos de autores que poseen diversas opiniones sobre la relación entre capacitación/competitividad, capacitación/productividad, etc. Las más resaltantes se mencionan a continuación:

- Existe un nexo empíricamente significativo entre mejora de la formación y aumento de la productividad. La disponibilidad de mano de obra capacitada y formada es un factor importante para tomar decisiones de innovación en las empresas y de inversión.

- Por otro lado, se estima una elasticidad entre la productividad media de la empresa y gasto en capacitación de 0,09. Esto significa que un aumento (descenso) de 10% en el gasto de capacitación de las empresas conducirá a un aumento (o descenso) de la productividad de casi 1%.
- Cuando el lado de la oferta se encuentra bien organizada y con buen nivel técnico en temas relevantes para la demanda de las empresas, su demanda por capacitación tenderá a crecer, porque encontrarán que la oferta contribuye efectivamente a elevar su productividad. Por el contrario, si los demandantes conocen que la oferta de servicios de capacitación es de baja calidad y pertinencia, es altamente probable que la demanda efectiva se contraiga.
- Lo que marca una diferencia consiste y una ventaja competitiva de un país o región es la actitud y capacidad de aprender. Es decir, no se trata de disponer de un activo, sino de dar los pasos necesarios para mantenerlo, incrementarlo, potenciarlo y desarrollarlo de manera original.
- Las empresas que capacitan a su personal generan más de 25% de valor agregado que aquellas que no lo hacen.

Por lo tanto, En el 2005, el MTPE, indicaba que el desarrollo de la mype, se basa en tres pilares: búsqueda de mercados nacionales e internacionales, financiamiento tradicional y no tradicional, y capacitación en gestión empresarial. Según la Dirección Nacional para la Mype (DNMYPE), del MTPE, el primer pilar era responsabilidad del hoy desaparecido Prompyme; y, respecto al segundo pilar, sobrepasó el presupuesto que la DNMYPE manejaba en ese momento, por lo que sus principales acciones estuvieron dirigidas a incrementar la capacitación en mype (MTPE)

2.2.4 Teorías de la rentabilidad

Lizcana 2004, manifiesta que la rentabilidad es amplio donde admite diversos enfoques y proyecciones, y actualmente existen diferentes perspectivas de lo que puede incluirse dentro de este término en relación con las empresas; se puede hablar así de rentabilidad desde el punto de vista económico o financiero, o también se puede hablar de rentabilidad social, incluyendo en este caso aspectos muy variados como pueden ser los aspectos culturales, medioambientales, etc., que vienen a configurar los efectos positivos o negativos que una empresa puede originar en su entorno social o natural. Asimismo, desde el punto de visto, la rentabilidad puede considerarse, a nivel general, como la capacidad o aptitud de la empresa de generar un excedente a partir de un conjunto de inversiones efectuadas. En tal sentido, se puede afirmar que la rentabilidad es una concreción del resultado obtenido a partir de una actividad económica de transformación, de producción, y/o de intercambio. El excedente aparece en la fase o etapa final del intercambio. Es por ello que la medición del resultado adquiere una significación concreta en tanto se compara con los factores implicados para su obtención: los recursos económicos y los recursos financieros.

Manifiesta también la disociación entre recursos económicos y recursos financieros constituye la base fundamental sobre la que se establece la correspondiente distinción entre rentabilidad económica y rentabilidad financiera. Por consiguiente, la rentabilidad suele ser analizada desde las dos perspectivas esenciales ya apuntadas: por un lado, la rentabilidad de los propietarios de la empresa, esto es, la rentabilidad financiera; por otra parte, la rentabilidad suele venir referida al conjunto de activos empleados en la

actividad de la empresa, denominándose en este caso rentabilidad económica. Por lo tanto, se puede considerar otro aspecto al analizar la rentabilidad de la empresa, como es el nivel de recursos financieros que genera internamente (cash-flow económico) en proporción a su output, esto es, su volumen de ingresos. Ello nos lleva a otra magnitud que se denomina rentabilidad autogenerada. El análisis de estos tres tipos de rentabilidad es objeto de un análisis pormenorizado seguidamente.

✓ **Evaluación de la Rentabilidad Económica.** La forma en que se determina la rentabilidad económica consiste en comparar el resultado alcanzado por la empresa y ello con independencia de la procedencia de los recursos financieros implicados, en relación con los activos empleados para el logro de tal resultado. Así como:

$$\text{RENTABILIDAD ECONÓMICA} = \frac{\text{Resultado del período}}{\text{Activo total}}$$

También se puede expresar este ratio de una forma más vinculada a la explotación o actividad económica propia de la empresa; en este caso la formulación de este ratio sería:

$$\text{RENTABILIDAD ECONÓMICA} = \frac{\text{Resultado de la explotación}}{\text{Activo total}}$$

Es decir, se puede afirmar que un incremento de la rentabilidad económica puede venir originado por un aumento del margen de beneficio, mediante una reducción de los costes, o aumento del precio venta, o por un incremento de la rotación de activos, aumentando la cifra de ventas, o bien disminuyendo el conjunto de activos implicados. Por consiguiente, En cuanto a los argumentos para tomar como variable de cálculo el resultado

de explotación, en lugar del resultado final, una razón puede radicar en el hecho que el resultado de explotación, al tomar en consideración únicamente las operaciones relacionadas con su actividad principal, permite identificar qué incidencia tiene, en el nivel de actividad, el volumen o nivel de inversiones o activos afectos a esta actividad principal. Si se incorporara el resultado neto o líquido, no sería posible conocer esta repercusión, dado que en este resultado se integran los efectos derivados de la política financiera de la empresa –resultado financiero–, y de las operaciones extraordinarias. Por otra parte, una razón de peso para elegir el resultado final es la mayor disponibilidad de este dato de cara a un análisis externo, y la mayor objetividad o grado de acuerdo en la delimitación de esta magnitud.

Asimismo, y en lo que respecta a la medición de los activos, hay posturas que sostiene la inclusión, en el cálculo de la rentabilidad económica, únicamente de los activos afectos a la actividad principal de la empresa, por coherencia con el numerador, que incluye únicamente los resultados derivados de la actividad principal. Por lo tanto, ello supone la eliminación de los activos ajenos a la actividad principal de la empresa, tales como inversiones financieras, inmovilizados inmateriales, en definitiva, todos aquellos activos tanto circulantes como fijos que no estuvieran vinculados al negocio de la empresa. Finalizando, cabe señalar, en ese sentido que el cálculo de la rentabilidad económica basado en la totalidad de los activos de la empresa podría quedar algo desvirtuado en aquellos supuestos en los que la empresa mantuviese cuantiosas inversiones o activos extra funcionales.

✓ **Evaluación de la rentabilidad financiera.** La rentabilidad económica tomaba en consideración los activos utilizados por la empresa, bien la totalidad de ellos o bien los activos o inversiones afectos a la explotación; pues bien, la rentabilidad financiera, que ahora nos ocupa, incorpora en su cálculo, dentro del denominador, la cuantía de los fondos propios, por lo cual esta rentabilidad constituye un test de rendimiento o de rentabilidad para el accionista o propietario de la empresa. Contablemente, el resultado atribuible a los accionistas viene reflejado en la cifra del resultado neto o líquido, esto es, el resultado después de impuestos, incluyéndose a estos efectos incluso los resultados extraordinarios. Por su parte, en lo que respecta a las inversiones efectuadas en la empresa por los propietarios, éstas vendrán medidas por la suma total de los fondos propios existentes al final del ejercicio, por lo que la rentabilidad financiera aparece definida como:

$$\text{RENTABILIDAD FINANCIERA} = \frac{\text{Resultado neto}}{\text{Fondos propios}}$$

Al igual que ocurría en el caso de la rentabilidad económica, la rentabilidad financiera puede descomponerse en otros dos ratios que permitan identificar las causas que pudieran haber originado alteraciones en los niveles de rentabilidad alcanzados en ejercicios consecutivos; así pues, el análisis de la rentabilidad financiera puede efectuarse a través de la determinación del margen de beneficio alcanzado, y por otra parte, evaluando la rotación alcanzada con los fondos propios, tal y como se recoge en la siguiente expresión:

En general, los ratios que determinan el valor por cada acción en relación a variables tales como: beneficio, o cash-flow, y que suelen analizarse en un intervalo temporal, emplean como referencia el número de acciones promedio en circulación; mientras que los ratios que vienen referidos a variables contenidas en el Balance de la empresa, emplearán como referencia el número de títulos en circulación en la fecha de presentación del Balance.

✓ **Evaluación de la rentabilidad autogenerada.** La rentabilidad autogenerada trata de mostrar la capacidad de generación de recursos financieros internos por parte de la empresa. Como fruto de las actividades del período la empresa habrá obtenido, por una parte, un resultado, y por otra, habrá podido dotar unas amortizaciones en relación con el inmovilizado material y/o inmaterial. Tanto una como otra, estas magnitudes representan unos flujos financieros de los que la empresa podrá en buena medida disponer libremente, al menos en el corto plazo.

Por tanto, en lo que se refiere al resultado, cabe señalar la conveniencia de la utilización del resultado bruto, esto es, el resultado antes de impuestos, en lugar del resultado neto, puesto que la primera magnitud es más representativa de los recursos que ha generado la empresa, independientemente de su casuística o circunstancias fiscales en el periodo en cuestión, que pueden distorsionar, o alterar al menos, la cifra anteriormente generada como resultado bruto del periodo. La integración de ambas magnitudes supone, por tanto, la captación bruta de recursos financieros por parte de la empresa, lo cual si se relativiza o se relaciona con la cifra del output, esto es, el volumen total de ingresos, vendrá a suponer

una proporción o porcentaje de tales ingresos, que reflejará la capacidad de autogeneración de recursos por parte de la empresa, lo cual viene a suponer una perspectiva algo distinta de la rentabilidad, más que propiamente económica, realmente económico-financiera, esto es, una magnitud que podría calificarse como híbrida o mezcla de las dos rentabilidades analizadas en los anteriores apartados, esto es, la rentabilidad económica y la rentabilidad financiera.

Mora & Schupnik, nos manifiestan que la rentabilidad de una empresa resulta tan importante que en algunas áreas comerciales como la banca y los seguros, el gobierno central tiene un control constante: si un banco o una empresa aseguradora no da rentabilidad, inmediatamente es intervenida a fin de preservar los posibles daños a sus clientes, así como la corrupción. Por lo tanto en el caso de los seguros, cuando se lanza un nuevo producto, este debe ser sometido primero a través de un actuario a la división del ministerio de hacienda encargada, la superintendencia de seguros, a fin de que ellos determinen si la tasa (presio) aplicada representa la rentabilidad que el producto debe tener. Esto evita una guerra de precios que vaya tanto en contra de la rentabilidad de las empresas como del mercado. Por otro lado siempre existe un margen de competencia, pero este debe ser aprobado por este organismo, si el producto no resulta rentable, su tasa de ver ser aumentado o debe ser discontinuado y finalmente debemos decir que, en el área de mercadeo, los gerentes y las empresas deben ser lo suficiente flexible para modificar y mejorar sus productos cuando el mercado así lo requiera.

Por consiguiente nos enseña como calcular la rentabilidad de un mercado, en donde lo primero que debe cuestionar una empresa es si un

segmento del mercado potencial tiene el tamaño y las características de crecimiento adecuado. Las grandes compañías prefieren segmentos con gran volumen de ventas y suelen subestimar o evitar los segmentos pequeños. Por otro lado, las empresas pequeñas, a su vez, evitan los segmentos grandes, ya que estos requieren demasiados recursos. El crecimiento del segmento es, por lo regular una característica deseable, ya que, las empresas desean que sus ventas y utilidades aumenten; pero al mismo tiempo, la competencia entrará rápidamente en los segmentos en crecimiento y, en consecuencia, disminuirá la rentabilidad de éstos.

En tal sentido un segmento podría tener un tamaño y un crecimiento deseable y no ser atractivo desde el punto de vista de su rentabilidad potencial. Hay cinco fuerzas que se identifican para determinar el atractivo intrínseco a largo plazo de todo un mercado o de algún segmento de éste. Las compañías tienen que evaluar la repercusión sobre la rentabilidad a largo plazo de cinco grupos o riesgos que son los siguientes:

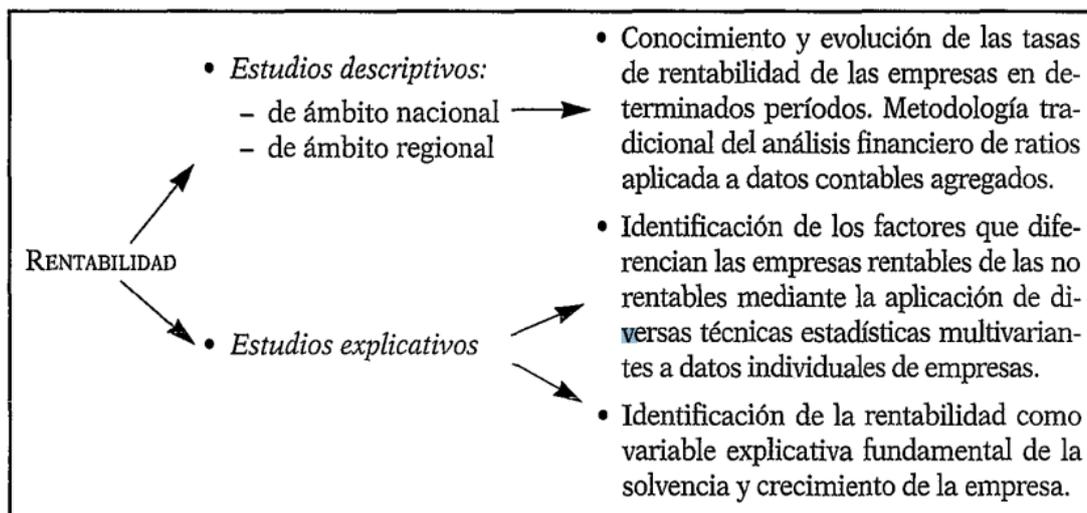
- **Competencia Industrial:** Un segmento no es atractivo si ya contiene competidores numerosos, fuertes o agresivos. El cuadro es aún peor si el segmento es estable o está en decadencia (dentro del ciclo de vida del producto), si los aumentos de capacidad se hacen con grandes incrementos, si los costos fijos son altos, si las barreras de salida son elevadas o si los competidores están bien firmes en el segmento. Estas condiciones llevarán a frecuentes guerras de precios, batallas publicitarias e introducciones de nuevos productos, y a la empresa le costará más poder competir.

- **Participantes Potenciales:** Pueden atraer a nuevos competidores que llegarán con nueva capacidad, recursos sustanciales e impulso para el aumento de la participación. El atractivo de un segmento del mercado, varía en función de la dificultad que implican las barreras contra la entrada o la salida, el más atractivo es aquel cuyas barreras contra la entrada son altas y las barreras contra la salida son escasas. Cuando tanto las barreras contra la entrada como las de salida son altas, el potencial para generar utilidades es elevado, pero en general conlleva a más riesgos porque las compañías cuyo rendimiento es pobre permanecen dentro y luchan por salir. Cuando ambas barreras son mínimas, las compañías pueden entrar o salir con facilidad de la industria y los rendimientos son estables y bajos.
- **Sustitutos:** Un segmento no es atractivo si existen sustitutos reales o potenciales del producto. Los sustitutos limitan los precios y utilidades potenciales que se pueden obtener en un segmento. La empresa tiene que observar muy de cerca las tendencias de los precios en los sustitutos. Si la tecnología avanza o la competencia aumenta en estas industrias sustitutas, es probable que los precios y utilidades disminuyan en el mercado.
- **Compradores y Proveedores:** Un segmento no es atractivo si los compradores poseen un fuerte o creciente poder de negociación. Los compradores tratarán de hacer que los precios bajen, demandarán mejor calidad o servicios y pondrán a los competidores unos en contra de otros; todo esto a expensas de la rentabilidad del vendedor. Aun si el mercado muestra un tamaño y crecimiento positivo y es atractivo estructuralmente la empresa debe tomar en cuenta sus propios objetivos y recursos con relación a dicho mercado o segmento seleccionado. Algunos son atractivos y podrían

desecharse porque no concuerdan con los objetivos de la empresa, ésta debe considerar si posee las habilidades y recursos que se requieren para tener éxito en dicho mercado.

Durand & Rafael, 2012 manifiesta en su tesis, sobre el crédito informal y la rentabilidad de las Mypes en la industria del calzado ciudad de huancayo, donde agregan que en los últimos años tiene una importante participación activa de las Mypes en la lucha contra el desempleo así como en el desarrollo económico; es por ello que se requiera elevar la rentabilidad para lograr una reducción significativa de la pobreza en el Perú. Asimismo siendo el propósito de esta investigación el de establecer la necesidad e importancia del uso del crédito formal para el desarrollo de las Mypes, así mismo la participación activa de las instituciones financieras, gobiernos central, local y regionales en fomentar y cultivar una cultura financiera en la ciudad de huancayo.

Agreda, Gonzalez Pérez, Correa Rodríguez, & Acosta Molina, 2001, en su artículo sobre los factores determinantes de la rentabilidad de las pymes, nos habla de la revisión de la literatura empírica sobre la rentabilidad se desprende la existencia de dos grandes grupos de trabajos, atendiendo al objetivo y metodología de los mismos, que identificamos con las dos líneas de investigación siguiente: una de marcado carácter descriptivo y otra de corte explicativo, cuyas características resumen en el siguiente esquema:



2.3 Marco Conceptual:

2.3.1 Definiciones de Micro y Pequeña Empresa:

Microempresas y Pequeñas Empresas: Las MPEs han sido definidas de varias maneras. La discusión sobre definiciones teóricas y operativas de micro y pequeña empresa ha estado asociada a la discusión de la década de los setenta sobre el sector informal. Aunque sin consenso al respecto, las diversas definiciones operativas han estado referidas principalmente a la actividad económica, valor de capital, número de trabajadores o valor del producto. Unos denominan microempresas (MEs) a aquellas unidades con hasta diez trabajadores, y pequeñas a aquéllas de once a veinticinco trabajadores (IPC, 1994 y 1993). Otros prefieren cruzar criterios de actividad, número de trabajadores y valor de capital (Tokman, 1977). Así, la ME en la actividad 4 manufacturera tiene hasta cuatro trabajadores y no más de EU\$300 como valor de capital, mientras que la ME en comercio puede tener hasta 9 trabajadores. La pequeña empresa (PE) es definida de manera similar. Para los propósitos del presente trabajo, la distinción relevante entre micro y pequeña empresa y el resto de las firmas es el

requerimiento que estas MPEs tienen por servicios financieros, por un monto y/o escala que no es provisto por el sector financiero privado moderno. Por ello, referencias al tamaño por número de trabajadores, nivel de ventas o capital, o al tipo de actividad económica, son sólo complementarias para identificar a las MPEs. Autosuficiencia: capacidad de alcanzar metas presentes sin comprometer la capacidad de alcanzar futuras objetivos. El objetivo de proveer de servicios a la MPE de forma continua requiere de instituciones económicamente autosostenibles, vale decir autosuficientes. Para las instituciones financieras y las empresas en general, este concepto implica autosuficiencia económico-financiera. La autosuficiencia financiera se obtiene si el retorno al capital, neto de cualquier subsidio recibido, es igual o mayor al costo de oportunidad de los fondos en el mercado (Schreiner y Yaron, 1998). El concepto pertinente para las MIFIs es éste de autosuficiencia económico-financiera, y no sólo el de suficiencia financiera, si es que las MIFIs aspiran a continuar en el mercado aún si las donaciones o fondos subsidiados se extinguieran (Schreiner, 1997^a). 5 Instituciones Financieras para las MPEs (MIFIs): Son aquéllas que proveen servicios financieros a las MPEs, en base a recursos propios y/o aquellos provenientes del gobierno y/o de agencias internacionales. Estas organizaciones financieras pueden ser ellas mismas pequeñas o grandes, locales o foráneas. Entre las MIFIs podemos distinguir principalmente:

- **Bancos de desarrollo**, que incluyen usualmente programas de crédito subsidiado para pequeños productores rurales o urbanos; fueron las MIFIs favoritas de la cooperación internacional durante los setentas, antes de sus continuas bancarrotas económicas, y paupérrimos resultados sociales, en

términos de alcance de los grupos metas (Adams, González Vega y Graham, 1984).

- **Cooperativas de crédito**, que usualmente operan a escala menor; diversas experiencias fallidas les han permitido pobre atención a los requerimientos financieros de las MPEs, pese a programas de ayuda externa (Richardson, 1994; Chaves, R., 1994).

- **Organizaciones no gubernamentales (ONGs)**, que usualmente tienen como fin último atender problemas de pobreza, siendo el crédito parte de los servicios provistos a sus grupos meta; éste es el tipo de institución favorecida actualmente por la comunidad internacional, bajo la expectativa de que sus objetivos sociales son similares (Schmidt y Zeitinger, 1996b y 1994).

- **Bancos comerciales**, cuyo rol, aunque pequeño ha empezado a expandirse para las MPEs, por las diversas formas o arreglos institucionales hechas con donantes internacionales y otras ONGs (Chaves, E. y Chacaltana, 1994);

- **Bancos municipales**, que, como en el caso peruano, llegaron a ser financieramente importantes para las MPEs de las áreas urbanas en que operan (Lepp, 1994, 1991).

- **Diversos agentes informales de crédito**, cuyo rol en los requerimientos financieros de las MPEs parecen relevantes (Adams y Fitchett, 1994).

Grupos Meta: En el marco de las políticas orientadas a las MPEs, grupo meta se define como el conjunto de pequeñas y microempresas urbanas y rurales, que podrían ser clientes potenciales de bancos comerciales, pero que no tienen acceso a fuentes formales de financiamiento (IPC, 1994).

Gobiernos y donantes adoptan diversas 6 perspectivas al definir su grupo

meta, y sus acciones varían entre unas más moderadas/ específicas (i.e., con fondos sólo para servicios financieros), y otras más drásticas/ globales (i.e., con fondos para provisión de todo tipo de servicios). Este segundo tipo de aproximación ha sido popular, aunque generalmente negativa en la experiencia pasada. Comunidad Internacional y Donantes: Incluimos aquí a todas las organizaciones internacionales públicas o privadas que proveen recursos financieros y humanos cuyos beneficios deben servir en primer lugar no a ellos mismos, sino a grupos meta claramente definidos por ellos, en este caso a grupos específicos de MPEs. En la práctica, todas estas organizaciones son de países desarrollados. Ellas participan indirectamente en el mercado de servicios para MPEs a través de la provisión de fondos, conocimientos técnicos, entrenamiento en aspectos financieros y no-financieros, así como en otros campos más globales que afectan las condiciones de entorno de la MPE. Además, ellas pueden establecer acuerdos con gobiernos locales, o con gremios empresariales e instituciones, para promover actividades de investigación y difusión.

- **Características de las MYPE: Número de trabajadores:**

Microempresa: de uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive.

Pequeña Empresa: de uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive.

- **Ventas anuales**

Microempresa: hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Pequeña Empresa: hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la Pequeña Empresa será determinado por Decreto Supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas cada dos (2) años y no será menor a la variación porcentual acumulada del PBI nominal durante el referido período.

Las entidades públicas y privadas promoverán la uniformidad de los criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea que permita dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector.

Ya no se definirá el tipo de empresa por su número de trabajadores sino solo por el tamaño de sus ventas. De este modo una microempresa podrá contratar más personas que las diez a las que antes estaba limitada. Desde ahora una Microempresa será la que tiene ventas anuales hasta por un monto máximo de 150 UIT (S/.555 mil) y una Pequeña Empresa la que vende entre 150 UIT (S/.555 mil) y 1.700 UIT (S/.6'290.000), y la Mediana Empresa cuyas ventas anuales mayores a 1700 UIT y hasta el máximo de 2300 UIT.

Agrega Perú Pymes, durante los tres primeros años, desde su inscripción en el Remype, las nuevas empresas no serán sancionadas al primer error si cometen una falta laboral o tributaria, sino que tendrán la posibilidad de enmendarlo sin tener que pagar multas. Esta norma no se aplicará cuando en un lapso de 12 meses la empresa incurra en la misma infracción en dos o más oportunidades. Si una microempresa supera el monto de ventas que manda la ley podrá tener plazo de un año para pasar ya como pequeña empresa al régimen laboral especial que le correspondería.

De igual modo, si una pequeña empresa vende más de lo establecido tendrá hasta tres años para pasar al régimen general.

Concluye Perú Pyme, 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. El Remyte, que permanece hoy bajo la administración del Ministerio de Trabajo, pasará a la Sunat. Las empresas individuales de responsabilidad limitada podrán estar en el Nuevo Régimen Único Simplificado (Nuevo Rus) que antes solo estaba dirigido a las personas naturales. Con esto tendrán algunos beneficios tributarios, 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 Mypes. El Estado tiene la obligación de comprarle a las Mypes al menos el 40% de lo que requiere.

a. **Compra:** Es la actividad que incluye el conocimiento de la necesidad, localización y selección del suministrador, negociación con el establecimiento de precio y términos, seguimiento para el aseguramiento de la entrega.

Clasificación de las compras:

Existen varios criterios para clasificar las compras, entre ellos:

- **Por tipo de requerimiento:** Se refiere al área que solicita el insumo; ejemplo Materia prima, Material de oficina, Energía, Mantenimiento, Herramientas, etc.
- **Por frecuencia:** Tienen esta clasificación en dependencia de la cantidad de órdenes que se emiten en un período de tiempo; anuales, mensuales, etc.

- **Naturaleza química o física:** En dependencia del material que se compra; Granos, Líquidos, áridos, productos peligrosos, explosivos, etc.
- **Tipo de transporte:** Marítima, aéreo, ferroviario, cisternas, silos, etc.
- **Valor en inventario:** Se refiere a la cantidad de dinero inmovilizado por concepto de inventario de los productos comprados.

