



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO DE LAS  
EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIAL RUBRO VENTA  
DE ABARROTES EN LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA  
EN EL AÑO 2018**

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

**AUTORA**

**BACH. ESTHER JARAMILLO CHINCHAY**

**ASESORA**

**C.P.C. EDME MARTHA GARCÍA MANDAMIENTOS**

**PIURA – PERU**

**2019**

**CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO DE LAS  
EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIAL RUBRO VENTA  
DE ABARROTES EN LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA  
EN EL AÑO 2018**

## **JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESORA**

Dr. Víctor Manuel Landa Machero  
**Presidente**

Dr. Víctor Manuel Ulloque Carrillo  
**Miembro**

Mgtr. Jannyna Reto Gómez  
**Miembro**

C.P.C. Edme Martha García Mandamientos  
**Asesora**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios que con su bendición me ha permitido, pasar cada obstáculo y seguir superándome día a día.

A mi familia por su comprensión y apoyo incondicional, por la confianza que siempre me han tenido.

## **DEDICATORIA**

A mis padres y hermanos por su cariño y aprecio, ya que sin su ayuda no hubiese logrado mis objetivos y metas.

A la C.P.C. Edme Martha García Mandamientos mi tutora de tesis, por el apoyo necesario para la realización de mi tesis.

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general: Describir las principales características del financiamiento de las empresas del sector comercio rubro venta de Abarrotes en la provincia de Huancabamba, 2018. Se ha desarrollado usando la Metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y el diseño no experimental, la técnica fue la encuesta y el instrumento el cuestionario pre estructurado con preguntas relacionadas a la investigación, el cual fue aplicado a una muestra no aleatoria por conveniencia representada por 10 empresas del sector y rubro en estudio, obteniendo como principales resultados los siguientes: El 90% de los empresarios encuestados tiene un financiamiento propio, mientras que el 10% trabaja con financiamiento de Cajas municipales, el 80% de los contribuyentes no utilizo ninguna tarjeta de crédito, mientras que el 20% de los empresarios encuestados manifestaron que, si utilizaron tarjetas de crédito. Finalmente se concluye que el 70% de los empresarios no tiene dificultad para abastecerse de mercadería, ya que su fuente principal de financiamiento son sus ahorros propios, familiares, amigos o allegados (usureros) y con ingresos del día a día, es decir cuentan con recursos económicos y por ello no necesitan solicitar créditos a las entidades bancarias.

**Palabras Clave:** Financiamiento, sector comercio, Abarrotes.

## **ABSTRACT**

The general objective of the research was to: Describe the main characteristics of the financing of companies in the sector of commerce in the sale of groceries in the province of Huancabamba, 2018. It has been developed using the Methodology of quantitative type, descriptive level and the non-experimental design, the technique was the survey and the instrument the pre-structured questionnaire with questions related to the research, which was applied to a non-random sample for convenience represented by 10 companies in the sector and subject under study, obtaining as main results the following: 90% of the surveyed businessmen have their own financing, while 10% work with financing from municipal savings banks, 80% of the taxpayers do not use any credit card, while 20% of the businessmen surveyed stated that, if they used credit cards, credit. Finally, it is concluded that 70% of businessmen have no difficulty in obtaining merchandise, since their main source of financing is their own savings, family, friends or relatives (users) and with day-to-day income, that is, they have economic resources and therefore do not need to apply for loans to banks.

Keywords: Financing, trade sector, Groceries.

## Contenido

	Pág.
Título de la tesis.....	ii
Hoja de firma del jurado y asesora.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Dedicatoria.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
Contenido.....	viii
Índice de tablas.....	ix
Índice de gráficos.....	x
I. Introducción.....	1
II. Revisión de Literatura.....	4
2.1 Antecedentes.....	4
2.2 Bases Teóricas.....	17
2.3 Marco Conceptual.....	22
III. Hipótesis.....	29
IV. Metodología.....	30
4.1. Tipo y nivel de investigación de la tesis.....	30
4.2. Población y muestra.....	30
4.3. Operacionalización de las variables.....	31
4.4. Técnicas e instrumentos.....	39
4.5. Plan de análisis.....	39
4.6. Matriz de consistencia lógica.....	40
4.7. Principios de la ética de la investigación.....	41
V. Resultados.....	42
5.1. Resultados.....	42
5.2. Análisis de resultados.....	82
VI. Conclusiones.....	87
Aspectos complementarios.....	90
Recomendaciones.....	90
Referencias bibliográficas.....	92
Anexos.....	96