La compra implica necesariamente otra operación: La venta. Se trata de actividades opuestas: quien compra entrega dinero para recibir un bien o servicio, mientras que quien vende entrega el **bien** o **servicio** a cambio del dinero. Esto quiere decir que el comprador entrega dinero al vendedor y éste hace lo propio con el **producto**.

b. **Ventas:** Es la acción y efecto de vender (traspasar la propiedad de algo a otra persona tras el pago de un precio convenido). El termino se usa tanto para nombrar a la operación en sí misma como a la cantidad de cosas que se venden. Por ejemplo “La venta de tortas fue un éxito: hemos recaudado más de doscientos pesos”, “Mi padre me informó que la venta de la fábrica fue suspendida ante ciertas trabas legales”, “Juan Antonio se dedica a la venta de inmuebles”

La venta también es el contrato a través del cual se transfiere una cosa propia a dominio ajeno por el precio pactado. La venta puede ser algo potencial (un producto que está a la venta pero que aún no ha sido comprado) o una operación ya concreta (en este caso, implica necesariamente la compra).

Es importante tener en cuenta que dentro de este sector es frecuente hablar de lo que se conoce como venta directa. Se trata de un término que viene a expresar a aquella que se realiza fuera de un local comercial,

concretamente es la que se lleva a cabo directamente al consumidor de manera frecuente en su hogar o bien en lugares donde se le realiza una demostración personalizada.

Como venta a domicilio también se conoce a aquella que es fundamental que el vendedor no sólo desarrolle una contundente, atractiva y convincente exposición oral del producto o servicio sino también un esmero cuidado de lo que es la comunicación no verbal. De esta manera, nos referimos a su vestimenta, sus gestos, la sonrisa y el mirar directamente a los ojos del futuro cliente.

En la actualidad, con el desarrollo inevitable del Internet, se ha producido la explosión de otro tipo de venta, la **online**. Esta consiste en que el consumidor acceda a la página web de una empresa en cuestión donde conocerá todos los productos que le ofrece. De esta manera elegirá el que desea, dará los datos de su tarjeta de crédito y recibirá cómodamente en su hogar aquel artículo que ha adquirido. Suele hablarse de **compra-venta** para hacer mención a la operación bilateral donde el vendedor entrega una cosa determinada al comprador, quien paga por ella un precio. Lo habitual es dicho pago se realice en dinero, ya que si se escoge otro objeto a cambio estamos ante un trueque.

La venta de **productos** o **servicios** constituye la base de las operaciones de las **empresas**. A través de estas ventas, las compañías obtienen ingresos. El hecho de ser rentables dependerá de muchos otros factores, como la gestión de costos.

Cabe destacar que pueden venderse cosas materiales (como una computadora o una pelota) o simbólicas (como el pase de un jugador de

fútbol). Además de todo lo expuesto no podemos pasar por alto el hecho de que venta es también como se conoce a la casa que, fundamentalmente años atrás, se establecía en los caminos para poder ofrecer alojamiento y alimento a todos los viajeros que transitaran por aquellos.

c. **Comercio:** El termino comercio proviene del concepto latino *commercium* y se refiere a la **transacción** que se lleva a cabo con el objetivo de **comprar o vender un producto**. También se denomina comercio al local comercial, negocio, botica o tienda, y al grupo social conformado por los comerciantes. Por ejemplo: “Mi padre se dedica al comercio de frutas y verduras en el mercado mayorista”, “Abrieron un comercio de ropa justo al lado de mi casa”, “Asalto a un comercio en el barrio de Santa Catalina”: La policía detuvo a tres delincuentes”.

El comercio, en otras palabras, es una **actividad social y económica** que indica la adquisición y el traspaso de mercancías. Quien participa de un acto de comercio puede comprar el producto para hacer un uso directo de él, para revenderlo o para transformarlo. En general, esta operación mercantil implica la entrega de una cosa para recibir, en contraprestación, otra de valor semejante. El medio de intercambio en el comercio suele ser el **dinero**.

No obstante, hay que subrayar que, hasta la aparición del dinero, las antiguas civilizaciones lo que hacían era llevar a cabo el comercio mediante lo que se denominaba trueque. Esta operación consistía en adquirir un producto en concreto de un vendedor al que se la pagaba otorgándole otro producto que este necesitara. De esta manera podríamos recalcar que dicha operación comercial se basaba fundamentalmente en el intercambio de productos de primera necesidad tales como podían ser los alimentos.

Asimismo, y haciendo uso de la Historia, también hay que decir que existieron en el pasado lo que se dieron en llamar rutas comerciales. Estas no eran más que diversos trayectos o itinerarios que ejercían como enlaces entre lo que eran las zonas donde se producía un determinado producto y las que, sin embargo, lo demandaban. Entre las rutas comerciales más conocidas nos encontramos, por ejemplo, con la de la seda que unía China con Europa; la Ruta de Nueva España que ejercía como vínculo entre Asia y América con Europa; o la famosa ruta de las especias que unía el viejo continente con lugares de Oceanía, China e India.

Itinerarios todos ellos que en muchas ocasiones fueron los “culpables” de que se llevara a cabo el descubrimiento de nuevos lugares y rincones del mundo y de que se impulsara la creación y la innovación en áreas como la científica o la tecnológica. Algunos de los personajes históricos que han sido fundamentales en el desarrollo de dichas rutas son Marco Polo o Vasco de Gama. Comerciante es aquella **persona**, ya sea jurídica o física, que vive del comercio. Por lo tanto, la actividad comercial constituye su sustento de vida.

Existen distintas clases de comercio según sus características. El **comercio minorista** (también conocido como **comercio al por menor**) se lleva a cabo entre el vendedor y el consumidor final (la persona que adquiere el producto para utilizarlo o consumirlo). En el **comercio mayorista** (o **comercio al por mayor**), en cambio, el comprador no es quien consume o usa el producto adquirido. Su intención es poder concretar una venta posterior del mismo producto, a un precio más alto del pagado.

2.3.2 Definiciones de Financiamiento.

El concepto de fuente tiene varios usos. El término puede emplearse para aludir el **sostén**, el **soporte** o la **base** de algo. El **financiamiento**, por otra parte, es el **acto y el resultado de financiar**: otorgar dinero para solventar algo, cubrir los costos de un proyecto o actividad. Una fuente de **financiamiento**, por lo tanto, es el **origen de un recurso económico** que permite la cobertura de un gasto o de una inversión. Por lo general se trata de un **banco** o de otro tipo de institución financiera.

Habitualmente se recurre a una fuente de financiamiento cuando se necesita un **crédito** que permite complementar los recursos propios. Supongamos que el dueño de una pyme quiere adquirir una máquina para incrementar su capacidad productiva. Debido al costo elevado del dispositivo, decide recurrir a una fuente de financiamiento para obtener un préstamo, que prevé devolver gracias a los ingresos que consigna a partir de la puesta en marcha del equipamiento en cuestión. Un banco, en este marco, presta el dinero que el empresario invierte en la compra de máquina.

La fuente de financiamiento de un programa gubernamental que otorga **subsidios** a cineastas para el desarrollo de películas, en tanto, puede ser una determinada área del gobierno, como la **Secretaría de Cultura**. Esto quiere decir que el dinero que se concede a través de este programa surge del **presupuesto** de esta dependencia. En el caso del banco que presta **dinero**, actúa como fuente de financiamiento para obtener una **ganancia** (el **cobro de intereses**). La Secretaría de Cultura que es la fuente de financiamiento de un programa que da subsidios, en cambio, no pretende un beneficio económico por su accionar.

2.3.3 Definiciones de Capacitación.

Se denomina **capacitación** al **acto y el resultado de capacitar**: formar, instruir, entrenar o educar a alguien. La capacitación busca que una **persona** adquiera capacidades o habilidades para el desarrollo de determinadas acciones. Por ejemplo: “Mañana habrá una jornada de capacitación para el personal de enfermería del hospital municipal”, “Cuando me contrataron, tuve un mes de capacitación antes de empezar a atender al público, “No creo que Gómez deba ser el director técnico del seleccionado nacional: no tiene la capacitación suficiente”.

Es importante señalar que la necesidad de aplicar procesos de capacitación en las empresas comienza cuando se detecta una diferencia entre los conocimientos que tienen los trabajadores y los que deberían tener para llevar a cabo sus **tareas**. Para evidenciar dicha falta de equilibrio se suelen realizar evaluaciones de desempeño con una cierta frecuencia.

En la actualidad, en muchas empresas ya no existen los puestos de trabajo definidos de forma estática, ya que los constantes cambios en la **organización** suelen llevar a los empleados a cubrir varios campos. Si bien esto no significa que cada persona deba tener más de una especialidad, las exigencias del mercado y las fechas de entregas ajustadas no siempre pueden satisfacerse con una actividad normal y ordenada.

La capacitación en el ámbito empresarial debe aplicarse en diferentes etapas, cada con sus propias características y necesidades, y en todos los casos se trata de una **inversión** invaluable del tiempo, energía y dinero. Veamos las cuatro principales:

• **Inducción:** se trata de la capacitación que la empresa brinda a los trabajadores cuando ingresan, antes de que comiencen con su normal desempeño. Por lo general, los responsables de esta fase de instrucción son los supervisores, ya que sólo ellos saben exactamente qué conocimientos y habilidades necesitan los miembros de sus equipos. Para que la acción sea **planificada** y uniforme, las pautas deben ser plasmadas por escrito.

• **Entrenamiento:** esta capacitación la recibe el personal operativo, generalmente en el mismo lugar de trabajo, cuando surgen nuevas tecnologías o funciones que la compañía espera que conozca y domine como parte de sus tareas cotidianas;

• **Formación básica:** se lleva a cabo en **empresas** de un cierto nivel, y consiste en capacitar a personas jóvenes con una preparación especial, con conocimiento generales de toda organización, para luego destinarlas a diferentes puestos;

• **Desarrollo de jefes:** es uno de los emprendimientos más difíciles, ya que este tipo de capacitación busca formar actitudes, más que brindar habilidades o conocimientos. Mientras que en los demás procesos se involucra la **gerencia**, en éste es necesaria la acción de la gerencia general y de los niveles más altos de la compañía.

2.3.4 Definiciones de Rentabilidad.

Se define la **rentabilidad** como la **condición de rentable** y la **capacidad de generar renta** (beneficio, ganancia, provecho, utilidad). La rentabilidad, por lo tanto, está asociada a la obtención de **ganancias** a partir de una cierta **inversión**. Lo habitual es que la rentabilidad haga referencia a

las **ganancias económicas** que se obtienen mediante la utilización de determinados **recursos**. Por lo general se expresa en términos porcentuales.

Tomemos el caso de una panadería que, para producir cada kilogramo de pan que venden a **20 pesos**, necesita invertir **15 pesos**. Dicha cifra influye las materias primas, el gasto en electricidad y gas, los **impuestos**, etc. De este modo, la panadería obtiene una rentabilidad de **5 pesos** por cada kilogramo de pan que vende.

Se conoce como rentabilidad **económica**, en definitiva, al rendimiento que se obtiene por las inversiones. En otras palabras: la rentabilidad refleja la ganancia que genera cada peso (dólar, euro, yen, etc.) invertido. Supongamos que el **ratio** de una compañía **X** es **25%** quiere decir que la firma obtiene **una ganancia de 25 pesos por cada 100 pesos que invierte**.

La rentabilidad también puede asociarse a los intereses que genera una **inversión financiera**. Una entidad bancaria puede ofrecer una rentabilidad de **10%** a los clientes que depositan el dinero en plazo fijo. De esta manera, la **persona** que deposita **1,000 dólares** en un plazo fijo a treinta días, recibirá **1,100 dólares** al momento del vencimiento. Por lo tanto, ganará **100 dólares** debido a que la rentabilidad asegurada de la inversión que realizó (**1,000 dólares** en un plazo fijo) era el **10%**.

La **rentabilidad social**, por su parte, es un fenómeno que se da cuando el desarrollo de una actividad ofrece **beneficios** en una magnitud mayor a las pérdidas, a toda la sociedad, sin importar si resulta rentable desde un punto de vista económica, definido en un párrafo anterior, ya que en ese caso sólo importa si la actividad es beneficiosa para su promotor.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y nivel de la investigación

3.1.1 Tipo de investigación.

El estudio fue de tipo cuantitativo, porque en la recolección de datos y la presentación de los resultados se utilizó procedimientos estadísticos e instrumentos de medición numéricos. Canales (2006), nos presenta una de las primeras aplicaciones de medición cuantitativa. La forma básica del saber cuantitativo estaba ya puesto en ese estudio: por una parte, unas tasas-presencia-ausencia de propiedad o evento determinado, medido en un conjunto numeroso de individuos o unidad de análisis (muestra), (p.14).

3.1.2 Nivel de investigación

El nivel de investigación fue descriptivo simple, debido a que solo se limitó a describir las principales características de la variable en estudio. Hernandez, Fernandez & Baptista (2010), manifiestan en su investigación descriptiva en la cual busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, un objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas.

3.2 Diseño de la investigación

El diseño de la investigación que se utilizó fue no experimental – transversal – retrospectivo – descriptivo.

M —————> O

Dónde:

M = Muestra conformada por las micro y pequeñas empresas dedicadas al sector comercio, rubro compra y venta de repuestos Automotriz en el distrito de Callería 2018, encuestadas.

O = de las variables complementarias y principal.

No experimental

Fue no experimental porque se realizó sin manipular de liberadamente la variable, se observará el fenómeno tal como se mostró dentro de su contexto.

Descriptivo

Fue descriptivo porque el estudio se limitó a describir las principales características de las variables complementarias y principal.

3.3 Población y muestra

3.3.1 Población.

La población fue conformada por 30 micro y pequeños empresarios dedicados al sector comercio, rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería, 2018. Las mismas que se encuentran ubicados en el sector y rubro del estudio.

3.3.2 Muestra.

De la población en estudio se tomó como muestra a 30 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería, 2018, el cual representa el 100% del universo.

3.4 Definición y Operacionalización de variables

Cuadro 1, Perfil de los propietarios

Variable	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Perfil de los propietarios y/o gerentes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta repuestos automotriz del distrito de Callería, 2018.	Son algunas características de los propietarios y/o gerentes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta repuestos automotriz del distrito de Callería, 2018	Edad	Razón: Años
		Sexo	Nominal: Masculino Femenino
		Grado de instrucción	Nominal: Primaria Secundaria Superior Universidad
		Estado Civil	Soltero Casado Conviviente Divorciado
		Profesión	Mecánico Administrador Contador Profesor

Fuente Elaboración propia

Cuadro 2 Micro y pequeñas empresas

Variable	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta repuestos automotriz del distrito de Callería, 2018.	Son algunas características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta repuestos automotriz del distrito de Callería, 2018.	Giro del negocio de las micro y pequeña empresa	Nominal: Especificar
		Antigüedad de las micro y pequeña empresa	Razón Un año Dos años Tres años Más de tres años
		Número de trabajadores	Razón: 01 06 15 16 – 20 Más de 20
		Objetivo de las micro y pequeñas empresas.	Nominal: Maximizar ganancias Dar empleo a la familia Generar ingresos para la familia Otros: especificar

Fuente Elaboración propia

Cuadro 3 Financiamiento

Variable	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta repuestos automotriz del distrito de Callería, 2018.	Son algunas características relacionadas con el financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería, 2018.	Solicitó crédito	Nominal: Si No
		Recibió crédito	Nominal: Si No
		Monto del crédito solicitado	Cuantitativa: Especificar el monto
		Monto del crédito recibido	Cuantitativa: Especificar el monto
		Entidad a la que solicitó el crédito	Nominal: Bancaria No bancaria
		Entidad que le otorgó el crédito	Nominal: Bancaria No bancaria
		Tasa de interés cobrada por el crédito	Cuantitativa: Especificar la tasa
		Crédito oportuno	Nominal: Si No
		Crédito inoportuno	Nominal: Si No
		Monto del crédito: Suficiente Insuficiente	Nominal: Si No Si No
		Cree que el financiamiento mejora la rentabilidad de su empresa	Nominal: Si No

Fuente Elaboración propia

Cuadro 4 Capacitación

Variable	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta repuestos automotriz del distrito de Callería, 2018.	Son algunas características relacionadas con la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería, 2018.	Recibió capacitación	Nominal: Si No
		Cuántas veces se capacitó	Nominal: Uno Dos
		Qué tipo de capacitación recibió	Nominal: Especificar el tipo
		Considera que la capacitación es una inversión	Nominal: Si No

Fuente Elaboración propia

Cuadro 5 Rentabilidad

Variable	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería, 2018.	Percepción que tienen los propietarios y/o gerentes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta repuestos automotriz del distrito de Callería, 2018.	Percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los dos últimos años	Nominal: Si No
		Percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por el financiamiento recibido.	Nominal: Si No

Fuente Elaboración propia

3.5 Técnicas e instrucciones

3.5.1 Técnicas

Para el recojo de la información de la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta.

3.5.2 Instrumento

Para el recojo de la información se utilizó un cuestionario estructurado de 36 preguntas cerradas, en función a los objetivos específicos planteados y de la definición operacional de las variables.

3.6 Procedimiento de recolección de datos

Para la recolección de datos se hicieron coordinaciones previas con la Dirección Regional de Trabajo y Promoción del Empleo – Ucayali, Dirección Regional de la Producción de Ucayali así mismo como a la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo al Área de Comercialización del distrito de Callería, quienes nos proporcionaron el listado de empresas registradas en dichos ministerios bajo el rubro de Compra y Venta de Repuestos Automotriz.

Luego se coordinó con los representantes y gerentes de cada rubro repuestos dispuestos a proporcionar información para nuestro trabajo de investigación, lo que a su vez permitió determinar la muestra no probabilística o dirigida.

Una vez seleccionada la muestra en forma dirigida, se procedió aplicar el cuestionario correspondiente a los representantes y gerentes de dichos establecimientos.

3.7 Plan de análisis.

Los datos de las encuestas se transformarán en una data, la misma que aplicando el programa Excel Científico y el programa SPSS, se obtendrán las tablas y gráficos estadísticos correspondientes de las preguntas planteadas; luego, dichos resultados se analizarán tomando en cuenta los antecedentes y las bases teóricas de la investigación.

3.8 Matriz de consistencia

Matriz de consistencia Lógica

Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta repuestos automotriz del distrito de Callería, 2018

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA		
Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería, 2018.	¿Cuáles son las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería, 2018	GENERAL	Las micro y pequeñas empresas del sector comercio	Financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> - Crédito. - Entidades financieras. - Tasa de interés. - Monto del crédito. 	TIPO Y NIVEL	POBLACIÓN	INSTRUMENTO
		ESPECÍFICOS		Capacitación		<ul style="list-style-type: none"> - Trabajadores permanentes - Recibe capacitación. - Nro. de capacitaciones. 		
				Describir las principales características del financiamiento, de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería, 2018.	Rentabilidad		<ul style="list-style-type: none"> - Trabajadores son capacitados - Trabajadores eventuales - Es importante la capacitación 	No experimental - transversal - retrospectivo – descriptivo simple $M \rightarrow 0$
		Describir las principales características de, la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería, 2018.						
		Describir las principales características de, la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería, 2018.				DISEÑO	TÉCNICA	
							Se aplicará la técnica del cuestionario	Se hará uso del análisis descriptivo; para la tabulación de los datos se utilizará como soporte el programa Excel y para el procesamiento de los datos el software SPSS Versión 24 (Programa de estadística para ciencias sociales).

3.9 Principios éticos

En la sociedad actual, se basa en el conocimiento, donde la ciencia adquiere un valor estratégico y es considerada como un bien público, producto de la discusión de ideas, creado y difundido con veracidad y orientado al beneficio común.

Por lo tanto los principios fundamentales y universales de la ética de la investigación con seres humanos son: respeto por las personas, beneficencia y justicia. En tal sentido los investigadores, las instituciones y, de hecho, la sociedad están obligados a garantizar que estos principios se cumplan cada vez que se realiza una investigación.

3.9.1 La ética: Rama de la filosofía que reflexiona sobre la moral, por consiguiente se puede decir que la ética se encarga de los principios o pautas de la conducta humana, a la vez tiene como significado el comportamiento o costumbre del ser humano, su finalidad es descubrir y comprender las relaciones entre comportamiento humano y las reglas o normas que se desarrollan en la vida social.

3.9.2 Por qué la investigación debe ser un acto ético: La investigación no es sólo un acto técnico; es ante todo el ejercicio de un **acto responsable**, y desde esta perspectiva la ética de la investigación hay que plantearse como un subconjunto dentro de la moral general aunque aplicada a problemas mucho más restringidos que la moral general, puesto que nos estaríamos refiriendo a un aspecto de la ética profesional. La ética debe ser aplicada en todas las etapas de la investigación, desde la planificación y la realización hasta la evaluación del proyecto de investigación, lo primero que se debe hacer antes de diseñar un estudio es considerar los posibles costos y

beneficios de la investigación.

La investigación científica es considerada una actividad humana orientada hacia la obtención de nuevos conocimientos y su aplicación para la solución del problema o interrogantes de carácter científico, es una búsqueda, reflexiva, sistemática y metódica que se desarrolla mediante un proceso. Asimismo se basa para su desempeño en el método científico y es éste quien le indica el camino que se ha de transitar en esa indagación y las técnicas precisas de la manera de recorrerlo.

3.9.3 Respeto por las personas: Se basa en reconocer la capacidad de las personas para tomar sus propias decisiones, es decir, su autonomía. A partir de su autonomía protegen su dignidad y su libertad. Por tanto el respeto por las personas que participan en la investigación se expresa a través del proceso de consentimiento informado, es importante tener una atención especial a los grupos vulnerables.

3.9.4 Beneficiencia: Hace que el investigador sea responsable del bienestar físico, mental y social. En tal sentido la principal responsabilidad del investigador es la protección del participante, esta protección es más importante que la búsqueda de nuevo conocimiento o que el interés personal, profesional o científico de la investigación. Implica no hacer daño a reducir los riesgos al mínimo, por lo que también se le conoce como principio de no maleficiencia.

3.9.5 Justicia: El principio de la justicia prohíbe exponer a riesgos a un grupo para beneficiar a otro, pues hay que distribuir de forma equitativa riesgos y beneficios. Así por ejemplo, cuando la investigación se sufraga con fondos públicos, los beneficios de conocimiento o tecnológicos que se deriven deben

estar a disposición de toda la población y no sólo de los grupos privilegiados que puedan permitirse costear el acceso a esos beneficios.

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados

1. Datos Generales de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018.

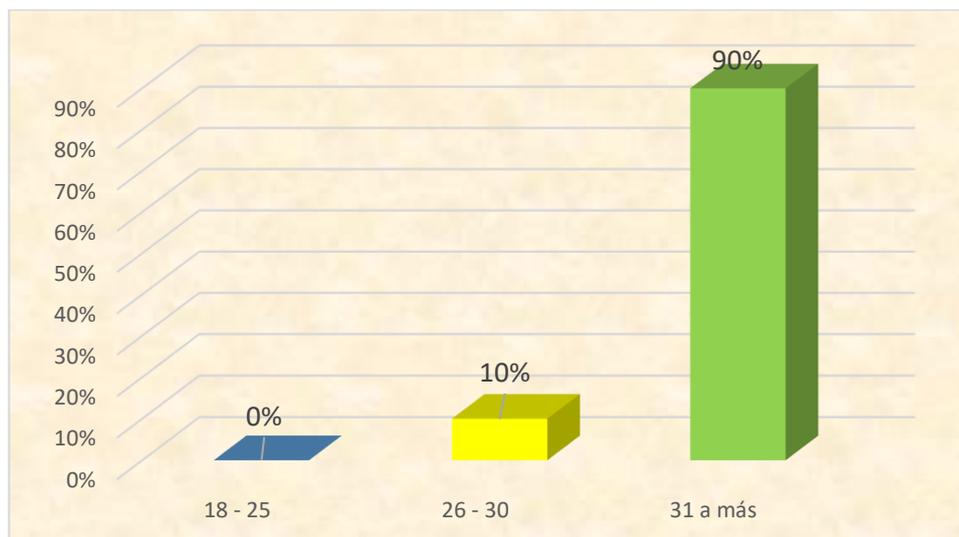
1.1 Edad de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018.

Tabla 1 Edad del representante legal

Edad	fi	Fi
18 - 25	0	0
26 - 30	3	3
31 a más	27	30
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 1 Diagrama de barras de la edad



Fuente: Tabla 1

Descripción

En base a la tabla y figura 1 afirmamos que no existe ningún representante legal de 18 a 15 año; el 10% tiene una edad comprendida entre 26 a 30 años, mientras que el 90% tiene una edad de 31 a más años.

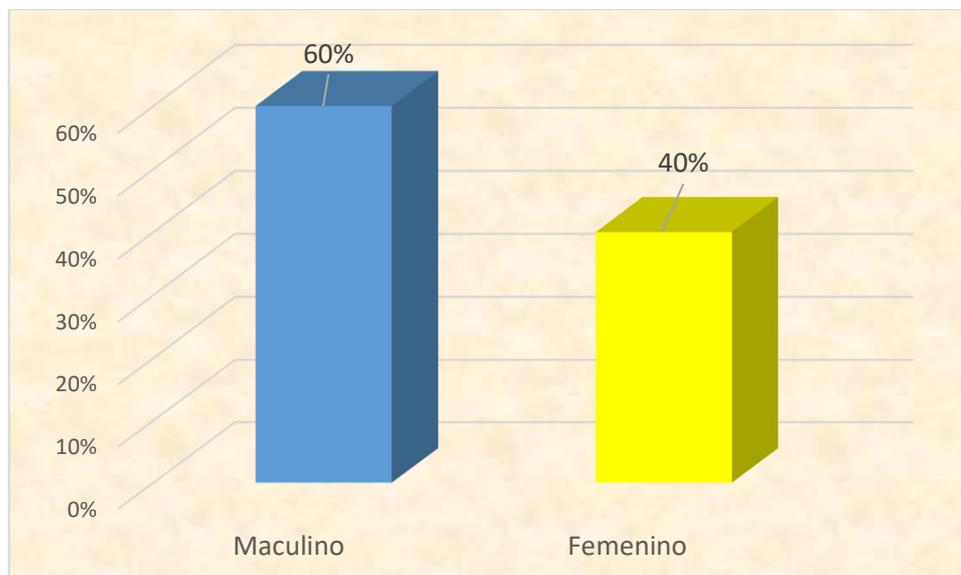
1.2 Sexo de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018

Tabla 2 Sexo de los representantes legales

Sexo	Fi	Fi
Masculino	18	18
Femenino	12	30
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 2 Diagrama de barra de los representantes legales



Fuente: Tabla 2

Descripción

En base a la tabla y figura 2, afirmamos que del 100% de los representantes legales encuestados, el 60% son de sexo masculino mientras que el 40% son femenino.

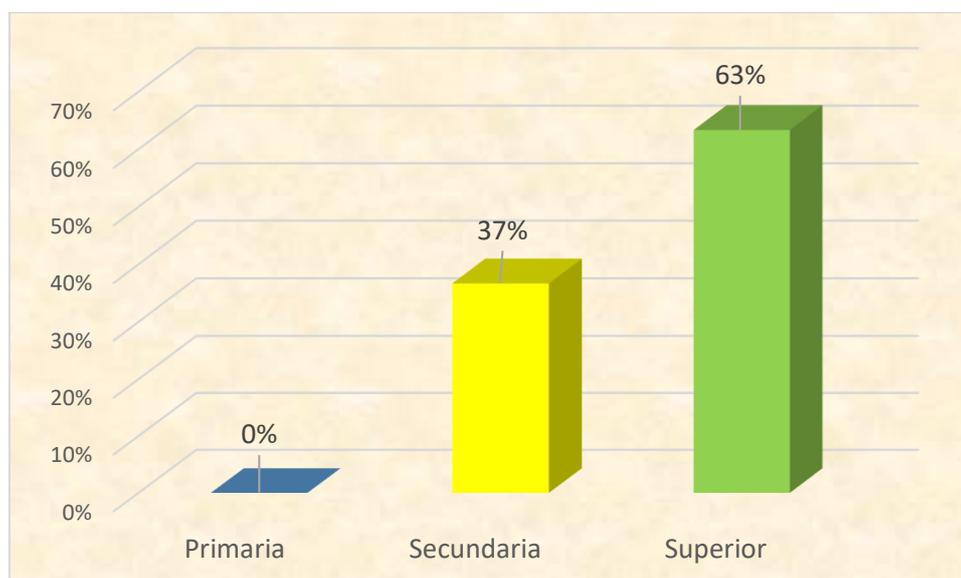
1.3 Grado de instrucción de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018

Tabla 3 Grado de instrucción de los representantes legales

Grado	fi	Fi
Primaria	0	0
Secundaria	11	11
Superior	19	19
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 3 Diagrama de barra Grado de Instrucción



Fuente: Tabla 3

Descripción

En base a la tabla y figura 4, podemos afirmar que de los 100% de los representantes legales encuestados, el 37% consigna que solo tienen estudios secundarios y por tanto el 63% manifiestan que tienen estudios superiores.

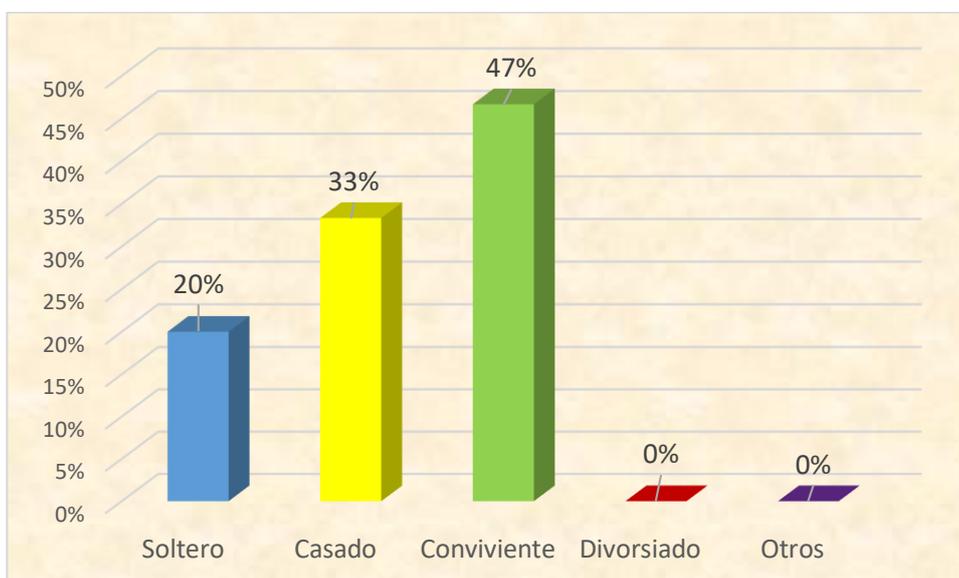
1.4 Estado civil de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018.

Tabla 4 Estado civil de los representantes

Estado	fi	Fi
Soltero	6	6
Casado	10	16
Conviviente	14	30
Divorciado	0	30
Otros	0	30
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 4 Diagrama de barra estados civil



Fuente: Tabla 4

Descripción

En base a la tabla y figura 4, se observa que de los 100% de representantes legales encuestados, el 20% indicaron que son solteros, mientras que el 33% manifiestan que son casados y finalizando el 47% son convivientes.

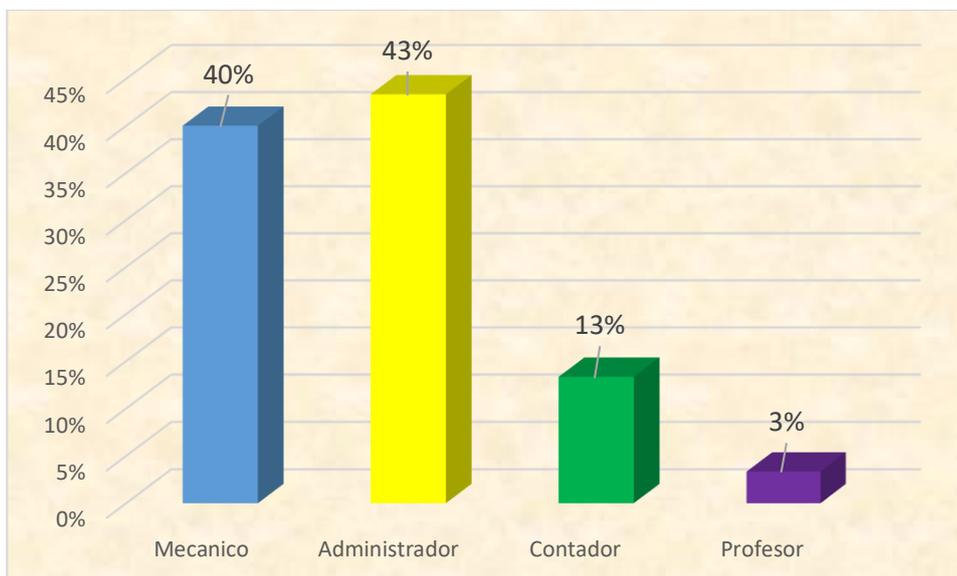
1.5 Profesión de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018.

Tabla 5 Profesión de los representantes

Profesión	fi	Fi
Mecánico	12	12
Administrador	13	25
Contador	4	29
Profesor	1	30
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 5 Diagrama de barra de la Profesión



Fuente: Tabla 5

Descripción

En base a la tabla y figura 5, el 40% de los representantes legales tienen la profesión de mecánico; el 43% son administradores, mientras el 13% son contadores y el 3% son de profesión profesores.

2. De la Micro y pequeña empresa del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018

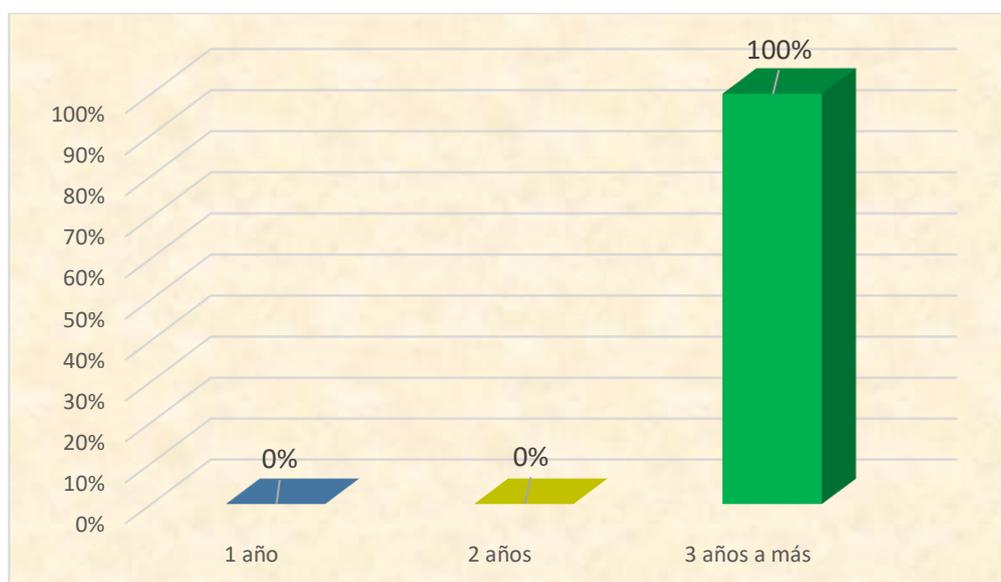
2.1 ¿Hace cuánto tiempo se dedica a esta actividad empresarial?

Tabla 6 Tiempo en la actividad empresarial

Tiempo	fi	Fi
1 año	0	0
2 años	0	0
3 años a más	30	30
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 6 Diagrama de barra del tiempo



Fuente: Tabla 6

Descripción

En base a la tabla y figura 6, podemos decir que no existe empresas encuestadas con 1 y 2 años en la actividad empresarial; el 100% de las empresas encuestadas manifiestan que su actividad empresarial empezó entre los 3 años a más.

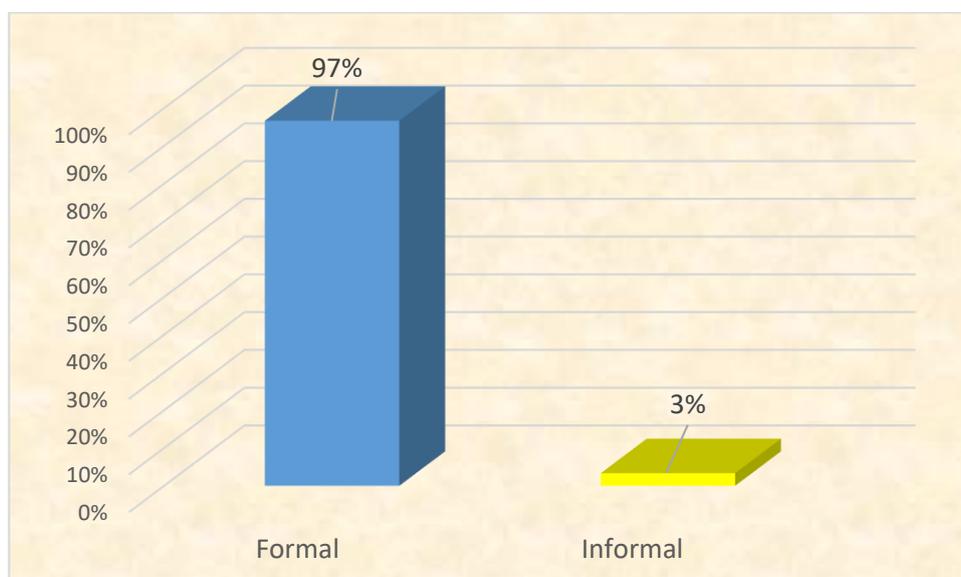
2.2 Formalidad de las micros y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018

Tabla 7 Formalidad de las Mypes

Formalidad	fi	Fi
Formal	29	29
Informal	1	30
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 7 Diagrama de barra de la Formalidad de las Mypes



Fuente: Tabla 7

Descripción

En base a la tabla y figura 7, afirmamos que de los 100% representantes legales encuestados el 97% con micro y pequeñas empresas formalmente constituidas y por otro lado solo el 3% indicaron que no son informales.

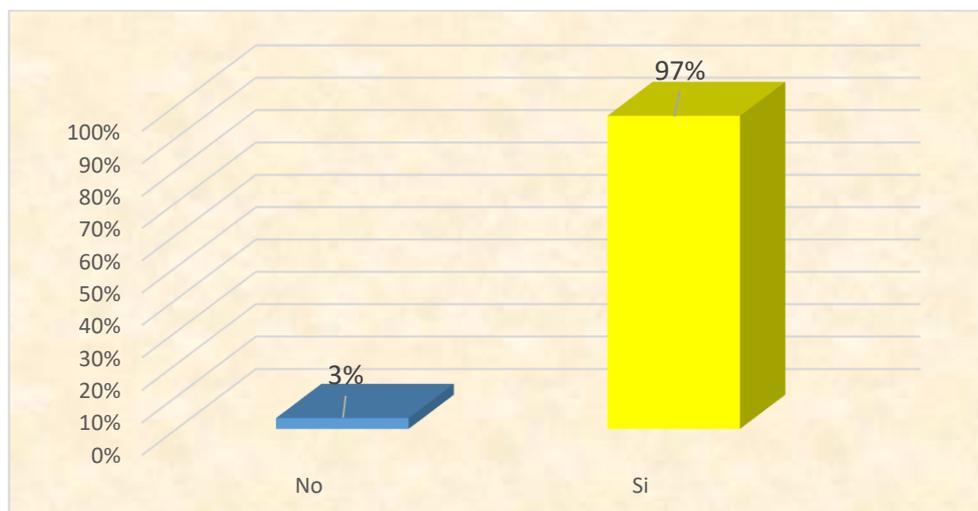
2.3 ¿Crees que la formalidad le trae más beneficios a su empresa del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018?

Tabla 8 Beneficios que trae a las Empresas

Formalidad	fi	Fi
No	1	1
Si	29	30
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 8 Diagrama de barra de los beneficios que trae a las Empresas



Fuente: Tabla 8

Descripción

La tabla y figura 8, nos indica que el 3% de la empresa encuestada indicaron que la formalidad no les trae beneficios a sus empresas, en tanto el 97% manifiesta que si hay muchos beneficios en cuanto la formalidad de las empresas.

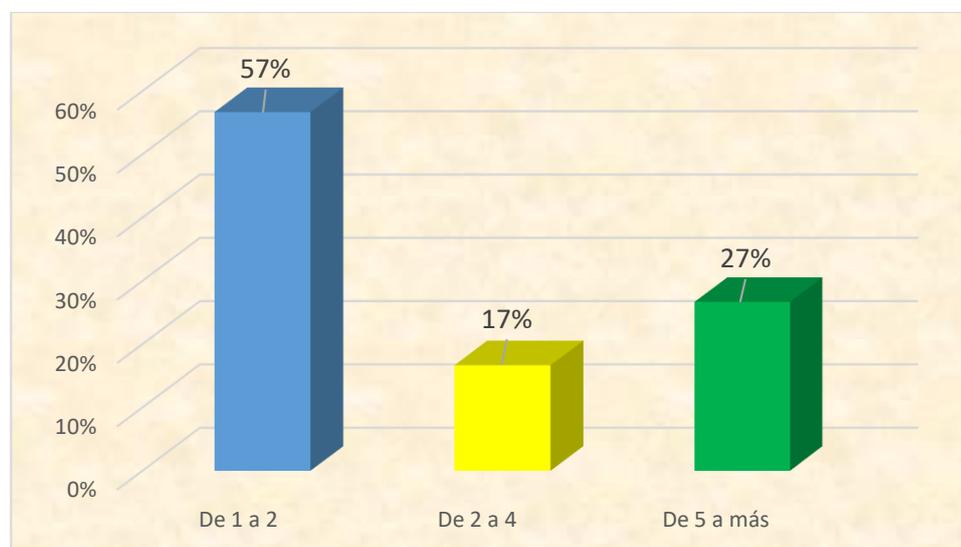
2.4 ¿Cuántos trabajadores laboran en su empresa del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018?

Tabla 9 Trabajadores que laboran en su empresa

Trabajadores	fi	Fi
De 1 a 2	17	17
De 2 a 4	5	22
De 5 a más	8	30
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 9 Diagrama de barras de trabajadores



Fuente: Tabla 9

Descripción

En base a la tabla y figura 9, el 57% indicaron que entre 1 a 2 trabajadores laboran en sus empresas; el 17% entre 2 a 4 y por último el 27% manifiesta que de 5 a más trabajadores.

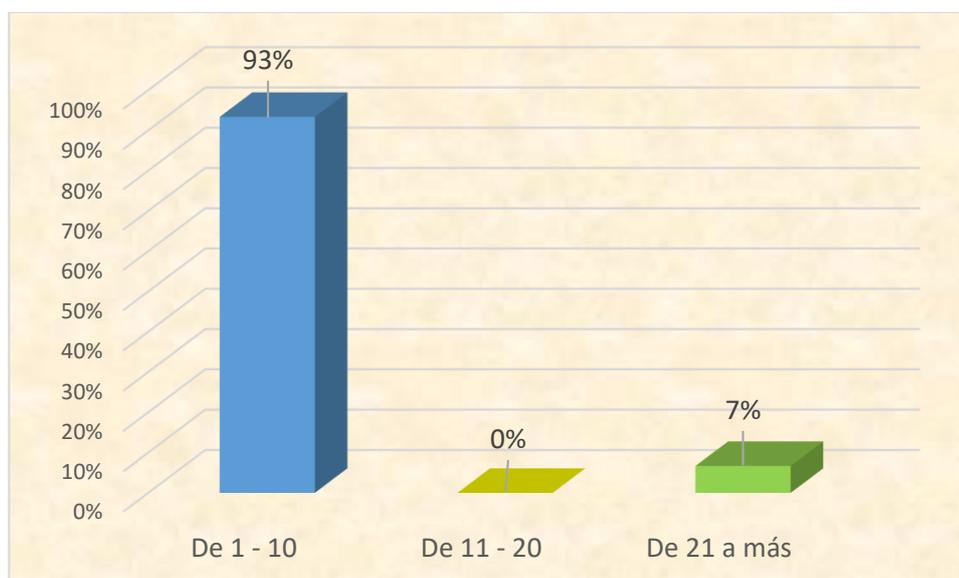
2.5 Número de trabajadores permanentes del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018

Tabla 10 Número de trabajadores permanentes

N° Trab. Perm	fi	Fi
De 1 - 10	28	28
De 11 - 20	0	0
De 21 a más	2	2
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 10 Diagrama de barra de Número de trabajadores permanentes



Fuente: Tabla 10

Descripción

En base a la tabla y figura 10, observamos que de las 100% empresas encuestadas, los representantes legales manifiestan que tienen 97% entre un promedio de 1 – 10 trabajadores permanentes y que el 7% indica un promedio de 21 a más trabajadores permanentes en sus empresas.

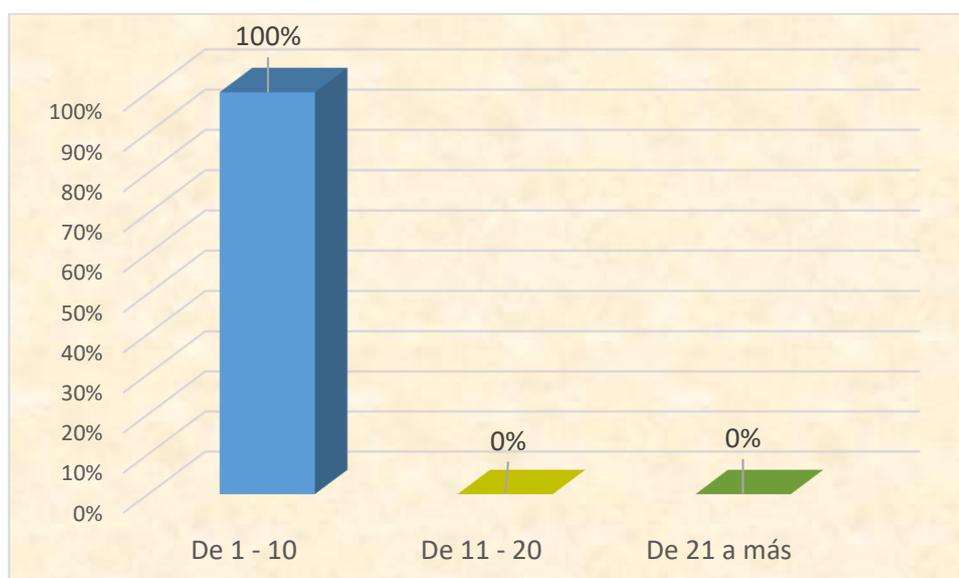
2.6 Números de trabajadores eventuales del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018

Tabla 11 Número de trabajadores eventuales

N° Trab.Event	fi	Fi
De 1 - 10	30	30
De 11 - 20	0	30
De 21 a más	0	30
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 11 Diagrama de barra número de trabajadores eventuales



Fuente: Tabla 11

Descripción

En base a la tabla y figura 11, observamos que de las 100% empresas encuestadas, los representantes legales manifiestan que tienen 100% entre un promedio de 1 – 10 trabajadores eventuales.

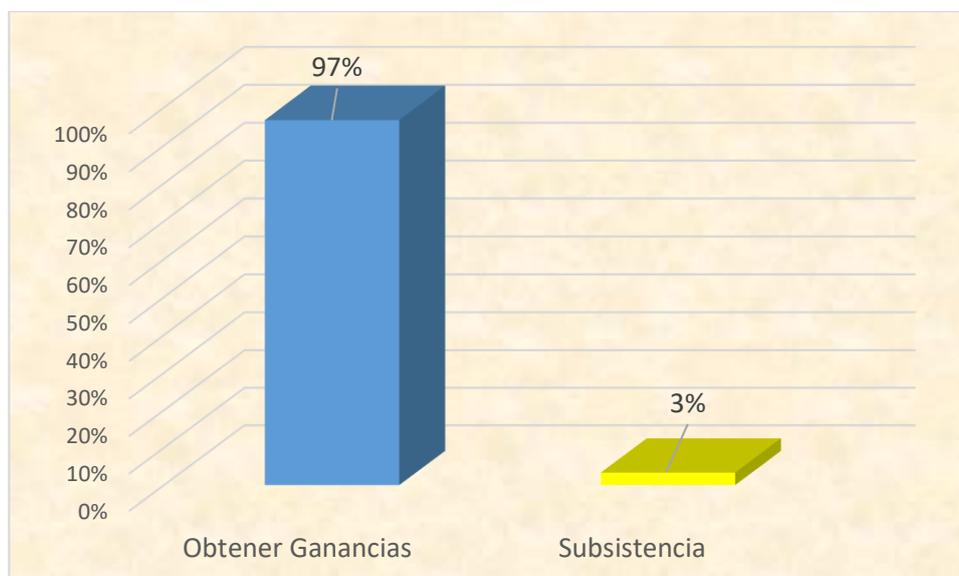
2.7 Motivos de la formación de la Mypes del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018.

Tabla 12 Motivos de la formación de la Mypes

Motivo formación mypes	fi	Fi
Obtener Ganancias	29	29
Subsistencia	1	30
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 12 Diagrama de barra Motivos de la formación de la Mypes



Fuente: Tabla 12

Descripción

En base a la tabla y figura 12, afirmamos que de las 100% empresas encuestadas, el 97% indicaron obtener ganancias y el 3% manifiestan que es solo para subsistencia.

3. Del Financiamiento, Capacitación y Rentabilidad del microempresario:
 Del Financiamiento del sector comercio rubro compra y venta de repuestos
 automotriz del distrito de Callería 2018

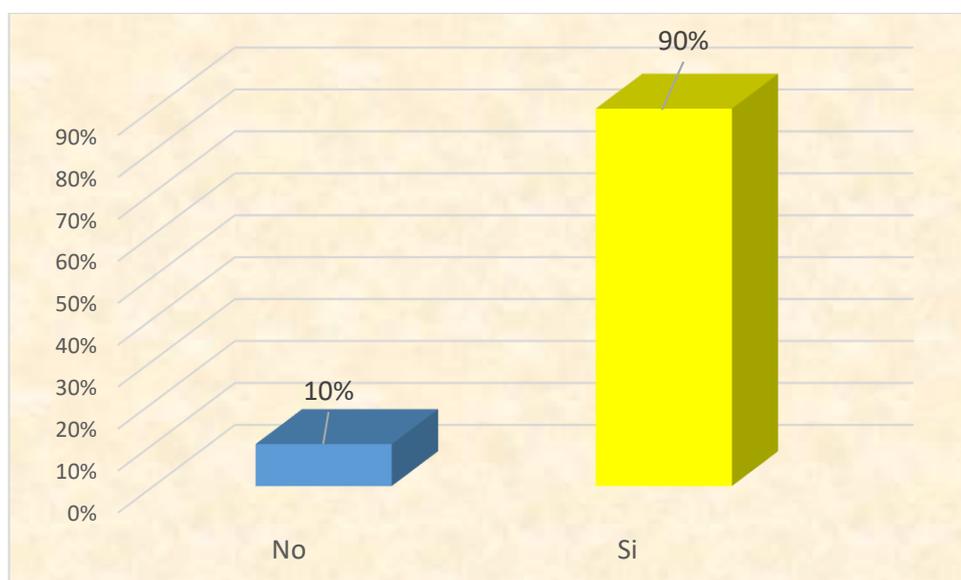
3.1 ¿Solicito financiamiento formal del sector comercio rubro compra y venta
 de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018?