## ÍNDICE DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
<b>Tabla 1</b> Cargo que ocupa en la empresa	42
<b>Tabla 2</b> Experiencia en el sector comercial / de servicios	43
<b>Tabla 3</b> Grado de instrucción del propietario	44
<b>Tabla 4</b> Sexo del Propietario	45
<b>Tabla 5</b> Edad de los Propietarios	46
<b>Tabla 6</b> Años de fundación de la entidad	47
<b>Tabla 7</b> Régimen tributario de la empresa	48
<b>Tabla 8</b> Trabajadores que laboran en la empresa	49
<b>Tabla 9</b> Objetivo de la Empresa	50
<b>Tabla 10</b> Contabilidad de la Empresa	51
<b>Tabla 11</b> Pertenece a una asociación o grupo comercial	52
<b>Tabla 12</b> Formalización del empresario	53
<b>Tabla 13</b> Principal desafío que enfrenta su negocio actualmente	54
<b>Tabla 14</b> El sistema financiero ayuda al desarrollo comercial – empresarial	55
<b>Tabla 15</b> En su política empresarial es habitual la conducta de tomar crédito	56
<b>Tabla 16</b> Alternativas de financiamiento que ofrece sistema financiero peruano	57
<b>Tabla 17</b> Necesidad de solicitar crédito	58
<b>Tabla 18</b> Dificultades para abastecerse de mercadería por falta de dinero	59
<b>Tabla 19</b> Cuenta con financiamiento para su negocio	60
<b>Tabla 20</b> Utilizo tarjeta de crédito	61
<b>Tabla 21</b> Cuenta con línea de crédito	62
<b>Tabla 22</b> Historial crediticio positivo	63
<b>Tabla 23</b> Plan de pago antes de adquirir el crédito	64
<b>Tabla 24</b> Liquidez necesaria para afrontar el pago	65
<b>Tabla 25</b> Monto del crédito otorgado	66
<b>Tabla 26</b> Costo total del préstamo a pagar	67
<b>Tabla 27</b> Tasa de interés que gravo el crédito	68
<b>Tabla 28</b> Porcentaje del crédito que representa la tasa de interés	69
<b>Tabla 29</b> Plazo de devolución del crédito	70
<b>Tabla 30</b> Documentos que acreditaron la solvencia económica	71
<b>Tabla 31</b> Garantía para respaldar al financiamiento obtenido	72
<b>Tabla 32</b> Garantía que respaldo el crédito	73

<b>Tabla 33</b> Registro en las centrales de riesgo	74
<b>Tabla 34</b> Ventajas de pagar puntual	75
<b>Tabla 35</b> Tiene planificado en qué utilizará el crédito	76
<b>Tabla 36</b> Lo utilizará en:	77
<b>Tabla 37</b> Factores que limitan la obtención de financiamiento	78
<b>Tabla 38</b> El financiamiento ayuda al cumplimiento de sus obj. empresariales	79
<b>Tabla 39</b> El financiamiento es una herramienta import. en el mundo empresarial	80
<b>Tabla 40</b> Volvería a solicitar financiamiento para su negocio	81

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	<b>Pág.</b>
<b>Gráfica 1</b> Representación porcentual Cargo que ocupa en la empresa	42
<b>Gráfica 2</b> Representación porcentual Experiencia en el sector comercial/de servicios	43
<b>Gráfica 3</b> Representación porcentual Grado de instrucción del propietario	44
<b>Gráfica 4</b> Representación porcentual Sexo del Propietario	45
<b>Gráfica 5</b> Representación porcentual Edad de los Propietarios	46
<b>Gráfica 6</b> Representación porcentual Años de constituida la empresa	47
<b>Gráfica 7</b> Representación porcentual Régimen tributario de la empresa	48
<b>Gráfica 8</b> Representación porcentual Trabajadores que laboran en la empresa	49
<b>Gráfica 9</b> Representación porcentual Objetivo de la Empresa	50
<b>Gráfica 10</b> Representación porcentual Contabilidad de la Empresa	51
<b>Gráfica 11</b> Representación porcentual Pertenece a una asociación o grupo comercial	52
<b>Gráfica 12</b> Representación porcentual Formalización del empresario	53
<b>Gráfica 13</b> Representación porcentual Desafío que enfrenta su negocio Actualmente	54
<b>Gráfica 14</b> Representación porcentual El S.F. ayuda al desarrollo comercial/empresarial	55
<b>Gráfica 15</b> Representación porcentual En su política empresarial es habitual la conducta de tomar crédito	56
<b>Gráfica 16</b> Representación porcentual Alternativas de financiamiento que ofrece el sistema financiero peruano	57
<b>Gráfica 17</b> Representación porcentual Necesidad de solicitar crédito	58