Tabla 13 Solicito Financiamiento formal

Solicito Financiamiento	fi	Fi
No	3	3
Si	27	30
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 13 Diagrama de barra Solicito financiamiento formal



Fuente: Tabla 13

Descripción

En base a la tabla y figura 13, afirmamos que del 100% de las empresas encuestadas, el 10% indico que no solicito financiamiento formal y que el 90% manifiesta que si solicito financiamiento formal.

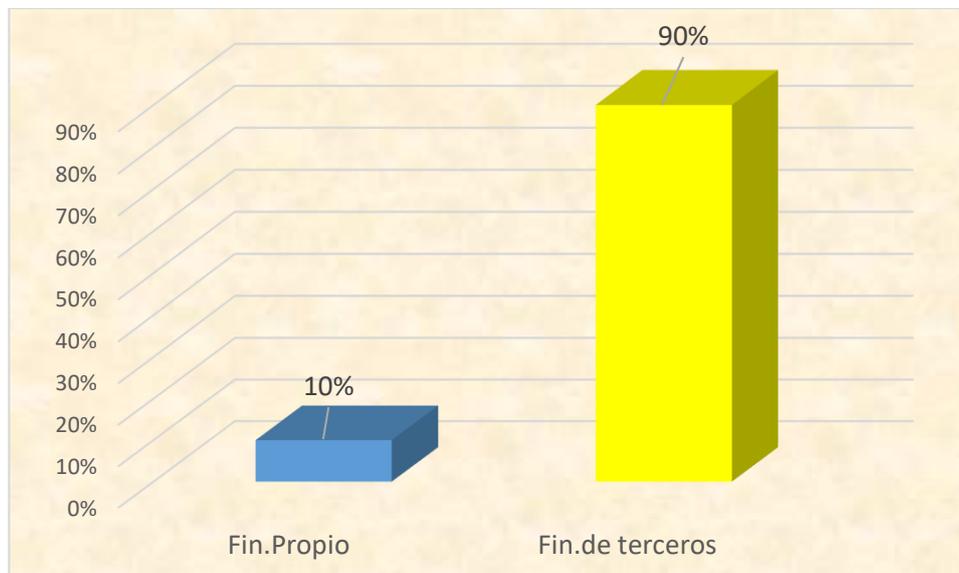
3.2 ¿Cómo financia su actividad comercial del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018?

Tabla 14 Como financia su actividad comercial en el rubro

Como Financia Actividad comercial	fi	Fi
Fin. Propio	3	3
Fin. de terceros	27	30
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 14 Diagrama de barra de como financia su actividad comercial en el rubro



Fuente: Tabla 14

Descripción

En base a la tabla y figura 14, afirmamos que del 100% de las empresas encuestadas, el 10% indico que es financiamiento propio y el 90% manifiesta que su financiamiento es de terceros.

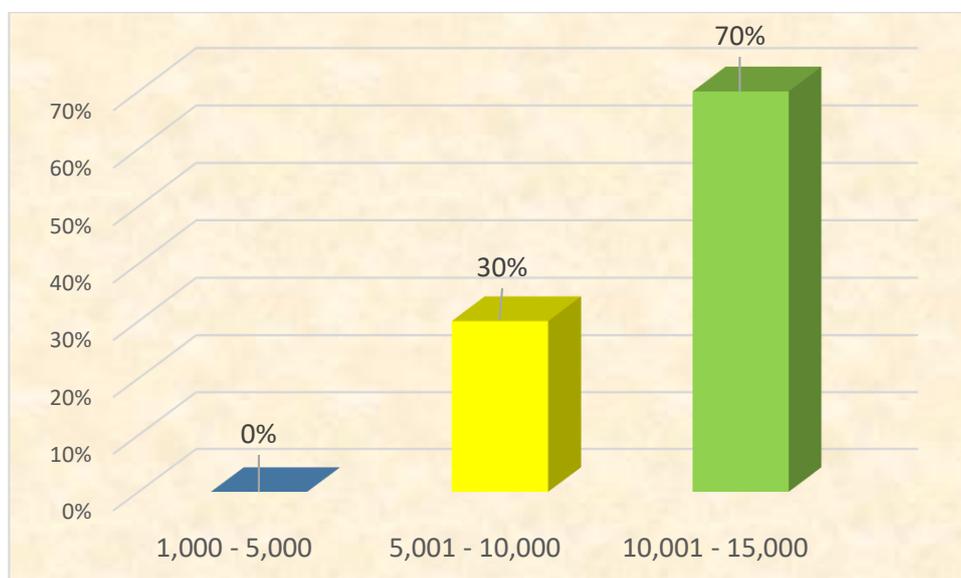
3.3 Monto del microcrédito financiero que obtuvo en los últimos dos años del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018

Tabla 15 Monto del microcrédito que obtuvo

Monto	fi	Fi
1,000 - 5,000	0	0
5,001 - 10,000	9	9
10,001 - 15,000	21	30
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 15 Diagrama de barra del monto del microcrédito que obtuvo



Fuente: Anexo 7

Descripción

En base a la tabla y figura 15, se observa que el 100% de las empresas encuestadas, el 30% obtuvo un crédito entre 5,001 – 10,000, asimismo el 70% manifiesta que obtuvo entre 10,001 – 15,000.

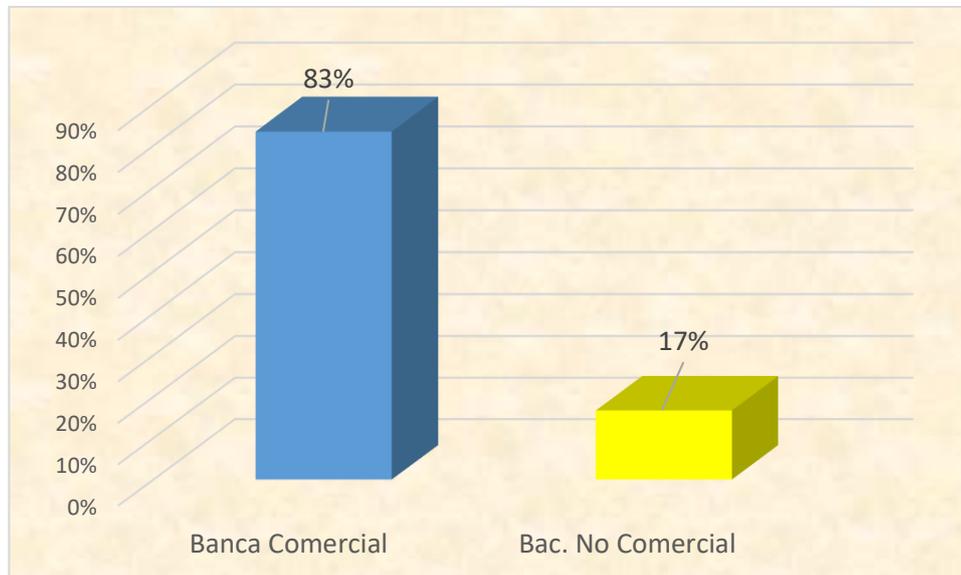
3.4 ¿De qué institución financiera ha obtenido el microcrédito financiero del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018?

Tabla 16 Institución financiera

Inst. Financiera	fi	Fi
Banca Comercial	25	25
Bac. No Comercial	5	30
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 16 Diagrama de barra Institución financiera



Fuente: Tabla 16

Descripción

En base a la tabla y figura 16, afirmamos que el 100% de las empresas encuestadas, el 83% recibieron de la banca comercial y el 17% de la banca no comercial.

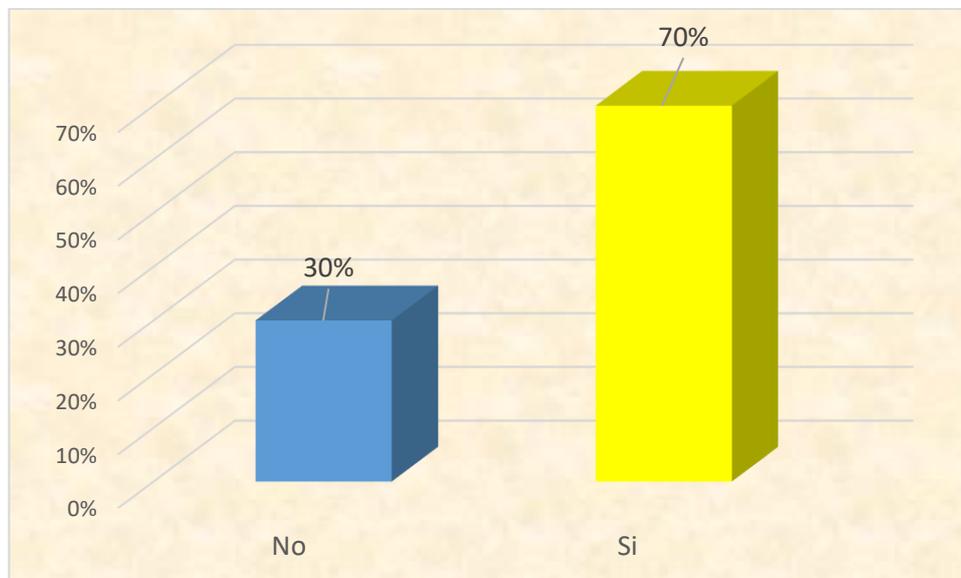
3.5 Créditos otorgados fueron en los montos solicitados del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018.

Tabla 17 Créditos otorgados fueron en los montos solicitados.

Monto. Solicito Crédito	fi	Fi
No	9	9
Si	21	30
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 17 Diagrama de barra créditos otorgados



Fuente: Tabla 17

Descripción

En base a la tabla y figura 17, se observa que el 100% de las empresas encuestadas, el 30% indicio que el crédito otorgado no fue de acuerdo al monto que solicito, y el 70% manifiesta que si les entregaron el monto del crédito solicitado.

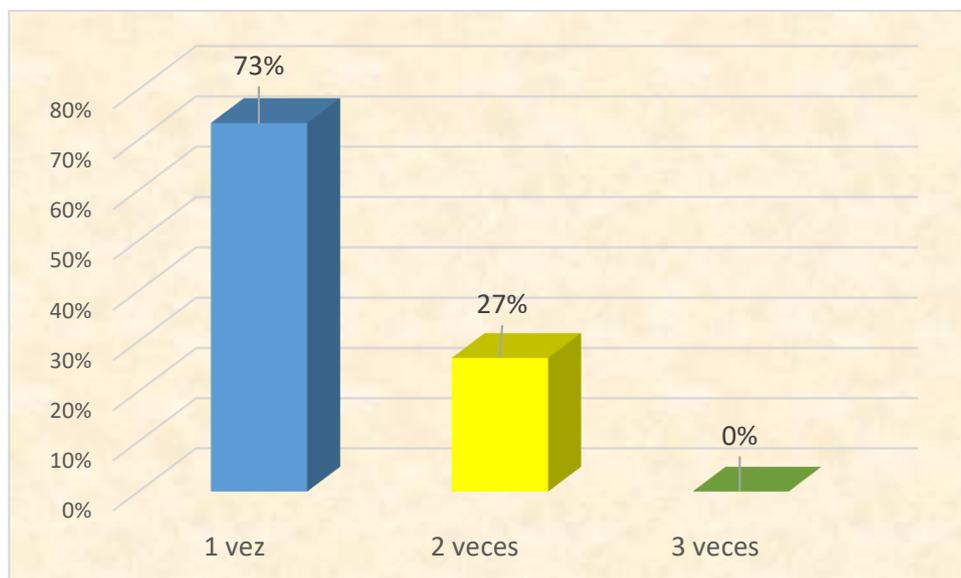
3.6 En promedio ¿Cuántas veces al año solicitó un micro crédito financiero del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018?

Tabla 18 Promedio de veces que solicitó

Promedio	fi	Fi
1 vez	22	22
2 veces	8	30
3 veces	0	30
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 18 Diagrama de barra Promedio de veces que solicitó



Fuente: Tabla 18

Descripción

En basa a la tabla y figura 18, afirmamos que el 100% de las empresas encuestadas, el 73% solicito solo 01 vez al año y el 27% indico que solicito 2 veces al año.

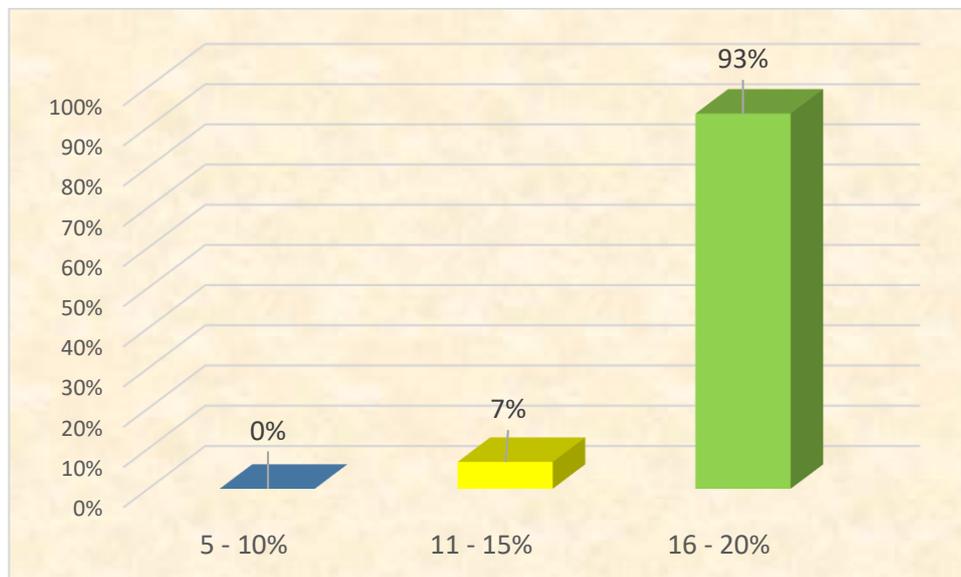
3.7 Tasa de interés que pagó del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018.

Tabla 19 Tasa de interés que pagó

Interés	fi	Fi
5 - 10%	0	0
11 - 15%	2	2
16 - 20%	28	30
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 19 Diagrama de barra Tasa de interés



Fuente: Tabla 19

Descripción

En base a la tabla y figura 19, afirmamos que del 100% de las empresas encuestadas, el 7% pago una tasa de interés del 11 – 15% y el 93% pago una tasa del 16 – 20% de interés.

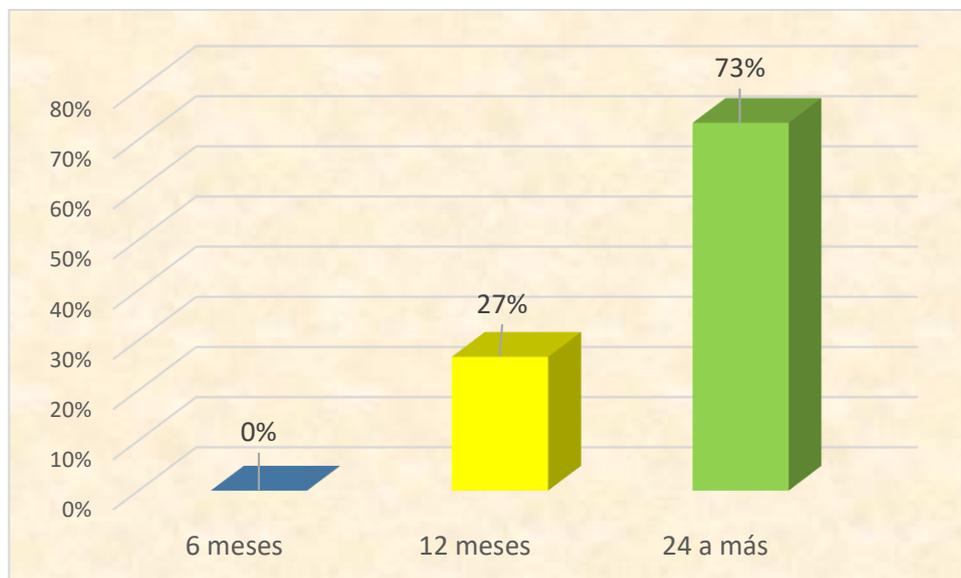
3.8 Tiempo en que financio el crédito del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018.

Tabla 20 Tiempo en que financio el crédito

Tiempo	fi	Fi
6 meses	0	0
12 meses	8	8
24 a más	22	30
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 20 Diagrama de barra Tiempo en que financio el crédito



Fuente: Tabla 20

Descripción

En base a la tabla y figura 20, afirmamos que el 100% de las empresas encuestadas, el 27% financio su crédito en 12 meses y el 73% en 24 a más meses.

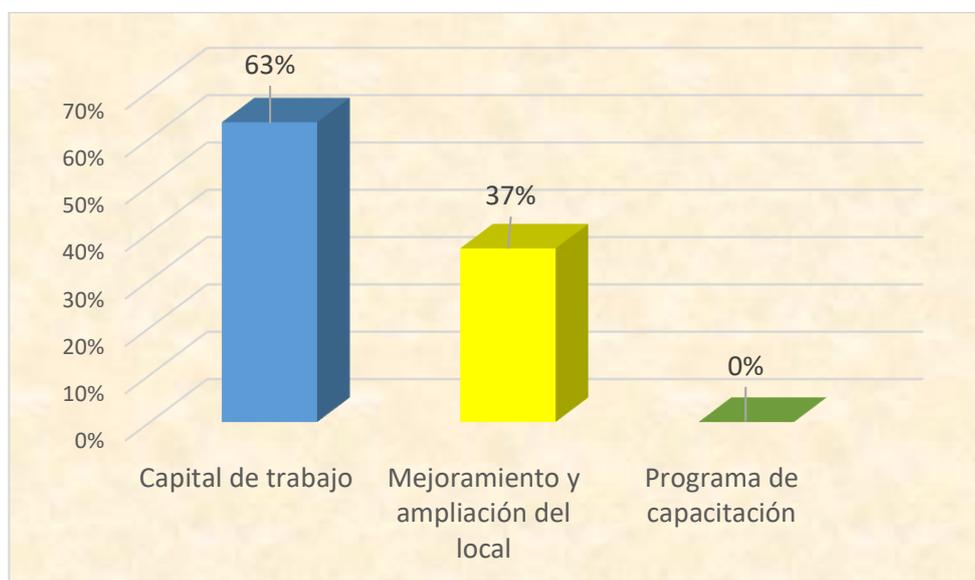
3.9 ¿En que fue invertido el crédito financiero que Ud. Obtuvo del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018?

Tabla 21 Inversión del crédito financiero

Inversión	fi	Fi
Capital de trabajo	19	19
Mejoramiento y ampliación del local	11	30
Programa de capacitación	0	30
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 21 Diagrama de barra de la inversión del crédito



Fuente: Tabla 21

Descripción

En base a la tabla y figura 21, observamos que del 100% de las empresas encuestadas, el 63% invirtió en capital de trabajo y el 37% manifiesta que utilizó su inversión en mejoramiento y ampliación del local.

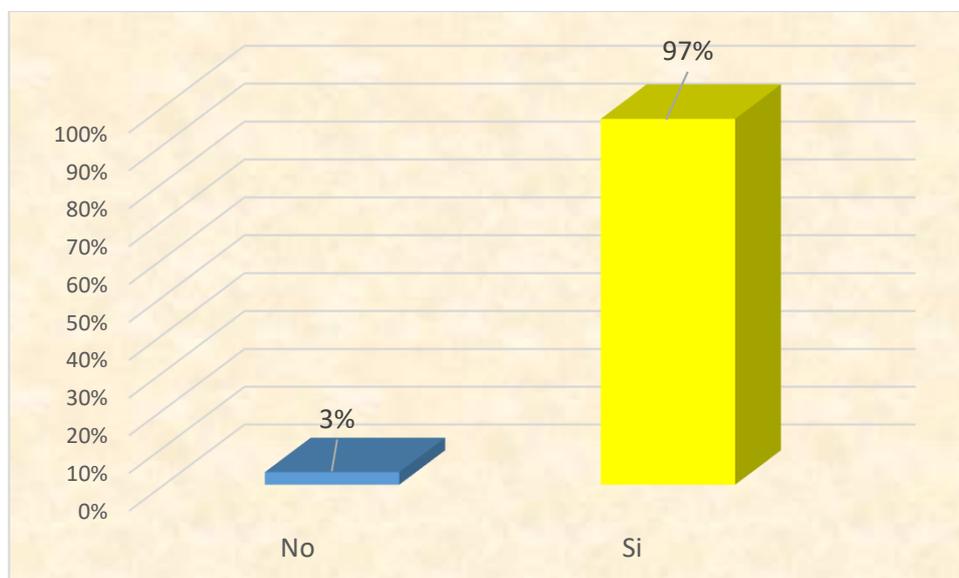
3.10¿Cree Ud. Que dentro de las políticas de atención de las entidades financieras está el incremento de rentabilidad de las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018.

Tabla 22 Políticas de atención de las entidades

Política	fi	Fi
No	1	1
Si	29	30
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 22 Diagrama de barra Política de atención de las entidades



Fuente: Tabla 22

Descripción

En base a la tabla y figura 22, observamos que del 100% de los representantes legales de las empresas, el 3% indico que no incrementan la rentabilidad empresarial, en el sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz, 97% dijeron que las políticas de atención de las entidades financieras sí incrementa la rentabilidad de las empresas.

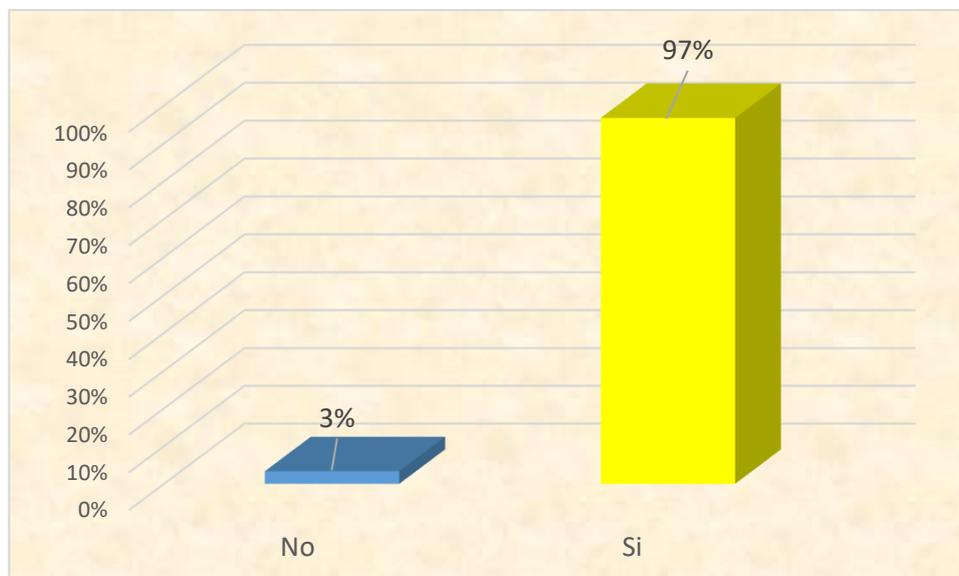
3.11¿El micro crédito financiero que obtuvo contribuyó al incremento de la rentabilidad anual de su empresa del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018?

Tabla 23 Micro financiamiento contribuyó al incremento

Incremento	fi	Fi
No	1	1
Si	29	30
Total	30	

Fuente: Anexo 4

Figura 23 Diagrama de barra del micro financiamiento



Fuente: Tabla 23

Descripción

En base a la tabla y figura 23, afirmamos que el 100% de las micros y pequeñas empresas encuestas, el 3% indico que el crédito financiero no contribuyó al incremento de la rentabilidad anual y el 97% manifestó que si contribuyó al incremento de la rentabilidad.

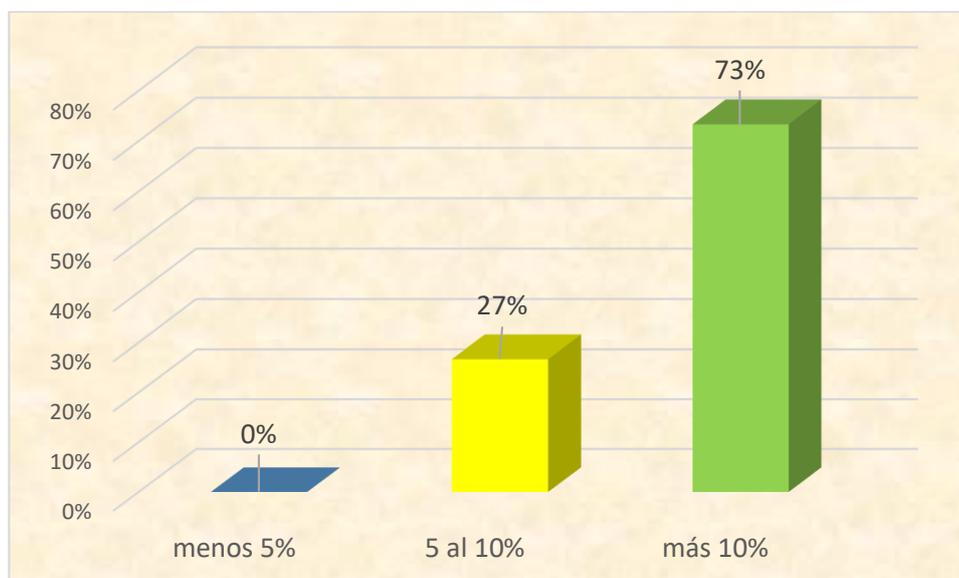
3.12 Porcentaje en la que obtuvo del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018

Tabla 24 Porcentaje en la que obtuvo

Porcentaje	fi	Fi
menos 5%	0	0
5 al 10%	8	8
más 10%	22	30
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 24 Diagrama de barra del porcentaje



Fuente: Tabla 24

Descripción

En base a la tabla y figura 24, afirmamos que del 100% de las micros y pequeñas empresas encuestadas, el 27% obtuvo entre el 5 al 10% y el 73% manifestó que obtuvo un porcentaje de más de 10%.

De la Capacitación

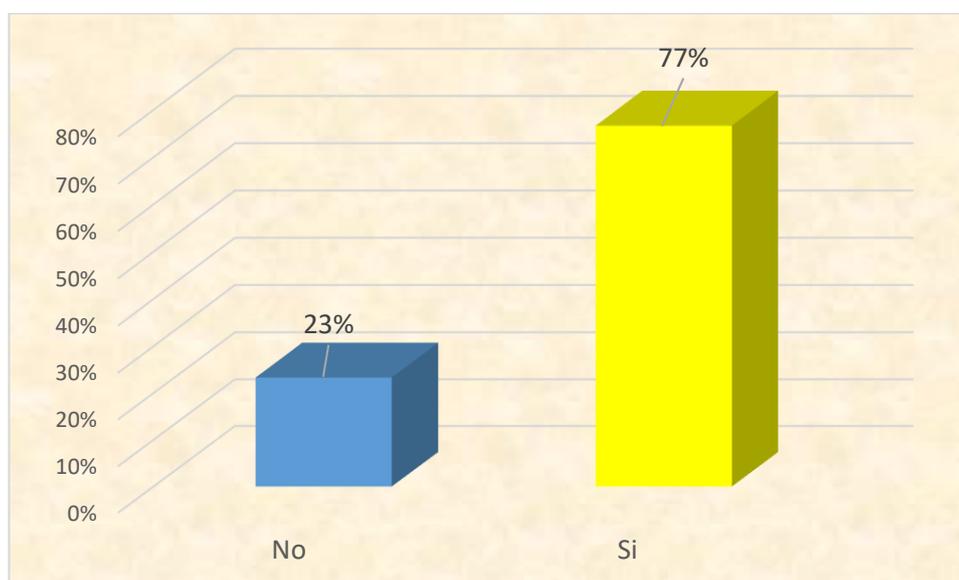
3.13 Recibió Ud. Capacitación previa para la administración del microcrédito financiero del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018.

Tabla 25 Recibió capacitación

Recibió Capacitación	fi	Fi
No	7	7
Si	23	30
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 25 Diagrama de barra - Recibió Capacitación



Fuente: Tabla 25

Descripción

En base a la tabla y figura 25, afirmamos que del 100% de las empresas encuestadas, el 23% no recibió capacitación previa para la administración del microcrédito y el 77% manifestó que si recibió capacitación previa para la administración del microcrédito financiero.

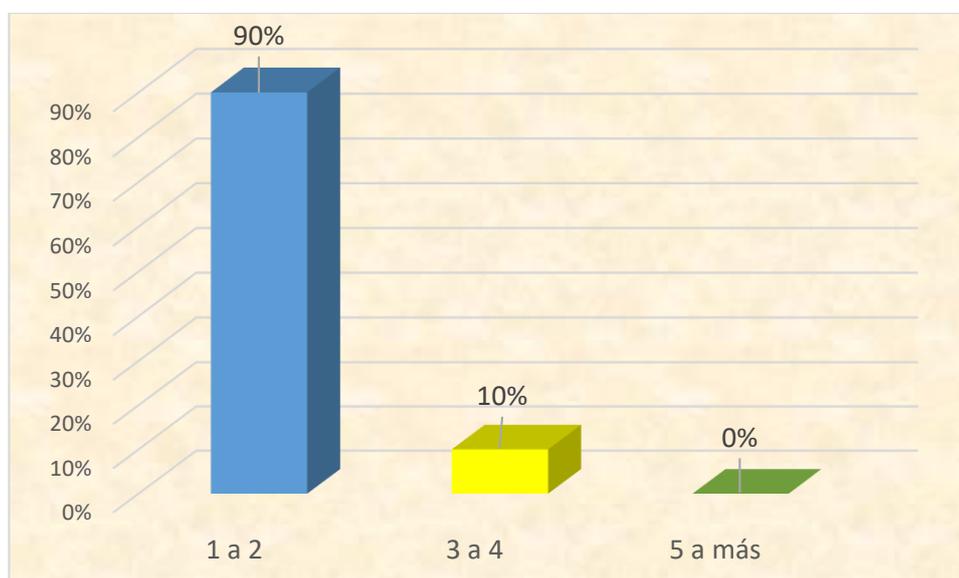
3.14 Cuantos cursos de capacitación ha recibido Ud. En el último año del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018

Tabla 26 Número de cursos obtenidos

Cursos Ultimos Años	fi	Fi
1 a 2	27	27
3 a 4	3	30
5 a más	0	30
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 26 Diagrama de barra Número de cursos que obtuvo



Fuente: Tabla 26

Descripción

En base a la tabla y figura 26, afirmamos que del 100% de las empresas encuestadas, el 90% indico que recibió de 1 a 2 cursos y el 10% manifestó que recibió entre 3 a 4 cursos en el último año.

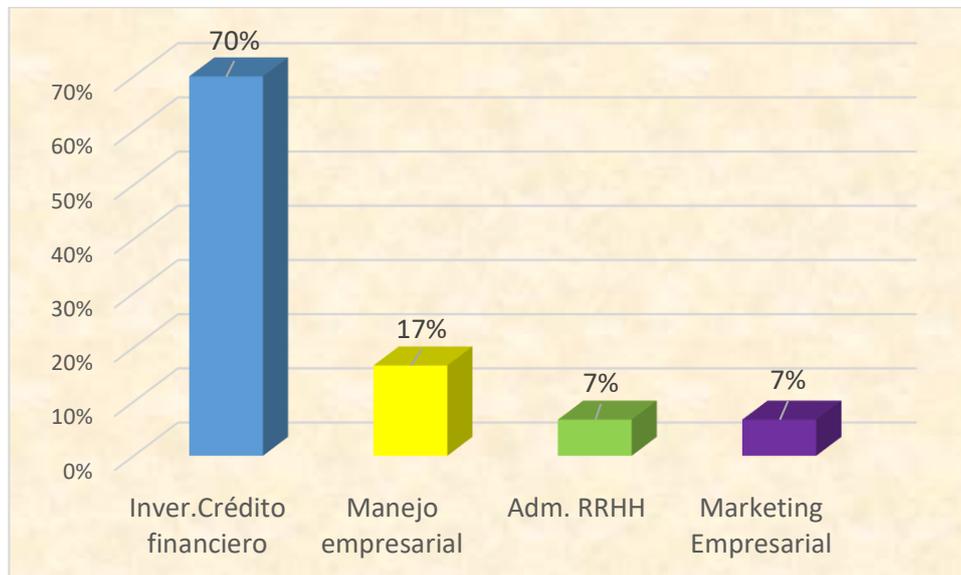
3.15 Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó Ud. del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018?

Tabla 27 Cursos en que se capacitó

Cursos Capacito	fi	Fi
Inver. Crédito financiero	21	21
Manejo empresarial	5	26
Adm. RRHH	2	28
Marketing Empresarial	2	30
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 27 Diagrama de barra de los curso que se capacitó



Fuente: Tabla 27

Descripción

En base a la tabla y figura 27, afirmamos que el 100% de las empresas encuestadas, el 70% se capacitó en la inversión del crédito financiero, el 17% se capacitó en manejo empresarial, el 7% en administración de recursos humanos y por último el 7% se capacitó en marketing empresarial.

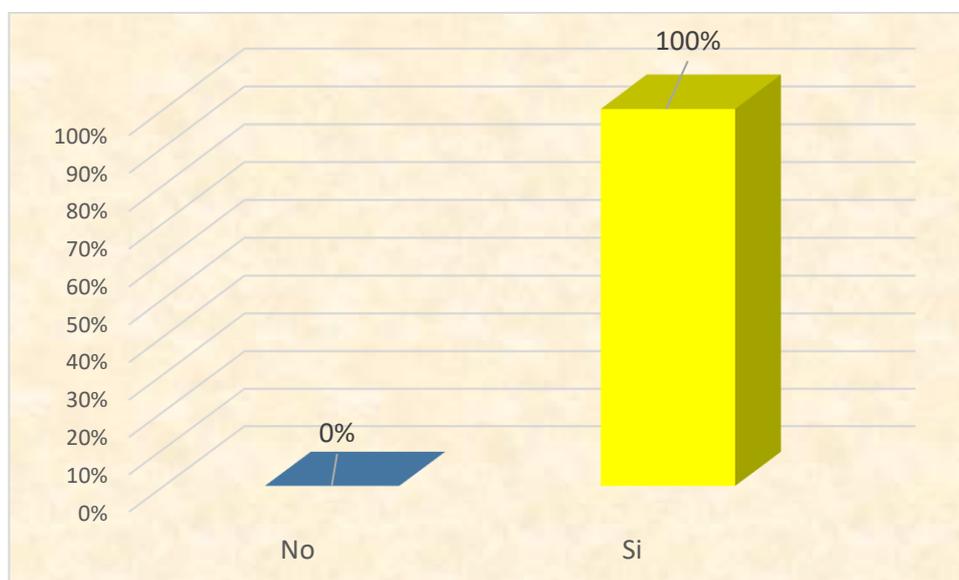
3.16 El personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018?

Tabla 28 Personal recibió capacitación

Personal Capacitado	fi	Fi
No	0	0
Si	30	30
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 28 Diagrama de barra Personal que recibió capacitación



Fuente: Tabla 28

Descripción

En base a la tabla y figura 28, afirmamos que el 100% de las micros y pequeñas empresas encuestadas manifiestan que su personal si recibieron capacitación en el rubro de compra y venta de repuestos automotriz.

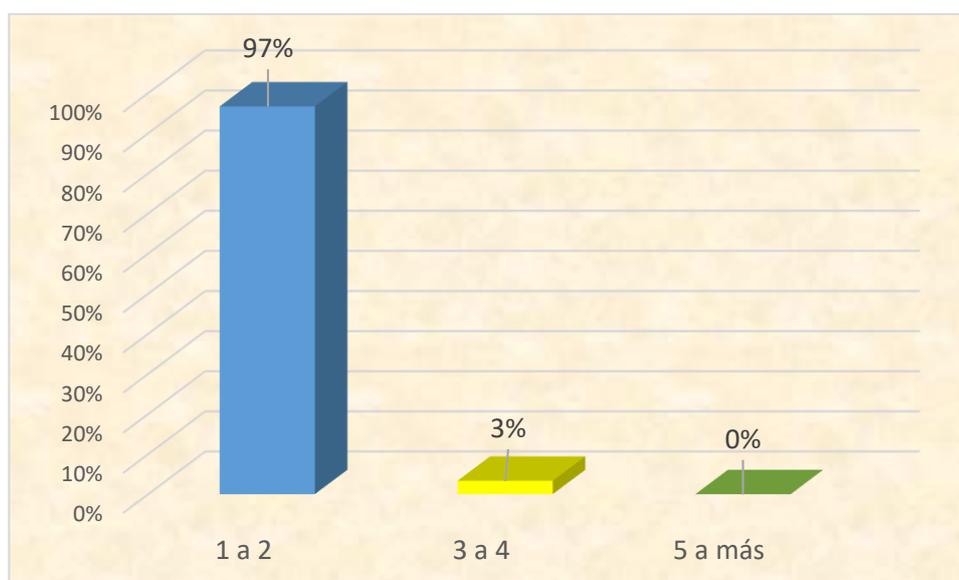
3.17 Cuantas veces al año se capacitó del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018

Tabla 29 Cuantas veces al año se capacitó

Veces Capct.	fi	Fi
1 a 2	29	29
3 a 4	1	30
5 a más	0	30
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 29 Diagrama de barra veces que se capacitó



Fuente: Tabla 29

Descripción

En base a la tabla y figura 29, observamos que el 100% de las micro y pequeñas empresas encuestadas, el 97% se capacitó de 1 a 2 veces y el 3% solo se capacitó de 3 a 4 veces.

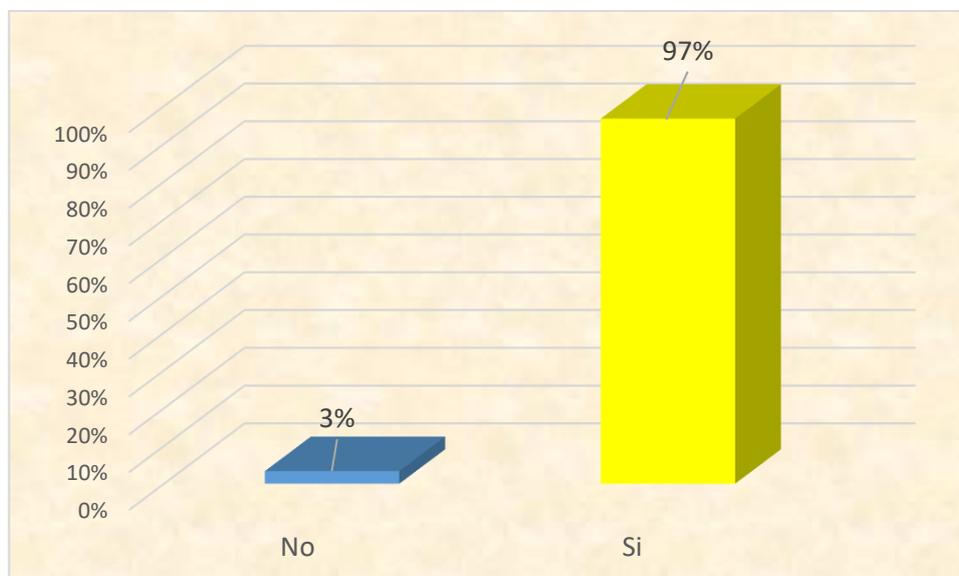
3.18 ¿Considera usted que la capacitación como empresario es una inversión del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018

Tabla 30 La capacitación es una inversión

Inversión Capatacitación	fi	Fi
No	1	1
Si	29	30
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 30 Diagrama de barra La capacitación es una inversión



Fuente: Tabla 30

Descripción

En base a la tabla y figura 30, afirmamos que el 100% de las micros y pequeñas empresas encuestadas, el 3% considera que la capacitación no es una inversión, pero sin embargo el 97% considera que la capacitación si es una inversión.

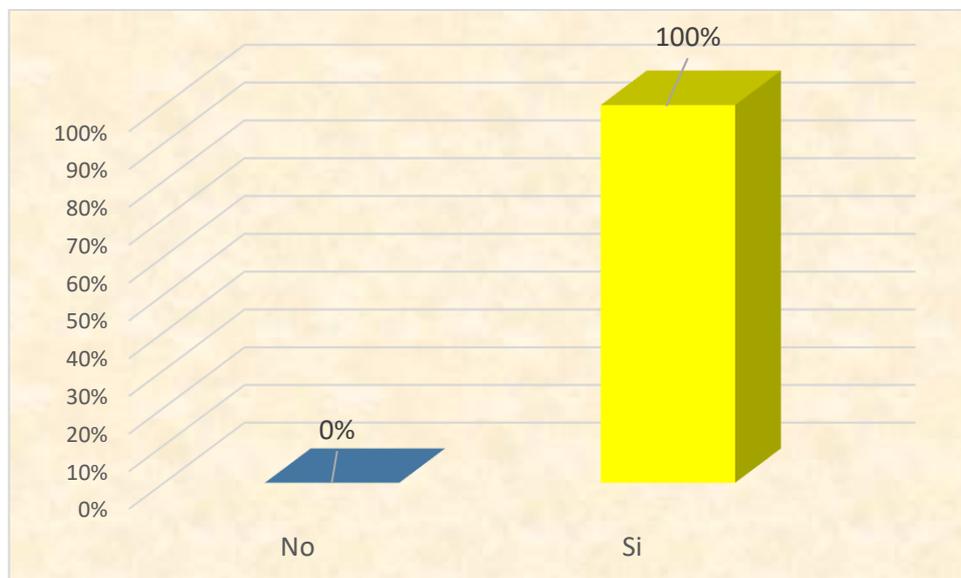
3.19 Considera Ud. Que la capacitación de su personal es relevante para su empresa del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018.

Tabla 31 La capacitación es relevante

La capacitación Relevante	fi	Fi
No	0	0
Si	30	30
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 31 Diagrama de barra de la relevancia



Fuente: Tabla 31

Descripción

En base a la tabla y figura 31, afirmamos que el 100% de las micros y pequeñas empresas encuestadas, consideran que la capacitación es relevante para su empresa.

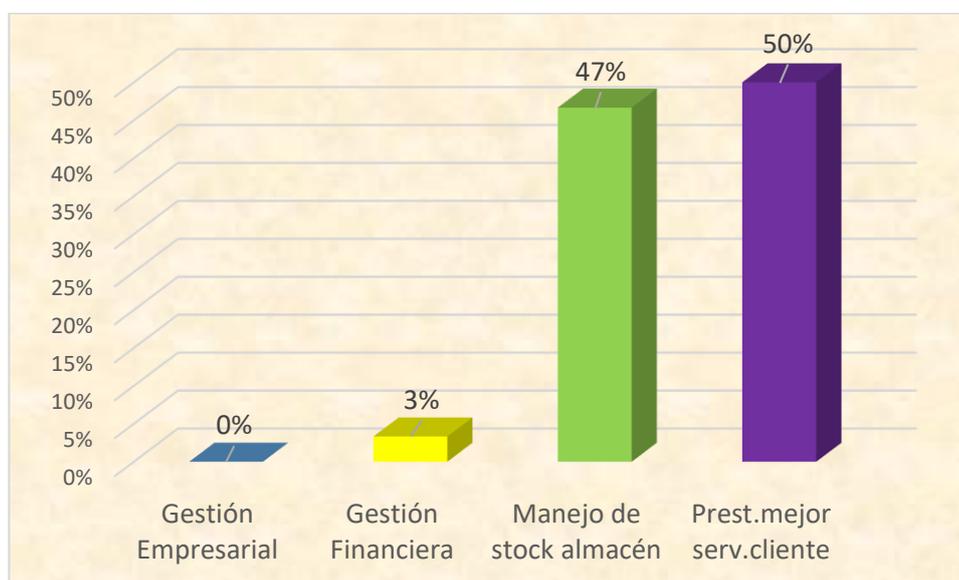
3.20 Temas que se capacito sus trabajadores del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018

Tabla 32 Temas de capacitación

Temas Capacitaron	fi	Fi
Gestión Empresarial	0	0
Gestión Financiera	1	1
Manejo de stock almacén	14	15
Prest.mejor serv.cliente	15	30
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 32 Diagrama de barra de los temas de capacitación



Fuente: Tabla 32

Descripción

En base a la tabla y figura 32, afirmamos que del 100% de las micros y pequeñas empresas encuestadas, el 3% se capacito en Gestión Financiera, el 47% en manejo de stock almacén y el 50% se capacito en prestación de mejor servicio al cliente.

De la rentabilidad

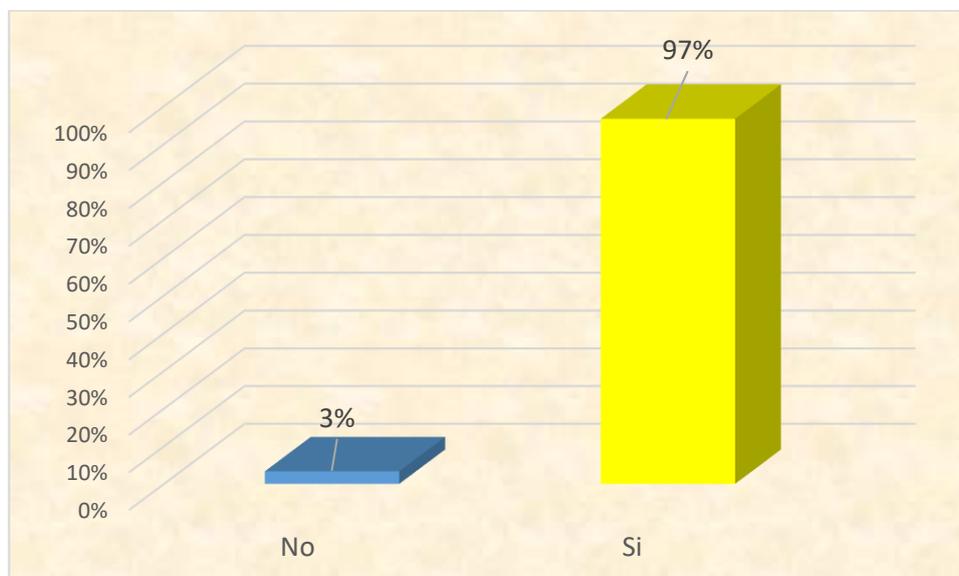
3.21 ¿Cree usted que su empresa es rentable del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018?

Tabla 33 Cree que su empresa es rentable

Rentable	fi	Fi
No	1	1
Si	29	30
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 33 Diagrama de barra de la empresa rentable



Fuente: Tabla 33

Descripción

En base a la tabla y figura 33, afirmamos que el 100% de las micros y pequeñas empresas encuestadas, el 3% indico que su empresa no es rentable y por otro lado el 97% manifiesta que su empresa si es rentable.

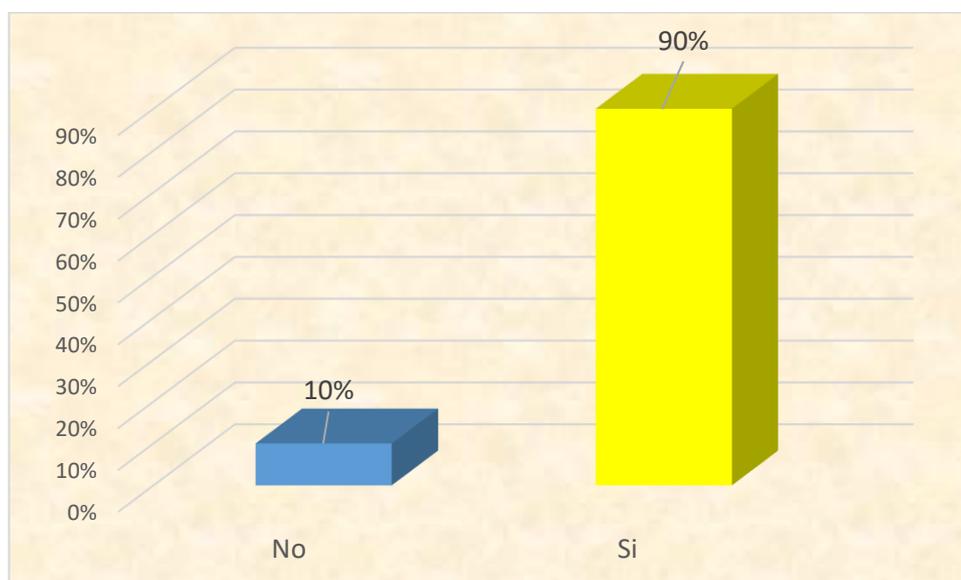
3.22 ¿Cree usted que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los dos últimos años del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018?

Tabla 34 Mejoras en los dos últimos años

Mejora Últimos Años	fi	Fi
No	3	3
Si	27	30
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 34 Diagrama de barra de la mejora



Fuente: Tabla 34

Descripción

En base la tabla y figura 34, afirmamos que el 100% de las micros y pequeñas empresas encuestadas, el 10% no cree que su rentabilidad mejora en los dos últimos años, y por otro lado el 90% si cree que su rentabilidad mejoro en los dos últimos años.

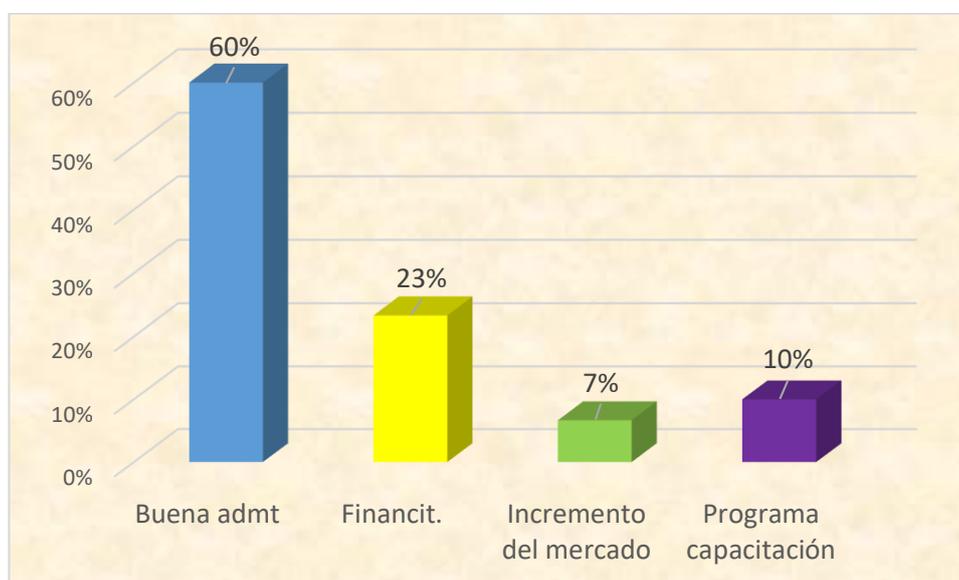
3.23 ¿Qué factor determinó la rentabilidad de su empresa del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018?

Tabla 35 Factor que determinó

Factor	fi	Fi
Buena administración	18	18
Financiamiento	7	25
Incret.precio mercado	2	27
Program. Capacitación	3	30
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 35 Diagrama de barra del Factor



Fuente: Tabla 35

Descripción

En base a la tabla y figura 35, afirmamos que el 100% de las micro y pequeñas empresas encuestadas, el 60% determino que el factor de la rentabilidad de su empresa es una buena administración, el 23% determino el financiamiento, por otro lado, el 7% determino el incremento del precio del mercado y por último el 10% determino que el factor de la rentabilidad de su empresa es el programa de capacitación.

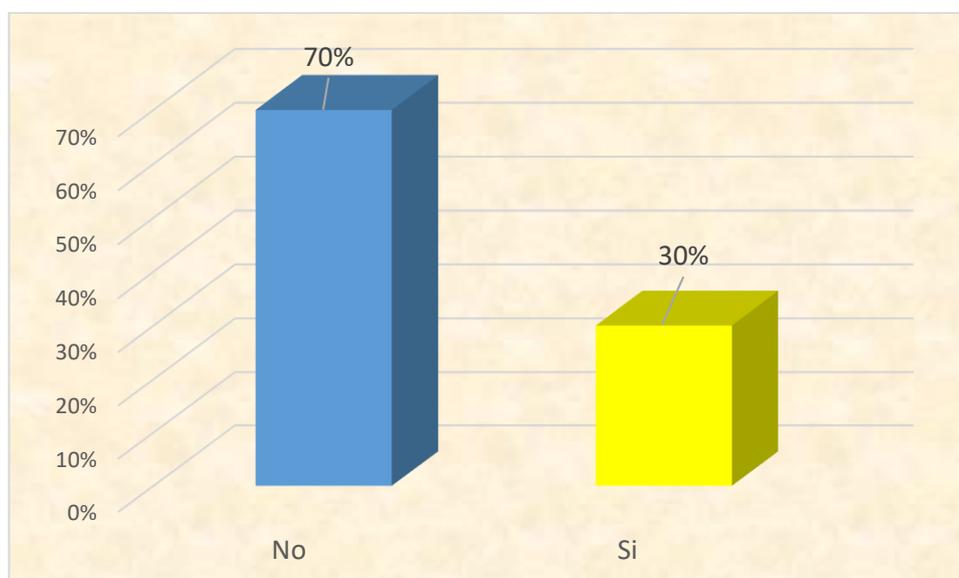
3.24 ¿Utiliza algún indicador para medir su rentabilidad del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018?

Tabla 36 Indicador

Indicador	fi	Fi
No	21	21
Si	9	30
Total	30	

Fuente: Anexo 7

Figura 36 Diagrama de barra Indicador



Fuente: Tabla 36

Descripción

En base a la tabla y figura 36, afirmamos que el 100% de las micros y pequeñas empresas encuestadas, el 70% indico que no usa ningún indicador para medir su rentabilidad y por tanto el 30% manifiesta que si usa un indicador para medir su rentabilidad.

4.2 Análisis de los resultados

4.2.1 Datos Generales

4.2.1.1 Edad de los representantes legales de la micro y pequeñas empresas

El 90% de los representantes legales son personas adultas donde sus edades oscilan de 31 a más años, son las edades promedias de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas estudiadas es de 31 a más años respectivamente. Dichos resultados manifiestan que los administradores y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas son empresarios adultos, con suficiente capacidad para montar una empresa responsable.

4.2.1.2 Sexo de los representantes legales de la micro y pequeñas empresas.

El 60% de los representantes son de sexo masculino, el 40% son femeninas, estos resultados nos muestran que hay casi una igualdad al llevar al frente una empresa, se ve hoy en día de las mujeres van escalando en diferentes puestos de trabajos y/o negocios que hay en nuestro país y a nivel mundial.

4.2.1.3 Grado de instrucción de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas.

Los resultados nos muestran que el 63% de los representantes legales cuentan con estudios superior, dichos resultados nos muestran que se encuentran con un nivel educativo superior y por ende con la capacidad de poder tener un buen manejo empresarial, esto a su vez traería como consecuencia que las empresas sea competitivas y rentables.

4.2.1.4 Estado civil de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas.

El 47% de los representantes legales o dueños de las micro y pequeñas empresas encuestadas son conviviente, estos resultados nos muestran que cuentan con carga familiar, asimismo nos manifiestan que sus convivientes son parte de la contribución y el manejo empresarial de sus empresas.

4.2.1.5 Profesión de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas.

El 40% de los representantes legales tienen la profesión de mecánico; el 43% son administradores, dichos resultados nos muestran que los representantes legales de las micro y pequeñas empresas están vinculados en el rubro de repuestos automotriz ya que el 40 % son de profesión mecánicos y un 43% son administradores, quiere decir que ambas profesiones están vinculadas a dicha rama.

4.2.2 De la micro y pequeña empresa

4.2.2.1 Tiempo de permanencia en la actividad empresarial

El 100% de las empresas encuestadas se dedican a la actividad empresarial entre los 3 años a más, estos resultados nos ponen como indicadores a las micro y pequeñas empresas donde tiene una antigüedad suficiente para ser estables en el mercado ya que el requisito indispensable para acceder a créditos financieros, es recomendable que los negocios cuenten con una antigüedad de por lo menos un año.

4.2.2.2 Formalidad de las micro y pequeñas empresas

Encontramos un 97% de las empresas encuestadas son formales, es decir inscritos en el RUS y RER. Los resultados encontrados afirman que son micro empresarios formales. Por tanto, en el Perú existen muchos beneficios tributarios para dichas empresas formalmente constituidas según su nivel de ingresos, para fomentar la formalización y promoción del empleo y con la finalidad de conseguir un desarrollo en la cual genere una mejor calidad de vida.

4.2.2.3 Cree que la formalidad le trae más beneficios a su empresa.

El 97% de los representantes legales de la micro y pequeñas empresas manifiestan que la formalidad de sus empresas si le trae muchos beneficios a su empresa, estos resultados nos indican que para ellos se les hace fácil al acceder a créditos bancarios para incrementar su capital.

4.2.2.4 Número de trabajadores que laboran en la empresa

El 57% de las micro y pequeñas empresas encuestadas tienen entre 1 a 2 trabajadores permanentes. Estos resultados nos muestran que el 27% de las empresas encuestadas oscilan en promedio de 5 a más trabajadores permanentes. Asimismo desde el punto de vista del número de trabajadores que tienen las micro y pequeñas empresas según Ley Mype N° 28015 cuyo texto único ordenado de la ley de Promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa, y del acceso al empleo decente, D.S. N° 007-2008-TR y su Reglamento D.S. N° 008-2008-TR; y la Ley N° 30056, Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial, al estipular, que no hay límite de trabajadores (**Perú Pymes, 2016**).

4.2.2.5 Número de trabajadores permanentes de las micro y pequeñas empresas.

El 93% de las micro y pequeñas empresas encuestadas tienen entre 1 a 10 trabajadores permanentes. Estos resultados nos muestran la estabilidad que tienen los empleados y según la literatura desde dese el punto de vista del número de trabajadores que tienen las Mypes según Ley Mype N. 28015 cuyo Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa, y del Acceso al Empleo Decente, D.S. N° 007-2008-TR y su Reglamento D.S. N° 008-2008-TR; y la Ley N° 30056, Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial, al estipular, que no hay límite de trabajadores (**Perú Pymes, 2016**).

4.2.2.6 Número de trabajadores eventuales de las micro y pequeñas empresas.

El 100% de las micro y pequeñas empresas encuestadas tienen en promedio de 1 a 10 trabajadores eventuales, estos resultados nos muestran que los representantes debido a la demanda del mercado

en épocas festivas hacen que contratan más personal eventuales para cubrir los puestos críticos que requiere el mercado.

4.2.2.7 Motivos de la formación de la Mypes.

El 97% de las micros y pequeñas empresas encuestadas nos muestran que el motivo de la formación de sus empresas es para obtener ganancias y asimismo mejorar la calidad de vida tanto para ambos empleadores y empleados.

4.2.3 Del financiamiento de las micro y pequeñas empresas

4.2.3.1 ¿Solicito financiamiento formal?

El 90% de las micro y pequeñas empresas encuestadas manifiestan que solicitaron financiamiento formal para la formación de sus empresas, estos resultados nos muestran que las empresas van por el conducto regular para incrementar sus ganancias.

4.2.3.2 ¿Cómo financia su actividad comercial en el rubro?

El 90% de las micro y pequeñas empresas muestran como resultado el financiamiento mediante terceros, todo quiere decir que para sus actividades comerciales recurren al financiamiento de entidades bancarias.

4.2.3.3 Monto del microcrédito financiero que obtuvo en los último dos años.

El 70% de las micro y pequeñas empresas encuestadas solicitaron entre S/. 10,001 a S/. 15,000 soles de crédito financiero. Estos resultados nos indican que las empresas tienen que tener un análisis muy cuidadoso de los créditos que van adquirir, estudiar el monto de interés que solicitan de acuerdo a los montos solicitados.

4.2.3.4 ¿De qué institución financiera ha obtenido el microcrédito financiero?

El 83% de las micro y pequeñas empresas encuestadas afirmaron que recurrieron a una institución bancaria para acceder a sus créditos financieros donde lo adquieren con todas las facilidades y beneficios del caso.

4.2.3.5 Los créditos otorgados fueron en los montos solicitados.

El 70% de las micro y pequeñas empresas encuestadas manifestaron que los créditos solicitados fueron en los montos solicitados. Quiere decir que estos resultados estarían indicando que las entidades bancarias son las instituciones que otorgan facilidades y beneficios para sus micro empresas.

4.2.3.6 En promedio ¿Cuántas veces al año solicitó un microcrédito financiero?

El 73% de las micro y pequeñas empresas encuestadas, solicitaron en promedio solo 1 vez un microcrédito financiero para las actividades comerciales a la que se dedica.

4.2.3.7 Tasa de interés que pagó

El 93% de las micro y pequeñas empresas encuestadas precisan que pagan un interés en promedio de 16 a 20% anual, estos resultados explican porque las micro y pequeñas empresas estudiadas accedieron a fuentes de financiamiento de entidades bancarias.

4.2.3.8 Tiempo en que financio el crédito

El 73% de las micro y empresas encuestadas afirmaron que en promedio de 24 a más meses financiaron sus créditos, estos resultados nos hacen ver que el financiamiento que solicitan es a corto y largo plazo.

4.2.3.9 ¿En que fue invertido el crédito financiero que Ud. Obtuvo?

El 63% de las micro y empresas encuestadas invirtieron su crédito solicitado en su capital de trabajo, esto para incrementar sus ventas y mantener su stock en el mercado.

4.2.3.10 ¿Cree Ud. Que dentro de las políticas de atención de las entidades financieras está el incremento de rentabilidad de las Mypes del sector comercio, rubro repuestos

El 97% de la micro y pequeñas empresas encuestadas manifiestas que las políticas de atención de las entidades financieras incrementan su rentabilidad en el rubro estudiado, dichas políticas hacen que las empresas tengan confianza en la adquisición de sus financiamientos.

4.2.3.11 ¿El micro crédito financiero que obtuvo contribuyó al incremento de la rentabilidad anual de su empresa?

El 97% de las micro y pequeñas empresas encuestadas manifiestan que el crédito que obtuvieron sí incrementó su rentabilidad anual de su empresa, estos resultados afirman que el financiamiento que obtienen dichas empresas son para sus beneficios tanto empleador como empleado.

4.2.3.12 Porcentaje en la que obtuvo

El 73% de las micros y pequeñas empresas encuestadas indicaron el porcentaje que obtuvieron es más del 10%, dichos resultados nos muestran que tienen un buen incremento en su rentabilidad.

4.2.4 De la capacitación de las micro y pequeñas empresas

4.2.4.1 Recibió Ud. Capacitación previa para la administración del microcrédito financiero.

El 77% de las micro y pequeñas empresas encuestadas manifiestan que, si recibieron capacitación, este resultado muestra que las entidades financieras capacitan a las empresas en cómo invertir en sus negocios ya sea a corto o largo plazo.

4.2.4.2 ¿Cuántos cursos de capacitación ha recibido Ud. ¿En el último año?

El 90% de las micro y pequeñas empresas encuestadas manifiestan en promedio de 1 a 2 veces que recibieron cursos de capacitación en el último año, estos resultados nos muestran que los representantes están en la actualización del mercado de acuerdo a las capacitaciones realizadas.

4.2.4.3 Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó Ud.?

El 70% de las micro y pequeñas empresas encuestadas manifiestan que recibieron capacitación en Inversión del crédito financiero, estos resultados nos indican que los dueños tienen conocimiento del cómo invertir en sus negocios que emprendieron.

4.2.4.4 El personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?

El 100% de las micro y pequeñas empresas encuestadas, manifiestan que su personal recibió capacitación, estos resultados nos muestra que los representantes legales están muy interesados que su personal esté capacitado para así poder tener un buen rendimiento y resultado en sus funciones.

4.2.4.5 ¿Cuántas veces al año se capacito?

El 97% de las micro y pequeñas empresas encuestadas manifiestas en promedio de 1 a 2 veces recibieron capacitación, estos resultados nos muestran que el personal de las empresas está en constante capacitación y motivación para así obtener un buen resultado.

4.2.4.6 ¿Considera usted que la capacitación como empresario es una inversión?

El 97% de las micro y pequeñas empresas encuestadas manifiestan que la capacitación en una buena inversión, estos resultados nos muestran que la inversión en la capacitación trae buenos resultados tanto para el empleado como para el empleador.

4.2.4.7 ¿Considera Ud. ¿Que la capacitación de su personal es relevante para su empresa?

El 100% de las micro y pequeñas empresas encuestadas manifiestan que si es relevante la capacitación de su personal ya que eso les permite mantener actualizados.

4.2.4.8 ¿En qué temas se capacito sus trabajadores?

El 50% de las micro y pequeñas empresas encuestadas, indicaron que su personal se capacito en el curso de prestación de mejor servicio al cliente, este resultado nos indica que los representantes se preocupan en la capacitación de su personal y a su vez esto tengan buenos resultados en la atención del cliente.

4.2.5 De la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas

4.2.5.1 ¿Cree usted que su empresa es rentable?

El 97% de la micro y pequeñas empresas encuestadas manifiestan que la rentabilidad en su empresa es rentable, este resultado muestra que la inversión que hicieron es buena.

4.2.5.2 ¿Cree usted que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los dos últimos años?

El 90% de las micro y pequeñas empresas encuestadas manifiestan que sus empresas en los últimos dos años mejoro casi en la totalidad su rentabilidad de sus empresas.

4.2.5.3 ¿Qué factor determinó la rentabilidad de su empresa?

El 60% de las micro y pequeñas empresas encuestadas manifiestan que el factor que determino la rentabilidad de su empresa es una buena administración, este resultado nos indica que los representantes tienen una buena base con respecto al rubro estudiado.

4.2.5.4 ¿Utiliza algún indicador para medir su rentabilidad?

El 70% de las micro y pequeñas empresas encuestadas manifiestan que no utilizaron ningún indicador para medir su rentabilidad.

V. CONCLUSIONES

- La tendencia a solicitar y recibir créditos financieros es una creciente en el rubro compra y venta de repuesto automotriz del distrito de Callería, debido a la demanda del mercado.
- La calificación de las micro y pequeñas empresas encuestadas nos manifiestan que tienen una calificación regular al 69%, debido a la crisis política en estos últimos años.
- La formalidad de las micro y pequeñas empresas hace que dichas empresas puedan tener más oportunidades en obtener financiamiento para la actividad comercial que realizan.
- Las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra y venta repuestos automotriz estudiadas y encuestadas reciben financiamiento en una mayor proporción del 53% del sistema bancario. Para incrementar la demanda del mercado.
- El 97% de las micro y pequeñas empresas encuestadas manifiestan que es una buena inversión las capacitaciones a su personal, ya que debido a esa inversión ellos incrementan sus ingresos en la buena atención al cliente y asimismo dan una mejor calidad de vida a sus trabajadores.
- Asimismo, el 73% de dichas empresas encuestadas en el rubro, indicaron que su rentabilidad es regular, pero aun así se mantienen en el mercado debido a la competencia de la misma.
- Finalmente, queda confirmada en forma positiva las hipótesis de investigación planteadas, que si existe relación entre el financiamiento y la capacitación con la rentabilidad de las Mype del sector comercio rubio compra y venta de repuestos automotriz.

VI. RECOMENDACIONES

- Mejorar en su organización de ideas que les permitan continuar con éxito y logren consolidar una empresa sustentable y rentable.
- Que más personas puedan ingresar a este rubro de compra y venta de repuestos automotriz, ya que es una actividad con gran demanda en el mercado de autopartes debido al incremento de unidades motorizadas en nuestra región.
- Buscar e identificar estrategias que les permita incrementar su productividad, ya sea con propagandas en medios de comunicación, servicios post ventas, compras en línea (on line) y entregas a domicilio.
- Que los empresarios a nivel de capacitación se sigan actualizando en el rubro de compra y venta de repuestos automotriz ya que la competencia en dicho rubro es amplia.
- Que las micro y pequeñas empresas inviertan en la capacitación actualizada en temas del rubro donde les permita optimizar las productividades, implementación de sus empresas y así se adecuen, en la actividad económica elegida.
- A elegir propuestas de valor que se ajusten a la necesidad del cliente y de acuerdo a las posibilidades de la empresa; pero a su vez recordando que toda estrategia sea de mejora para la inversión las cuales brinden resultados a mediano y largo plazo.
- Se debe mejorar las participaciones con las entidades encargadas de fiscalizar a las Mypes tales como la SUNAT, Municipios entre otros, para tener acceso a información, para poder realizar una mejor investigación de lo estudiado.
- Es necesario que los representantes de las micro y pequeñas empresas estén en constante capacitación con su personal ya que una buena atención y un trato muy agradable hace el cliente hace que se sienta satisfecho en la tienda donde está

comprando su producto y por ende tiende a regresar y generar más confianza e ingresos para la empresa.

- Que al momento de solicitar un microcrédito financiero los empresarios de las micro y pequeñas empresas cuenten con la capacitación necesaria para cómo invertir el crédito solicitado.
- Que las entidades bancarias brinden todas las facilidades de para que los micro empresarios puedan acceder a un buen crédito a largo plazo y con un interés razonable.
- Que su inversión solicitada sea utilizada como capital de trabajo y mejoramiento de sus instalaciones.
- Que realicen financiamiento siempre y cuando las condiciones del mercado se ameriten a una buena inversión y a la vez que sea rentable.
- Que los micro empresarios tengan un buen análisis de sus estados financieros para tomar las decisiones gerenciales para beneficios de la empresa y sus colaboradores.

VII. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

7.1 Referencias bibliográficas

- Almonacid Saldaña, K. G. (23 de Setiembre de 2017). Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de artículos de ferretería del distrito de Manantay 2017. Obtenido de 2018: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4602/FINANCIAMIENTO_MYPES_ALMONACID_SALDA%C3%91A_KATHERINE_GISELL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ayala Calvo, J. C., Rodríguez Osés, E., & Acedo Ramírez, M. Á. (21 de Setiembre de 2005). Rentabilidad, endeudamiento y coste de la deuda de las pymes. Análisis empírico de las empresas por tamaños. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1432250>
- Cala Hederich, A. (21 de Setiembre de 2005). Situación y Necesidades de la Pequeña y media Empresa. Obtenido de <http://repository.usergioarboleda.edu.co/bitstream/handle/11232/318/CienciasSocialesyHumanas597.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Canales Cerón, M. (2006). Metodologías de investigación social . Santiago: LOM. Concha y Toro 23, Santiago.
- Centurión Medina, R. Z. (21 de Setiembre de 2013). Gestión de calidad, formalización, competitividad, financiamiento, capacitación y rentabilidad en micro y pequeñas empresas de la provincia de Santa 2013. Obtenido de <https://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo/article/view/829/489>
- Cruz Zurita, C. (22 de Setiembre de 2016). “Caracterización del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector

- comercio rubro motopartes del distrito de Callería, 2016”. Obtenido de 2018:
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1186/FINANCIAMIENTO_CAPACITACION_RENTABILIDAD_CRUZ_ZURITA_CELIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ferraro , C. (2011). Apoyando a las pymes:Políticas de fomento en América Latina. Naciones Unidad, Santiago de Chile: Cepal.
- Gonzales Orsi, L. Á. (23 de Setiembre de 2017). Caracterización del financiamiento, de la capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro artesanías shipibo-conibo del distrito de Yarinacocha, 2017. Obtenido de 2018:
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2443/FINANCIAMIENTO_CAPACITACION_%20GONZALES_ORSI_LUIS_ANGEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, M. (3 de Octubre de 2010). Metodología de la investigación. Obtenido de 2018:
https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- Kong Ramos, J. A., & Moreno Quilcate, J. M. (21 de Setiembre de 2010-2012). Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las mypes del distrito de San José - Lambayeque en el período 2010-2012. Obtenido de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/88/1/TL_KongRamosJessica_MorenoQuilcateJose.pdf
- Lago, A. (22 de Setiembre de 2013). Capacitación en Planificación Estratégica. Obtenido de <http://riuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/1055/1/art01.11.pdf>

- León de Cermeño, J., & Schreiner, M. (19 de Setiembre de 1999). Financiamiento para las Micro y pequeñas empresas: Algunas líneas de acción. Obtenido de http://www.microfinance.com/Castellano/Documentos/Financiamiento_para_PyMEs.pdf
- Lira Briceño, P. (24 de Setiembre de 2009). Finanzas y financiamiento las herramientas de gestión que toda pequeña empresa debe conocer. Obtenido de 2018: http://www.miempresa.gob.pe/portal/images/stories/files/FINANZAS_FINANCIAMIENTO.pdf
- Lizcana Álvarez, J. (27 de Setiembre de 2004). Rentabilidad empresarial propuesta práctica de análisis y evaluación. Obtenido de 2018: https://www.camara.es/sites/default/files/publicaciones/rentab_emp.pdf
- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (03 de Octubre de 2018). Definición de rentabilidad. Obtenido de 2018: <https://definicion.de/rentabilidad/>
- Perez Porto, J., & Gardey, A. (03 de Octubre de 2017). Definición de capacitación . Obtenido de 2018: <https://definicion.de/capacitacion/>
- Pérez, G., Pineda, U., & Arango, M. (25 de Setiembre de 2011). La capacitación a través de algunas teorías de aprendizaje y su influencia en la gestión de la empresa. Obtenido de 2018: <http://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/13/26>
- Pizarro Leongómez, E. (19 de Setiembre de 2002). La atomización partidista en Colombia: el fenómeno de las micro-empresas electorales. Obtenido de 2002: file:///C:/Users/GISELA/Downloads/La_Atomicacion_Partidista_en_Colombia_el_Fenomeno_.pdf

- Reategui Pizango, M. L. (2018). Recuperado el 16 de setiembre de 2018, de Caracterizacion del financiamiento y la rentabilidad de las mypes del sector servicio - rubo salones de belleza y spa de la av. Benavides (cuadras 34-35) en el Distrito de Surco, provincia y departamento de Lima : sdjhfkjdhgjadjg
- Rengifo Arias, M. A. (23 de Setiembre de 2011). El credito y la rentabiliadad de las microempresas comerciales del Distrito de Tarapoto. Obtenido de 2018: <http://repositorio.unas.edu.pe/bitstream/handle/UNAS/869/T.EPG-27.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lastra , E. (20 de Noviembre de 2017). *7 Medios de capacitación para las MyPE*. Obtenido de 2018: <http://www.mundomype.com/7-medios-de-capacitacion-para-las-mype/>
- Lastra, E. (20 de Noviembre de 2017). *LA CAPACITACIÓN COMO HERRAMIENTA DE FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL*. Obtenido de 2018: <http://www.mundomype.com/la-capacitacion-como-herramienta-de-formalizacion-empresarial/>
- Mora, F., & Schupnik, W. (s.f.). *Rentabilidad y productividad en mercadeo*. Obtenido de 2018: www.monografias.com/trabajos12/rentypro/rentypro2.shtml

7.2 ANEXO

7.2.1 Anexo 1 Cuestionario

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE CANTABILIDAD

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN MOIC – DEMI

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

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas Empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado “**Caracterización del Financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mypes del sector comercio Rubro compra y venta repuestos Automotriz del distrito Callería, periodo 2018**”.

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

Encuestador (a):Fecha...../...../2018

Razón Social:RUC N°

I. DATOS GENERALES:

I.1. Edad del representante legal de la empresa:

- a) 18 – 25 b) 26 – 30 c) 31 a más

I.2. Sexo: a) Masculino b) Femenino

I.3 Grado de instrucción:

- a) Primaria b) Secundaria c) Superior

I.4 Estado Civil:

Soltero.....Casado.....Conviviente.....Divorciado.....Otros...

I.5 Profesión: a) Mecánico b) Administrador c) Contador d) Profesor

II. DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

Del empresario y los trabajadores:

II.1 ¿Hace cuánto tiempo se dedica a esta actividad empresarial?

- a) 01 año b) 02 años c) 03 años a más

II.2 Formalidad de las Mypes es:

- a) Formal b) informal

II.3 ¿Crees que la formalidad le trae más beneficios a su empresa?

- a) No b) Si

II.4 ¿Cuántos trabajadores laboran en su empresa?

- a) de 1 a 2 b) de 3 a 4 c) de 5 a más

II.5 Número de trabajadores permanentes.....

- a) 1 – 10 b) 11 – 20 c) 21 – a más

II.6 Número de trabajadores eventuales.....

- a) 1 – 10 b) 11 – 20 c) 21 – a más

II.7 Motivos de formación de la Mype:

- a) Obtener ganancias b) Subsistencia

III. DEL FINANCIAMIENTO, CAPACITACIÓN Y RENTABILIDAD DEL MICROEMPRESARIO:

Del Financiamiento:

III.1. ¿Solicito financiamiento formal?

- a) NO b) SI

III.2 ¿Cómo financia su actividad comercial en el rubro automotriz?

- a) Financiamiento propio b) Financiamiento de terceros

III.3 ¿Cuál fue el monto del microcrédito financiero que obtuvo en los últimos dos años?

- a) 1,000 – 5,000 b) 5001 – 10,000 c) 10,001 – 15,000

III.4 ¿De qué instituciones financieras ha obtenido el microcrédito financiero

a) Banca Comercial

Indica institución

b) Banca No Comercial

Indica institución.....

III.5 Los créditos otorgados fueron en los montos solicitados

a) NO b) SI

III.6 En promedio ¿Cuántas veces al año solicitó un micro crédito financiero?

a) 1 vez b) 2 veces c) 3 veces

III.7 ¿Qué tasa de interés pagó?

a) 5 – 10 % b) 11 – 15% c) 16 – 20%

III.8 ¿En cuánto tiempo financiaste el crédito?

a) 6 meses b) 12 meses c) 24 a más

III.9 ¿En qué fue invertido el crédito financiero que Ud. obtuvo?

a) Capital de trabajo

b) Mejoramiento y ampliación del local

c) Programa de capacitación

III.10 ¿Cree Ud. que dentro de las políticas de atención de las entidades financieras está

el incremento de rentabilidad de las Mypes del sector comercio, rubro Repuestos?

a) No

b) Si

III.11 ¿El micro crédito financiero que obtuvo contribuyó al incremento de la

rentabilidad anual de su empresa?

a) No

b) Si

III.12 ¿En qué porcentaje lo obtuvo?

a) -5%

b) 5% al 10 %

c) +10%

De la capacitación:

III.13 ¿Recibió Ud. capacitación previa para la administración del microcrédito financiero?

a) No

b) Si

III.14 ¿Cuántos cursos de capacitación ha tenido Ud. en el último año?

a) 1 a 2

b) 3 a 4

c) 5 a más

III.15 Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó Ud.?

a) Inversión del crédito financiero

b) Manejo empresarial

c) Administración de recursos humanos

d) Marketing Empresarial

III.16 El personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?

a) No

b) Si

III.17 ¿Cuántas veces al año se capacito?

a) 1 a 2

b) 3 a 4

c) 5 a más

III.18 ¿Considera Ud. que la capacitación como empresario es una inversión?

a) No

b) Si

III.19 ¿Considera Ud. que la capacitación de su personal es relevante para su empresa?

a) No

b) Si

III.20 ¿En qué temas se capacitaron sus trabajadores?

a) Gestión Empresarial c) Manejo de stock de almacén

b) Gestión Financiera d) Prestación de mejor servicio al cliente.

De la rentabilidad

III.21 ¿Cree usted que su empresa es rentable?

a) NO

b) SI



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

“Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería, 2018”

**PROYECTO DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
CONTADOR PÚBLICO**

AUTOR:

Bach. Tapullima Paredes, Donyta Gisela

ASESOR:

Mg. CPCC Arévalo Pérez Romel

PUCALLPA – PERÚ

2018

TITULO: “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de la micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería, 2018”

AUTOR:

Donyta Gisela Tapullima Paredes¹

ASESOR:

Romel Arévalo Pérez²

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general: Describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería 2018. La investigación fue cuantitativa – descriptiva simple, El diseño de la investigación que se utilizará será no experimental – transversal – retrospectivo – descriptivo, porque en la recolección de datos y la presentación de los resultados se utilizarán procedimientos estadísticos e instrumentos de medición numéricos, Para el recojo de la información de la presente investigación se aplicará la técnica de la encuesta se escogió en forma dirigida a 30 microempresarios, cuyos resultados fueron: Afirmamos que no existe ningún representante legal de 18 a 25 año; el 10% tiene una edad comprendida entre 26 a 30 años, mientras que el 90% tiene una edad de 31 a más años. El 40% de los representantes legales tienen la profesión de mecánico; el 43% son administradores, mientras el 13 % son contadores y el 3% son de profesión profesores. Podemos decir que no existe empresas encuestadas con 1 y 2 años en la

¹ Bach. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

² Contador Público Colegiado, docente investigador de la Carrera Profesional de Contabilidad de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

actividad empresarial; el 100% de las empresas encuestadas manifiestan que su actividad empresarial empezó entre los 3 años a más. Asimismo, nos indica que el 3% de la empresa encuestada indicaron que la formalidad no les trae beneficios a sus empresas, en tanto el 97% manifiesta que si hay muchos beneficios en cuanto la formalidad de las empresas. Además, afirman que el 100% de las Micro y pequeñas empresas encuestadas afirman que no existe un mal financiamiento, por tanto, el 47% manifiesta que su financiamiento es regular y por último el 53% indicó que su financiamiento es bueno. Por otro lado, nos indica que el 100% de las Micro y pequeñas empresas encuestadas afirman que no existe una mala capacitación, por tanto, el 03% manifiesta que su inversión en la capacitación es regular y por último el 97% indicó que su inversión en la capacitación de su personal es buena.

Finalmente, el financiamiento y la capacitación mejoro su rentabilidad y manifiestan que la rentabilidad de su empresa fue regular en los últimos años.

Palabra clave: Financiamiento, capacitación, rentabilidad y Mypes.

ABSTRAC

The research had as a general objective: Describe the main characteristics of financing, training and profitability of micro and small businesses in the commerce sector, purchase and sale of automotive parts of the district of Callería 2018. The research was simple quantitative - descriptive, The design of the research that will be used will be non - experimental - transversal - retrospective - descriptive, because in the collection of data and the presentation of the results, statistical procedures and numerical measurement instruments will be used. For the collection of the information of the present investigation The technique of the survey will be applied in a targeted way to 30 microentrepreneurs, whose results were: We affirm that there is no legal representative of 18 to 25 years; 10%

have an age between 26 to 30 years, while 90% have an age of 31 to more years. 40% of legal representatives have the profession of mechanic; 43% are administrators, while 13% are accountants and 3% are professors. We can say that there are no surveyed companies with 1 and 2 years in business activity; 100% of the surveyed companies state that their business activity began between 3 years and over. It also indicates that 3% of the company surveyed indicated that formality does not bring benefits to their companies, while 97% say that there are many benefits in terms of the formality of the companies. In addition, they affirm that 100% of the Micro and small companies surveyed affirm that there is no bad financing, therefore, 47% state that their financing is regular and finally 53% indicated that their financing is good. On the other hand, it indicates that 100% of the Micro and small companies surveyed affirm that there is no bad training, therefore, 03% state that their investment in training is regular and finally 97% indicated that their investment in training your staff is good.

Finally, financing and training improved their profitability and they stated that the profitability of their company was regular in recent years.

Keyword: Financing, training, profitability and Mypes

1. INTRODUCCION

1.1 ANTECEDENTES Y JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACIÓN

En nuestro mundo globalizado existen una serie de tendencias, que se reflejan con mayor intensidad en el mundo (países desarrollados) y condicionan el entorno competitivo de hoy en día, entre ellos destacan: el cambio fundamental de una economía mundial basada en la explotación de recursos naturales y la industria manufacturera, a una que se basa en el valor del conocimientos, la información y la innovación; la rápida globalización de mercados, patrones de comercio, capital financiero e innovación administrativa; el auge y convergencia de las tecnologías

financieras, el aumento de las consideraciones ambientales que, la expansión acelerada de la tecnologías de la información, las comunicaciones ha creado un mundo de interdependencia instantánea.

Podemos afirmar que el comercio crea un medio en que nada se parece al que existía hace pocos años atrás. El mundo en que vivimos encontramos competencias tal multifacéticas e impredecible, así mismo ninguna venta será capaz de durar, sino que deberá regenerarse constantemente. La perspectiva, de las Mypes del mundo desarrollado no se ha quedado rezagada, dado que, las grandes empresas y corporaciones transnacionales que existen en la actualidad se iniciaron como Mypes.

Las Mypes son los motores de crecimiento económico, para ello los gobiernos de turno y la sociedad están en una preocupación en generar los instrumentos adecuados para sus apoyos. De tal manera que el financiamiento es fundamental, así como las capacitaciones, Sin embargo, recién en los últimos tiempos las instituciones financieras bancarias y no bancarias están tomando algunas medidas positivas para mejorar el financiamiento hacia las Mypes.

El incremento en nuestro país del sector automotriz se encuentra en una etapa de crecimiento con vistas al corto, mediano y largo plazo. La demanda receptora e interna empieza a moverse con inusitada fuerza. La inversión en el sector Automotriz al interior del país empieza a moverse con gran fuerza, asimismo la preparación de algunos nuevos horizontes que se observan más donde se divisan, utilidades y clientes.

El trabajo de investigación se ha llevado a cabo en el distrito de Callería, en el sector comercio de compra y venta de repuestos automotriz, aplicando a una muestra representativa de gerentes y administradores de dichos rubros, un cuestionario de preguntas para recoger información pertinente al periodo 2018.

Por tanto, la investigación contiene las siguientes partes: Planteamiento de la investigación, en donde destacan el planteamiento del problema, los objetivos generales y objetivos específicos; el Marco Teórico y Conceptual, donde establecemos y consideramos los antecedentes, las bases teóricas, entre otros; la metodología, en donde se hace mención el tipo de investigación , nivel de la investigación, diseño de la investigación donde se muestra la población y muestra, la definición y operacionalización de las variables; técnicas e instrumentos de investigación de recolección de datos, plan de análisis, matriz de consistencia y principios éticos, los resultados, la discusión, las conclusiones, las recomendaciones, las referencias bibliográficas y, finalmente, los anexos.

1.2 PROBLEMA

Se ha demostrado líneas arriba la importancia que tienen el financiamiento y la capacitación; en el desarrollo y crecimiento de las micro y pequeñas empresas, en cuanto a rentabilidad y competitividad. Sin embargo, a nivel del ámbito de estudio se desconocen las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad. Por ejemplo, se desconoce si dichas micro y pequeñas empresas acceden o no a financiamiento, si lo hacen, a qué sistema financiero recurren, qué tipo de interés pagan, etc.

Asimismo, se desconoce si tienen acceso o no a programas de capacitación, tipos de capacitación, frecuencia de capacitaciones, si capacitan al personal, etc. Finalmente, tampoco se conoce si dichas micro y pequeñas empresas en los últimos años han sido rentables o no, si su rentabilidad ha subido o ha bajado. Por todas estas razones, el enunciado del problema de investigación fue el siguiente: **¿Cuáles son las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro**

y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería, 2018?

1.3 OBJETIVO

Describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería, 2018.

1.4 MARCO TEÓRICO

Teorías del financiamiento

Lira (2009), en su colección sobre “Finanzas y Financiamiento Las herramientas de gestión que toda pequeña empresa debe conocer”. Nos da a conocer que la mayoría de empresarios de la micro y pequeña empresa (MyPE) considera que uno de los problemas principales que tiene que enfrentar es el financiamiento, ya sea para iniciar un negocio, superar situaciones de déficit en su flujo de caja, o expandir sus actividades. En cualquiera de estos casos, tienen dificultades para conseguir dinero. Por lo tanto, en sus campañas publicitarias pareciera que las entidades financieras les dijeran a los emprendedores, “pasa por caja a recoger el dinero,” la verdad es que nadie les dará efectivo “así no más.” Tendrán que cumplir con una serie de exigencias dependiendo de la envergadura de su negocio. Asimismo, en muchos casos, será necesario presentar garantías para respaldar una línea de crédito, también pueden exigir el aval de un tercero. En tal sentido debemos señalar que en el campo de las microfinanzas existen créditos que se otorgan sin respaldo de una garantía tradicional por montos muy pequeños; sin embargo, el tipo de garantía que se solicita es de carácter solidario por parte de sus vecinos o conocidos del solicitante.

Por otro lado, En el sistema financiero es importante que el prestatario demuestre que está en capacidad de pagar puntualmente el préstamo solicitado. Esta capacidad

de cumplimiento se sustenta en la viabilidad del proyecto o negocio, para cuyo financiamiento solicita el dinero. Ser “sujeto de crédito,” es decir, tener historial de cumplidor de sus compromisos, es un requisito que cada día se hace más indispensable. Los pagos a tiempo reflejan una administración financiera responsable y abre el camino a otras y mayores líneas de financiamiento en el futuro. Actualmente, este tipo de información es compartida por todas las entidades financieras, gracias a las centrales de riesgo. Asimismo, a los morosos se le cierran todas las puertas y para los puntuales, llueven ofertas de créditos. Cuando se cierran las puertas por ser morosos, lo que único que queda es recurrir a los prestamistas informales o usureros, quienes otorgan préstamos con intereses muy elevados.

A todo esto, Lira agrega que el riesgo que encontrarnos con algún inescrupuloso que con artimañas se puede apoderar de nuestra casa u otros bienes. Nuestra imagen crediticia se cuida también cuando al tener algún incumplimiento en el pago de nuestras deudas acudimos inmediatamente a la entidad financiera y exponemos nuestro problema. Debemos dar muestras de responsabilidad, desde la solicitud del crédito hasta su cancelación total. Tanto para evitar situaciones problemáticas en el manejo económico de la empresa, como para acceder a los diversos productos financieros que el mercado formal ofrece para los empresarios de la micro y pequeña empresa, este libro presenta valiosa orientación que permite optimizar el proceso de toma de decisiones en dichos ámbitos. ¡Sáquele los mejores dividendos!

De manera que Lira, nos presenta los **Instrumentos Financieros a disposición de las Mype**; Las operaciones crediticias pueden clasificarse en corto y largo plazo. Por convención, hemos denominado corto plazo a aquellas operaciones cuyo plazo de pago sean menores a un año, en tanto que operaciones cuyos plazos de pago sean mayores a un año caerán bajo la categoría de largo plazo. Asimismo, mencionamos

que, por el principio de Temporalidad, las solicitudes de apoyo financiero para capital de trabajo serán básicamente operaciones de corto plazo y las destinadas a financiar compras de activos pertenecerán al largo plazo. Donde presenta **productos crediticios directos de corto plazo**; En el gráfico se observan las operaciones directas que pueden ser utilizadas por empresas y personas naturales para financiar necesidades de capital de trabajo, las cuales por definición son de corto plazo y pueden requerirse en moneda nacional o extranjera. El término Directo, implica que el apoyo financiero involucra entrega de efectivo de la entidad financiera al solicitante.



Asimismo, antes de empezar a desarrollar los diversos productos existentes en esta categoría, explicaremos el concepto de financiamiento puntual y línea de crédito. Donde un financiamiento puntual, implica que cada operación crediticia será evaluada por la institución financiera conforme le sea presentada, en tanto que una línea de crédito es el monto máximo que la entidad financiera está dispuesta a otorgar a su cliente a lo largo de un período determinado. Entonces, ¿Qué debe pedir? ¿Un financiamiento puntual o una línea? Le aconsejamos que pida una línea, pues de esa manera sus pedidos de apoyo financiero a lo largo de la vigencia de esta serán atendidos de inmediato, pues su negocio ya fue evaluado en su oportunidad. Por lo tanto, en caso de solicitar operaciones puntuales, estas serán evaluadas conforme sean presentadas, lo que podría ocasionar demoras en contar con el apoyo financiero. Sin

embargo, debe tomar en cuenta que si su operación es la primera que presenta, el banco la evaluará, muy probablemente, como una operación puntual hasta que tenga un récord crediticio con ellos.

Por otro lado, presenta su **Producto crediticios indirectos de corto plazo**; Dentro de este tipo de productos podemos mencionar a la carta fianza y el aval. El término indirecto significa que el apoyo otorgado por la institución financiera no implica entrega de efectivo, sino más bien una garantía de pago y, por lo tanto, los ingresos que obtiene ésta no se denominan intereses sino comisiones.

Por consiguiente, tenemos toda empresa nueva o en marcha requiere financiamiento tanto para su creación como para su desarrollo a través del tiempo. En general existen dos fuentes básicas de financiación: la deuda y el capital propio. La primera se caracteriza porque otorga un derecho de reclamo fijo al acreedor, los intereses son deducibles del impuesto a las ganancias, tiene alta prioridad de repago ante dificultades financieras de la empresa, posee vencimiento determinado y no implica control de la administración.

Por tanto, en cambio las características del capital propio son: es un derecho residual para los accionistas de la empresa, los dividendos que reciben los accionistas no son deducibles de impuestos, tiene menor prioridad ante dificultades financieras, no posee vencimiento y otorga control de la administración a los accionistas. Las teorías sobre los determinantes de la estructura del capital de las empresas se han desarrollado considerablemente desde las noveles discusiones de los años cincuenta. En el presente trabajo se repasan los aportes teóricos existentes, desde el desafío particular que representa la perspectiva de las PyMES. Posteriormente se discute el apoyo empírico y las líneas de investigación que se perfilan en este campo de estudio.

En tanto Siguiendo a Copeland, Wenston y Shastri (2004), la decisión de estructura de capital abarca dos dimensiones: fuente y duración. Al decidir la fuente de financiamiento, se debe elegir entre capital propio – interno o externo y deuda, que puede provenir de diversas fuentes.

Finalmente, Lira nos muestra los siguientes costos del financiamiento tales como:

- **Los costos de un préstamo:** En este apéndice, se calcula paso a paso los costos en moneda nacional de un financiamiento para capital de trabajo a un plazo de 9 meses.
- **Costos del atraso en los pagos:** En este apéndice se calculan los costos en que incurren los clientes de una institución financiera, cuando voluntaria o involuntariamente se atrasan en el pago de una cuota de préstamo recibido.

Teorías de la Capacitación

Pérez, Pineda, & Arango (2011), en su revista “La capacitación a través de algunas teorías de aprendizaje y su influencia en la gestión de la empresa” nos presisan que en este artículo surge debido a que en las distintas teorías de aprendizaje no se establece por qué la capacitación, tomada como instrumento de aprendizaje, puede impactar en el desempeño global de la organización, inquietud que se referencia en algunos estudios que plantean este asunto de cara hacia el futuro. Por lo tanto, se pretende dar claridad sobre la forma de desarrollar la estrategia de capacitación, a partir de elementos de las teorías de aprendizaje y modelos de gestión conductistas, para que los resultados en materia de gestión de la organización, corresponda a altos estándares de desempeño. Asimismo, Como lo proponen los modelos de gestión centrados en la liberación del potencial humano, “el enfoque de relaciones humanas ve el conocimiento y el orgullo de los trabajadores de línea como el mayor recurso para controlar y mejorar la calidad y la productividad”.

En referencia a los antecedentes, se muestra la naturaleza e importancia del concepto de capacitación a través de modelos de gestión conductistas sustentados en principios de calidad como lo proponen Deming (1989) y Juran y Gryna (1994), y que han reivindicado el papel de los trabajadores en cuanto a su participación y capacitación para el mejoramiento de los procesos de la organización, y para el desarrollo personal propio. Esto lo ha comprobado Masaaki (1990) con su metodología de mejoramiento continuo. Igualmente se revisan algunos elementos del aprendizaje organizacional, tales como la cultura y el diseño organizativo, y se analiza el modo en que afectan la capacitación en la búsqueda de un aprendizaje organizacional continuo.

Pérez, Pineda, & Arango, por sus lado hacen referencia a los modelos conductistas de gestión, la literatura especializada distingue a un grupo de escuelas administrativas orientadas a liberar en los trabajadores los conocimientos y las destrezas requeridas en beneficio de la organización y de ellos mismos; en este sentido se toman en cuenta las consideraciones de las distintas escuelas de relaciones humanas, para la interpretación de los factores que inciden en el rendimiento de los trabajadores y su relación con el temo motivacional.

Para finalizar, se presenta en este artículo el concepto de capacitación, como el desarrollo de habilidades específicas para el trabajo y se plantea un enfoque de ésta para el desarrollo de competencias laborales, según la propuesta de McClelland (1973), una vez se hace un breve recorrido por el concepto de competencias. Asimismo, en el apartado de Discusión, se establece la necesidad de que la dirección trace estrategias de capacitación para desarrollar competencias en sus trabajadores que redunden en beneficio de la eficacia de la organización, teniendo en cuenta que estas competencias deben estar asociadas al conocimiento del puesto, lo que implica una transformación organizacional como se explica en esta sección del artículo. Para esto

utilizan teorías organizacionales y el análisis de los problemas de la capacitación en empresas de Latinoamérica, según los resultados de una investigación presentados por Abramo (1997). Por lo tanto, se indica, con la referencia de algunos estudios, que, aunque hoy en día, muchas organizaciones orientan sus programas de capacitación al desarrollo de competencias laborales, no es claro cómo este aprendizaje impacta en sus indicadores de productividad o en la eficacia de la organización.

Como objetivo de este artículo es abordar tres asuntos fundamentales:

1. ¿Cuáles son los factores, de tipo organizacional y de comportamiento, que inciden en el aprendizaje?
2. ¿Qué tipo de estructura y cultura puede favorecer el aprendizaje?
3. ¿Cómo debe la dirección de la empresa orientar la capacitación, de modo que contribuya a la mejora de las competencias para el trabajo?

Teorías de la rentabilidad

Lizcana (2004), manifiesta que la rentabilidad es amplio donde admite diversos enfoques y proyecciones, y actualmente existen diferentes perspectivas de lo que puede incluirse dentro de este término en relación con las empresas; se puede hablar así de rentabilidad desde el punto de vista económico o financiero, o también se puede hablar de rentabilidad social, incluyendo en este caso aspectos muy variados como pueden ser los aspectos culturales, medioambientales, etc., que vienen a configurar los efectos positivos o negativos que una empresa puede originar en su entorno social o natural. Asimismo, desde el punto de visto, la rentabilidad puede considerarse, a nivel general, como la capacidad o aptitud de la empresa de generar un excedente a partir de un conjunto de inversiones efectuadas. En tal sentido, se puede afirmar que la rentabilidad es una concreción del resultado obtenido a partir de una actividad económica de transformación, de producción, y/o de intercambio. El excedente

aparece en la fase o etapa final del intercambio. Es por ello que la medición del resultado adquiere una significación concreta en tanto se compara con los factores implicados para su obtención: los recursos económicos y los recursos financieros.

Manifiesta también la disociación entre recursos económicos y recursos financieros constituye la base fundamental sobre la que se establece la correspondiente distinción entre rentabilidad económica y rentabilidad financiera. Por consiguiente, la rentabilidad suele ser analizada desde las dos perspectivas esenciales ya apuntadas: por un lado, la rentabilidad de los propietarios de la empresa, esto es, la rentabilidad financiera; por otra parte, la rentabilidad suele venir referida al conjunto de activos empleados en la actividad de la empresa, denominándose en este caso rentabilidad económica. Por lo tanto, se puede considerar otro aspecto al analizar la rentabilidad de la empresa, como es el nivel de recursos financieros que genera internamente (cash-flow económico) en proporción a su output, esto es, su volumen de ingresos. Ello nos lleva a otra magnitud que se denomina rentabilidad autogenerada. El análisis de estos tres tipos de rentabilidad es objeto de un análisis pormenorizado seguidamente.

✓ **Evaluación de la Rentabilidad Económica.** La forma en que se determina la rentabilidad económica consiste en comparar el resultado alcanzado por la empresa y ello con independencia de la procedencia de los recursos financieros implicados, en relación con los activos empleados para el logro de tal resultado. Así como:

$$\text{RENTABILIDAD ECONÓMICA} = \frac{\text{Resultado del período}}{\text{Activo total}}$$

También se puede expresar este ratio de una forma más vinculada a la explotación o actividad económica propia de la empresa; en este caso la formulación de este ratio sería:

$$\text{RENTABILIDAD ECONÓMICA} = \frac{\text{Resultado de la explotación}}{\text{Activo total}}$$

Es decir, se puede afirmar que un incremento de la rentabilidad económica puede venir originado por un aumento del margen de beneficio, mediante una reducción de los costes, o aumento del precio venta, o por un incremento de la rotación de activos, aumentado la cifra de ventas, o bien disminuyendo el conjunto de activos implicados. Por consiguiente, En cuanto a los argumentos para tomar como variable de cálculo el resultado de explotación, en lugar del resultado final, una razón puede radicar en el hecho que el resultado de explotación, al tomar en consideración únicamente las operaciones relacionadas con su actividad principal, permite identificar qué incidencia tiene, en el nivel de actividad, el volumen o nivel de inversiones o activos afectos a esta actividad principal. Si se incorporara el resultado neto o líquido, no sería posible conocer esta repercusión, dado que en este resultado se integran los efectos derivados de la política financiera de la empresa –resultado financiero–, y de las operaciones extraordinarias. Por otra parte, una razón de peso para elegir el resultado final es la mayor disponibilidad de este dato de cara a un análisis externo, y la mayor objetividad o grado de acuerdo en la delimitación de esta magnitud.

Asimismo, y en lo que respecta a la medición de los activos, hay posturas que sostiene la inclusión, en el cálculo de la rentabilidad económica, únicamente de los activos afectos a la actividad principal de la empresa, por coherencia con el numerador, que incluye únicamente los resultados derivados de la actividad principal. Por lo tanto, ello supone la eliminación de los activos ajenos a la actividad principal de la empresa, tales como inversiones financieras, inmovilizados inmateriales, en definitiva, todos aquellos activos tanto circulantes como fijos que no estuvieran vinculados al negocio de la empresa. Finalizando, cabe señalar, en ese sentido que el cálculo de la

rentabilidad económica basado en la totalidad de los activos de la empresa podría quedar algo desvirtuado en aquellos supuestos en los que la empresa mantuviese cuantiosas inversiones o activos extrafuncionales.

✓ **Evaluación de la rentabilidad financiera.** La rentabilidad económica tomaba en consideración los activos utilizados por la empresa, bien la totalidad de ellos o bien los activos o inversiones afectos a la explotación; pues bien, la rentabilidad financiera, que ahora nos ocupa, incorpora en su cálculo, dentro del denominador, la cuantía de los fondos propios, por lo cual esta rentabilidad constituye un test de rendimiento o de rentabilidad para el accionista o propietario de la empresa. Contablemente, el resultado atribuible a los accionistas viene reflejado en la cifra del resultado neto o líquido, esto es, el resultado después de impuestos, incluyéndose a estos efectos incluso los resultados extraordinarios. Por su parte, en lo que respecta a las inversiones efectuadas en la empresa por los propietarios, éstas vendrán medidas por la suma total de los fondos propios existentes al final del ejercicio, por lo que la rentabilidad financiera aparece definida como:

$$\text{RENTABILIDAD FINANCIERA} = \frac{\text{Resultado neto}}{\text{Fondos propios}}$$

Al igual que ocurría en el caso de la rentabilidad económica, la rentabilidad financiera puede descomponerse en otros dos ratios que permitan identificar las causas que pudieran haber originado alteraciones en los niveles de rentabilidad alcanzados en ejercicios consecutivos; así pues, el análisis de la rentabilidad financiera puede efectuarse a través de la determinación del margen de beneficio alcanzado, y por otra parte, evaluando la rotación alcanzada con los fondos propios, tal y como se recoge en la siguiente expresión:

mientras que los ratios que vienen referidos a variables contenidas en el Balance de la empresa, emplearán como referencia el número de títulos en circulación en la fecha de presentación del Balance.

✓ **Evaluación de la rentabilidad autogenerada.** La rentabilidad autogenerada trata de mostrar la capacidad de generación de recursos financieros internos por parte de la empresa. Como fruto de las actividades del período la empresa habrá obtenido, por una parte, un resultado, y por otra, habrá podido dotar unas amortizaciones en relación con el inmovilizado material y/o inmaterial. Tanto una como otra, estas magnitudes representan unos flujos financieros de los que la empresa podrá en buena medida disponer libremente, al menos en el corto plazo.

Por tanto, en lo que se refiere al resultado, cabe señalar la conveniencia de la utilización del resultado bruto, esto es, el resultado antes de impuestos, en lugar del resultado neto, puesto que la primera magnitud es más representativa de los recursos que ha generado la empresa, independientemente de su casuística o circunstancias fiscales en el periodo en cuestión, que pueden distorsionar, o alterar al menos, la cifra anteriormente generada como resultado bruto del periodo. La integración de ambas magnitudes supone, por tanto, la captación bruta de recursos financieros por parte de la empresa, lo cual si se relativiza o se relaciona con la cifra del output, esto es, el volumen total de ingresos, vendrá a suponer una proporción o porcentaje de tales ingresos, que reflejará la capacidad de autogeneración de recursos por parte de la empresa, lo cual viene a suponer una perspectiva algo distinta de la rentabilidad, más que propiamente económica, realmente económico-financiera, esto es, una magnitud que podría calificarse como híbrida o mezcla de las dos rentabilidades analizadas en los anteriores apartados, esto es, la rentabilidad económica y la rentabilidad financiera.

I. MATERIALES Y MÉTODOS

El diseño que se ha utilizado en esta investigación es cuantitativo, descriptivo, no experimental, transversal, retrospectivo, cuya población y muestra fue de 30 micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería, 2018. Se utilizó un cuestionario estructurado, de 36 preguntas cerradas, aplicándose el Excel científica y el programa SPSS, para tabular la información estadística.

II. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

2.1 Datos Generales

3.1.1 Edad de los representantes de la micro y pequeñas empresas

El 90% de los representantes legales son personas adultas donde sus edades oscilan de 31 a más años, son las edades promedias de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas estudiadas es de 31 a más años respectivamente. Dichos resultados manifiestan que los administradores y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas son empresarios adultos, con suficiente capacidad para montar una empresa responsable.

3.1.2 Profesión de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas.

El 40% de los representantes legales tienen la profesión de mecánico; el 43% son administradores, dichos resultados nos muestran que los representantes legales de las micro y pequeñas empresas están vinculados en el rubro de repuestos automotriz ya que el 40 % son de profesión mecánicos y un 43% son administradores, quiere decir que ambas profesiones están vinculadas a dicha rama.

3.2 De la micro y pequeña empresa

3.2.1 Calificación de la variable de las micro y pequeñas empresas

El 100% de las micro y pequeñas empresas encuestadas nos manifiesta que no existe una mala calificación, asimismo nos indican que un 69% que la calificación es regular en este rubro y finalmente el 37% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas nos dan un calificativo bueno, quiere decir que su inversión en dicho rubro les da muchas oportunidades para seguir invirtiendo.

3.2.2 Tiempo de permanencia en la actividad empresarial

El 100% de las empresas encuestadas se dedican a la actividad empresarial entre los 3 años a más, estos resultados nos ponen como indicadores a las micro y pequeñas empresas donde tiene una antigüedad suficiente para ser estables en el mercado ya que el requisito indispensable para acceder a créditos financieros, es recomendable que los negocios cuenten con una antigüedad de por lo menos un año.

3.2.3 Formalidad de las micro y pequeñas empresas

Encontramos un 97% de las empresas encuestadas son formales, es decir inscritos en el RUS y RER. Los resultados encontrados afirman que son micro empresarios formales. Por tanto, en el Perú existen muchos beneficios tributarios para dichas empresas formalmente constituidas según su nivel de ingresos, para fomentar la formalización y promoción del empleo y con la finalidad de conseguir un desarrollo en la cual genere una mejor calidad de vida.

3.2.4 Número de trabajadores que laboran en la empresa

El 57% de las micro y pequeñas empresas encuestadas tienen entre 1 a 2 trabajadores permanentes. Estos resultados nos muestran que el 27% de las empresas encuestadas oscilan en promedio de 5 a más trabajadores permanentes. Asimismo desde el punto de vista del número de trabajadores que tienen las micro y pequeñas empresas según Ley Mype N° 28015 cuyo texto único ordenado de la ley de Promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa, y del acceso al empleo decente, D.S. N° 007-2008-TR y su Reglamento D.S. N° 008-2008-TR; y la Ley N° 30056, Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial, al estipular, que no hay límite de trabajadores (**Perú Pymes, 2016**).

3.3 Del financiamiento de las micro y pequeñas empresas

Se observa que el 53% de las micro y pequeñas empresas encuestadas manifiestan que el financiamiento obtenido es bueno, debido a la formalidad que cuentan dichas empresas en el rubro de compra y venta de repuesto automotriz y por consiguiente la demanda del mercado en la actualidad.

3.4 De la capacitación de las micro y pequeñas empresas

El 97% de las micro y pequeñas empresas encuestadas nos indican que la capacitación a su personal es buena debido a un buen financiamiento obtenido por parte de entidades bancarias, y a su vez refleja el incremento del mercado donde cada empresa invierte en la capacitación de su personal para obtener buenos ingresos, buenos resultados en la atención del cliente y una mejor calidad de vida a cada uno de ellos.

3.5 De la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas

El 73% de las micro y pequeñas empresas encuestadas manifiestan que su rentabilidad es regular en estos últimos años debido a la crisis política que está afectando el país, pero aun así se mantienen con un buen ingreso debido a la competencia del mercado donde hace que sus stocks estén en constante movimiento.

IV. CONCLUSIONES

- La tendencia a solicitar y recibir créditos financieros es una creciente en el rubro compra y venta de repuesto automotriz del distrito de Callería, debido a la demanda del mercado.
- La calificación de las micro y pequeñas empresas encuestadas nos manifiestan que tienen una calificación regular al 69%, debido a la crisis política en estos últimos años.
- La formalidad de las micro y pequeñas empresas hace que dichas empresas puedan tener más oportunidades en obtener financiamiento para la actividad comercial que realizan.
- Las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra y venta repuestos automotriz estudiadas y encuestadas reciben financiamiento en una mayor proporción del 53% del sistema bancario. Para incrementar la demanda del mercado.
- El 97% de las micro y pequeñas empresas encuestadas manifiestan que es una buena inversión las capacitaciones a su personal, ya que debido a esa inversión ellos

incrementan sus ingresos en la buena atención al cliente y asimismo dan una mejor calidad de vida a sus trabajadores.

- Asimismo, el 73% de dichas empresas encuestadas en el rubro, indicaron que su rentabilidad es regular, pero aun así se mantienen en el mercado debido a la competencia de la misma.
- Finalmente, queda confirmada en forma positiva las hipótesis de investigación planteadas, que si existe relación entre el financiamiento y la capacitación con la rentabilidad de las Mype del sector comercio rubio compra y venta de repuestos automotriz.

V. RECOMENDACIONES

- Mejorar en su organización de ideas que les permitan continuar con éxito y logren consolidar una empresa sustentable y rentable.
- Que más personas puedan ingresar a este rubro de compra y venta de repuestos automotriz, ya que es una actividad con gran demanda en el mercado de autopartes debido al incremento de unidades motorizadas en nuestra región.
- Buscar e identificar estrategias que les permita incrementar su productividad, ya sea con propagandas en medios de comunicación, servicios post ventas, compras en línea (on line) y entregas a domicilio.
- Que los empresarios a nivel de capacitación se sigan actualizando en el rubro de compra y venta de repuestos automotriz ya que la competencia en dicho rubro es amplia.
- Que las micro y pequeñas empresas inviertan en la capacitación actualizada en temas del rubro donde les permita optimizar las productividades, implementación de sus empresas y así se adecuen, en la actividad económica elegida.
- A elegir propuestas de valor que se ajusten a la necesidad del cliente y de acuerdo

a las posibilidades de la empresa; pero a su vez recordando que toda estrategia sea de mejora para la inversión las cuales brinden resultados a mediano y largo plazo.

- Se debe mejorar las participaciones con las entidades encargadas de fiscalizar a las Mypes tales como la SUNAT, Municipios entre otros, para tener acceso a información, para poder realizar una mejor investigación de lo estudiado.
- Es necesario que los representantes de las micro y pequeñas empresas estén en constante capacitación con su personal ya que una buena atención y un trato muy agradable hace el cliente hace que se sienta satisfecho en la tienda donde está comprando su producto y por ende tiende a regresar y generar más confianza e ingresos para la empresa.
- Que al momento de solicitar un microcrédito financiero los empresarios de las micro y pequeñas empresas cuenten con la capacitación necesaria para como invertir el crédito solicitado.
- Que las entidades bancarias brinden todas las facilidades de para que los micro empresarios puedan acceder a un buen crédito a largo plazo y con un interés razonable.
- Que su inversión solicitada sea utilizada como capital de trabajo y mejoramiento de sus instalaciones.
- Que realicen financiamiento siempre y cuando las condiciones del mercado se ameriten a una buena inversión y a la vez que sea rentable.
- Que los micro empresarios tengan un buen análisis de sus estados financieros para tomar las decisiones gerenciales para beneficios de la empresa y sus colaboradores.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. Almonacid Saldaña, K. G. (23 de Setiembre de 2017). Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de artículos de ferretería del distrito de Manantay 2017. Obtenido de 2018: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4602/FINANCIAMIENTO_MYPES_ALMONACID_SALDA%20C3%91A_KATHERINE_GISELL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
2. Ayala Calvo, J. C., Rodríguez Osés, E., & Acedo Ramírez, M. Á. (21 de Setiembre de 2005). Rentabilidad, endeudamiento y coste de la deuda de las pymes. Análisis empírico de las empresas por tamaños. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1432250>
3. Cala Hederich, A. (21 de Setiembre de 2005). Situación y Necesidades de la Pequeña y media Empresa. Obtenido de <http://repository.usergioarboleda.edu.co/bitstream/handle/11232/318/CienciasSocialesyHumanas597.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
4. Canales Cerón, M. (2006). Metodologías de investigación social . Santiago: LOM. Concha y Toro 23, Santiago.
5. Centurión Medina, R. Z. (21 de Setiembre de 2013). Gestión de calidad, formalización, competitividad, financiamiento, capacitación y rentabilidad en micro y pequeñas empresas de la provincia de Santa 2013. Obtenido de <https://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo/article/view/829/489>
6. Cruz Zurita, C. (22 de Setiembre de 2016). “Caracterización del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro motopartes del distrito de Callería, 2016”. Obtenido de 2018:

- http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1186/FINANCIAMIENTO_CAPACITACION_RENTABILIDAD_CRUZ_ZURITA_CELIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
7. Ferraro , C. (2011). Apoyando a las pymes:Políticas de fomento en América Latina. Naciones Unidad, Santiago de Chile: Cepal.
 8. Gonzales Orsi, L. Á. (23 de Setiembre de 2017). Caracterización del financiamiento, de la capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro artesanías shipibo-conibo del distrito de Yarinacocha, 2017. Obtenido de 2018:
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2443/FINANCIAMIENTO_CAPACITACION_%20GONZALES_ORSI_LUIS_ANGEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
 9. Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, M. (3 de Octubre de 2010). Metodología de la investigación. Obtenido de 2018:
https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf
 10. Kong Ramos, J. A., & Moreno Quilcate, J. M. (21 de Setiembre de 2010-2012). Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las mypes del distrito de San José - Lambayeque en el período 2010-2012. Obtenido de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/88/1/TL_KongRamosJessica_MorenoQuilcateJose.pdf
 11. Lago, A. (22 de Setiembre de 2013). Capacitación en Planificación Estratégica. Obtenido de <http://riuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/1055/1/art01.11.pdf>
 12. León de Cermeño, J., & Schreiner, M. (19 de Setiembre de 1999). Financiamiento para las Micro y pequeñas empresas: Algunas líneas de acción. Obtenido de

- http://www.microfinance.com/Castellano/Documentos/Financiamiento_para_PyMEs.pdf
13. Lira Briceño, P. (24 de Setiembre de 2009). Finanzas y financiamiento las herramientas de gestión que toda pequeña empresa debe conocer. Obtenido de 2018:
http://www.miempresa.gob.pe/portal/images/stories/files/FINANZAS_FINANCIAMIENTO.pdf
 14. Lizcana Álvarez, J. (27 de Setiembre de 2004). Rentabilidad empresarial propuesta práctica de análisis y evaluación. Obtenido de 2018:
https://www.camara.es/sites/default/files/publicaciones/rentab_emp.pdf
 15. Pérez Porto, J., & Gardey, A. (03 de Octubre de 2018). Definición de rentabilidad. Obtenido de 2018: <https://definicion.de/rentabilidad/>
 16. Perez Porto, J., & Gardey, A. (03 de Octubre de 2017). Definición de capacitación . Obtenido de 2018: <https://definicion.de/capacitacion/>
 17. Pérez, G., Pineda, U., & Arango, M. (25 de Setiembre de 2011). La capacitación a través de algunas teorías de aprendizaje y su influencia en la gestión de la empresa. Obtenido de 2018:
<http://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/13/26>
 18. Pizarro Leongómez, E. (19 de Setiembre de 2002). La atomización partidista en Colombia: el fenómeno de las micro-empresas electorales. Obtenido de 2002:
file:///C:/Users/GISELA/Downloads/La_Atomicacion_Partidista_en_Colombia_el_Fenomeno_.pdf
 19. Reategui Pizango, M. L. (2018). Recuperado el 16 de setiembre de 2018, de Caracterizacion del financiamiento y la rentabilidad de las mypes del sector

servicio - rubo salones de belleza y spa de la av. Benavides (cuadras 34-35) en el Distrito de Surco, provincia y departamento de Lima : sdjhfkjdhgjadg

20. Rengifo Arias, M. A. (23 de Setiembre de 2011). El credito y la rentabiliidad de las microempresas comerciales del Distrito de Tarapoto. Obtenido de 2018: <http://repositorio.unas.edu.pe/bitstream/handle/UNAS/869/T.EPG-27.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

7.2.3 Anexo 3 Declaración Jurada del Artículo Científico

DECLARACIÓN JURADA DE AUTORIA Y CESIÓN DE DERECHOS DE PUBLICACIÓN DE ARTÍCULO CIENTÍFICO

Yo, Tapullima Paredes Donyta Gisela, identificado con DNI N° 40350840, estudiante de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote, facultad de Ciencias Contables, financieras y administrativas, Escuela profesional de Contabilidad, con el artículo científico titulado: “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de repuesto automotriz del distrito de Callería, 2018”

Declaro bajo juramento:

- 1) El artículo es de mi autoría
- 2) El artículo no ha sido plagiado ni total ni parcialmente
- 3) El artículo no ha sido autoplagiado: es decir, no ha sido copiado de algún trabajo de investigación efectuada por mi persona.
- 4) El artículo es inédito, es decir, no ha sido presentado para su publicación en alguna revista científica ni medio de difusión físico o electrónico.
- 5) De identificarse la falta (fraude –datos falsos), plagio (información sin citar a los autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya haya sido publicado) piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente ideas de otros) asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.
- 6) Si el artículo fuese aprobado para su publicación cedo mis derechos patrimoniales y otorgo a la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote la publicación del documento en las condiciones procedimientos y medios que disponga la Universidad.

Pucallpa, octubre de 2018

.....

Tapullima Paredes Donyta Gisela

DNI N° 40350840

7.2.4 Anexo 4 Matriz de consistencia

Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta repuestos automotriz del distrito de Callería, 2018

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA		
Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería, 2018.	FORMULACIÓN ¿Cuáles son las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería, 2018	GENERAL	Las micro y pequeñas empresas del sector comercio	Financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> - Crédito. - Entidades financieras. - Tasa de interés. - Monto del crédito. 	TIPO Y NIVEL	POBLACIÓN	INSTRUMENTO
		Describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería, 2018.		Capacitación		<ul style="list-style-type: none"> - Trabajadores permanentes - Recibe capacitación. - Nro. de capacitaciones. 		
		ESPECÍFICOS		Rentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Trabajadores son capacitados - Trabajadores eventuales - Es importante la capacitación 		DISEÑO	TÉCNICA
		Describir las principales características de, la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería, 2018.				No experimental - transversal - retrospectivo – descriptivo simple $M \rightarrow 0$		
Describir las principales características de, la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de repuestos automotriz del distrito de Callería, 2018.								

7.2.5 Anexo 5 Base de datos de confiabilidad

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL						
	edad	sexo	grado	estadc	prof	tiempo	formalidad	beneficios	abajadore	trb.perm	trb.eve	prm.mype	anc.fonc	Act.cuanto	chst	fin.cnto	sofes	sc	Interes	mp	fin	inv	ten	inc	pntrib	pre	cap	num	cur	ip	courses	cap	hos	cap	versio	levan	m	cap	rentable	mejora	factor	indicador	Total	
1	1	2	1	2	1	2	2	0	0	2	0	0	0	1	1	2	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	3	0	0	27		
2	2	1	0	2	2	1	2	0	1	2	1	0	0	1	1	2	1	1	1	2	2	0	0	1	2	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	0	0	37		
3	3	2	0	2	2	0	2	0	0	0	0	0	1	1	1	2	1	1	0	1	2	0	1	0	1	0	3	0	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	0	0	33			
4	4	2	1	2	2	1	2	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	2	2	0	1	1	0	0	0	0	2	1	0	1	1	1	2	1	1	2	0	0	32			
5	5	2	1	1	2	3	2	0	1	0	1	0	0	1	1	2	1	0	0	2	2	1	1	1	1	0	0	2	1	0	1	1	1	3	1	1	3	1	0	0	40			
6	6	2	0	2	1	0	2	0	1	1	0	0	0	1	0	2	0	1	0	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	2	1	1	1	1	0	0	33		
7	7	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1	0	1	1	1	2	1	1	1	2	2	0	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	3	1	1	2	1	0	0	46		
8	8	2	0	2	1	1	2	0	1	2	0	0	0	1	1	2	0	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	0	1	1	3	1	1	3	1	0	0	42	
9	9	2	1	2	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	2	2	0	1	1	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0	2	0	1	0	0	0	0	25		
10	10	2	0	2	2	0	2	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	2	2	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	3	1	1	0	0	0	0	0	0	26		
11	11	2	0	1	2	2	2	1	1	1	0	0	0	1	1	2	0	1	0	2	2	1	1	1	1	1	1	1	0	1	2	1	1	2	1	1	3	1	0	0	0	40		
12	12	2	0	2	2	2	2	0	1	2	1	0	0	1	1	2	1	1	1	2	2	0	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	1	1	3	1	1	3	1	0	0	0	44	
13	Varianza	0.076308889	0.24	0.139	0.19	0.97	0	0.138889	0.138889	0.8333333	0.2222222	0	0.13889	0.076	0.139	0.19	0.25	0.188	0.222	0.139	0.076	0.222	0.076	0.076	0.5	0.243	0.688	0.806	0	0.576	0.076	0.139	0.556	0.139	0.076	1.243	0.25	0.25	47.07639					
14																																												
15																																												
16		10.03472222																																										
17																																												
18																																												
19																																												

7.2.6 Anexo 6 Formato de Confiabilidad

FORMATO DE CONFIABILIDAD ANÁLISIS ESTADÍSTICO ALFA DE CRONBACH

Variable: Micro y pequeña empresa

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{\sum S_T^2} \right)$$

$$\alpha = \frac{36}{35} \cdot \left(1 - \frac{10.0347}{47.0763} \right)$$

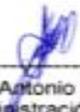
$$\alpha = 0.81$$

Alfa de Cronbach	Items
0,81	36

Fuente: Salida del SPSS V22

Interpretación: El estadístico Alfa de Cronbach del instrumento de investigación arrojó 0,81. Por ende el instrumento es de **MUY ALTA CONFIABILIDAD** para la investigación por el resultado que arrojó.

Pucallpa; 10 de Octubre del 2018



Marco Antonio Díaz Apac
Doctor en Administración de la Educación

7.2.4 Anexo 7 : Base de datos

1	sevo	grado	estad	prof	tiempo	formalidad	beneficio	trabajadore	trb.perm	trb.eve	orm.mype	anc.fonc	Act.conto	onst.fond	onst.sor	oes so	interes	mp.lina	invitio	ten.ino	ontrib	cent	capacit	um.cur	ip.curs	rs.cap	hos cap	versio	elevant	n.cap	entable	mejora	factor	indicador	
2	1	2	1	2	2	0	1	2	0	0	0	1	1	2	0	0	0	1	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	2	1	1	3	0
3	0	2	2	1	2	0	1	2	0	0	0	1	1	2	1	1	2	2	0	0	1	1	1	0	0	1	0	1	1	3	1	1	0	0	
4	0	2	2	0	2	0	0	0	0	0	1	1	1	2	1	1	0	2	0	1	0	1	0	3	0	1	1	1	1	3	1	1	1	0	
5	1	2	1	1	2	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	2	2	0	1	1	1	0	0	2	1	0	1	1	2	1	1	2	0
6	1	1	2	3	2	0	1	0	0	0	0	1	1	2	0	0	0	2	2	1	1	1	1	0	0	2	1	0	1	1	3	1	1	0	1
7	0	2	1	0	2	0	1	1	0	0	0	1	1	2	0	1	0	2	2	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1
8	1	2	1	1	2	0	1	2	0	0	0	1	1	2	0	1	1	2	2	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	3	1	1	2	1
9	0	2	1	1	2	0	1	2	0	0	0	1	1	2	0	1	1	2	2	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	3	1	1	0	1
10	1	2	2	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	2	2	0	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	3	1	1	0	0
11	0	2	2	0	2	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	2	2	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	3	1	1	0	0
12	0	1	2	0	2	0	1	1	0	0	0	1	1	2	0	1	0	2	2	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	2	1	1	3	1
13	0	2	1	1	2	0	1	2	1	0	0	1	1	2	0	1	1	2	2	0	1	1	2	1	0	1	1	0	1	1	3	1	1	0	1
14	0	2	2	1	2	0	1	1	0	0	0	1	1	2	0	1	1	2	2	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	2	1	1	1	0
15	0	1	1	0	2	0	1	0	0	0	0	1	1	2	0	1	0	2	2	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	3	1	1	1	0
16	1	2	0	1	2	0	1	0	0	0	0	1	1	2	0	1	0	2	2	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	2	1	1	0	0
17	1	2	0	2	2	0	1	0	0	0	0	1	1	2	0	0	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	2	1	1	0	0	
18	0	1	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	2	1	0	1	1	1	0	0	3	1	0	0	1	1	0	0	0	0
19	1	2	0	2	2	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	2	1	1	1	1	1	1	0	3	1	0	1	1	2	1	1	0	0
20	0	1	2	0	2	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	2	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	2	1	0	0	0
21	1	2	0	1	2	0	1	2	0	0	0	1	1	2	0	0	0	2	2	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	2	1	0	1	0
22	1	1	1	1	2	0	1	2	0	0	0	1	1	2	0	1	1	2	2	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	3	1	1	0	0
23	0	1	2	0	2	0	1	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0	2	2	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	3	1	1	0	1
24	0	2	1	1	2	0	1	2	1	0	0	1	1	2	0	1	0	2	2	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	3	1	1	0	0
25	0	2	2	1	2	0	1	1	0	0	0	1	1	2	0	1	1	2	2	0	1	1	2	1	0	0	1	0	1	1	3	1	1	0	0
26	0	1	1	0	2	0	1	0	0	0	0	1	1	2	0	1	1	2	2	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	2	1	1	3	1
27	1	2	0	1	2	0	1	0	0	0	0	1	1	2	0	1	0	2	2	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	3	1	1	0	1
28	1	2	0	2	2	0	1	0	0	0	0	1	1	2	0	1	0	2	2	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	2	1	1	1	0
29	0	1	2	0	2	0	1	0	0	0	0	1	1	2	0	0	0	2	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	3	1	1	1	0
30	0	1	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	2	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	2	1	1	0	0
31	0	1	2	0	2	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	2	1	1	0	0	