<b>Gráfica 18</b> Representación porcentual Dificultades para abastecerse de mercadería por falta de dinero	59
<b>Gráfica 19</b> Representación porcentual Cuenta con financiamiento para su Negocio	60
<b>Gráfica 20</b> Representación porcentual Utilizo tarjeta de crédito	61
<b>Gráfica 21</b> Representación porcentual Cuenta con línea de crédito	62
<b>Gráfica 22</b> Representación porcentual Historial crediticio positivo	63
<b>Gráfica 23</b> Representación porcentual Plan de pago antes de adquirir el crédito	64
<b>Gráfica 24</b> Representación porcentual Liquidez necesaria para afrontar el pago	65
<b>Gráfica 25</b> Representación porcentual Monto del crédito otorgado	66
<b>Gráfica 26</b> Representación porcentual Costo total del préstamo a pagar	67
<b>Gráfica 27</b> Representación porcentual Tasa de interés que gravo el crédito	68
<b>Gráfica 28</b> Representación porcentual Porcentaje del crédito que representa la tasa de interés	69
<b>Gráfica 29</b> Representación porcentual Plazo de devolución del crédito	70
<b>Gráfica 30</b> Representación porcentual Documentos que acreditaron la solvencia económica	71
<b>Gráfica 31</b> Representación porcentual Garantía para respaldar al financiamiento obtenido	72
<b>Gráfica 32</b> Representación porcentual Garantía que respaldo el crédito	73
<b>Gráfica 33</b> Representación porcentual Registro en las centrales de riesgo	74
<b>Gráfica 34</b> Representación porcentual Ventajas de pagar puntual	75
<b>Gráfica 35</b> Representación porcentual Tiene planificado en qué utilizará el crédito	76
<b>Gráfica 36</b> Representación porcentual Lo utilizará en:	77
<b>Gráfica 37</b> Representación porcentual Factores que limitan la obtención de financiamiento	78
<b>Gráfica 38</b> Representación porcentual El financiamiento ayuda al cumplimiento de sus objetivos empresariales	79
<b>Gráfica 39</b> Representación porcentual El financiamiento es una herramienta importante en el mundo empresarial	80
<b>Gráfica 40</b> Representación porcentual Volvería a solicitar financiamiento para su negocio	81

## **I. INTRODUCCIÓN**

En América Latina y el Caribe los 10 millones de micro y pequeñas empresas que existen forman la mayor parte del empleo en esta región, donde también hay menos de un millón de medianas y grandes empresas. **(Salazar, 2015)**

Las pequeñas y medianas empresas descargan un papel fundamental en la economía peruana: aportan a la creación del empleo, reducen la pobreza y aumentan el Producto Bruto Interno. En lo que se refiere al tamaño empresarial por número de empresas, las micro, pequeñas y medianas empresas. **(Zúñiga, 2015)**

Un negocio sin recursos de financiamiento se moverá con dificultad bajo el peso de su propia deuda. El financiamiento es el combustible sobre el cual marcha el negocio. Una empresa puede tomar diferentes avenidas para conseguir el financiamiento y puede ser usada más de una opción. El financiamiento escogido dependerá del deseo de la empresa de estar endeudada, cuan solventes son los dueños en el negocio en el momento que fue fundada y la cantidad de dinero que el negocio necesitara para lanzar y mantenerse por sí mismo. **(Knoow, 2015)**

Uno de los grandes problemas que obtienen las Mypes es el acceso al crédito. En nuestro país, el problema empeora porque las Mypes no cuentan con garantías que respalden su crédito o porque las altas tasas de interés hacen que el crédito se encarezca más. **(Tello, 2014)**

Todo financiamiento es resultado de una insuficiencia; por ello, se requiere que este muy bien estructurado y planeado. Se recomienda: Optar por la mejor tasa de interés a la que este sujeto el préstamo, evaluando varias escenas; verificar el período que se necesita para amortizar el préstamo sin poner en riesgo la estabilidad de la empresa; estudiar el tipo de moneda en que se concederá el préstamo (moneda nacional o extranjera), ya que se podrá ganar un pequeño porcentaje por tipo de cambio o se

podrá correr un riesgo cambiario; disminuyendo o aumentando el margen de ganancia del financiamiento; Analizar la flexibilidad que otorgan los bancos al vencimiento de cada pago y sus sanciones, además de las políticas de renovación de créditos. **(Bustamante, 2008)**

Actualmente el micro y pequeños empresarios constituidos formalmente cuentan con la facilidad de acceder a fuentes de financiamiento provenientes de entidades bancarias, cajas rurales y cooperativas de ahorro y crédito.

En la actualidad es cada vez más difícil que la familia alcance a cubrir sus necesidades con una sola fuente de ingreso, es por ello que cada vez más las personas evalúan la posibilidad de crear un negocio para obtener un ingreso extra que pueda ayudar a financiar sus gastos, así mismo puedan dar trabajo a su familia. Dicho negocio administrado de manera eficiente puede convertirse en la principal fuente de ingresos de la familia. Entonces podemos decir que las microempresas y las empresas o negocios familiares nacen por las mismas razones, que es la búsqueda de generación de ingresos.

El financiamiento es importante porque es una alternativa de decisión que lleva a pensar en cómo crecer un negocio buscando siempre las mejores condiciones de acceso al préstamo. También podemos decir que es una ventaja porque permite llevar a cabo estrategias de operación, inversión. Ya que dichas estrategias permiten abrir más mercado.

Por lo anteriormente expuesto la información se formuló a través del siguiente enunciado **¿Cuáles son las principales características del financiamiento de las empresas del sector comercio rubro venta de abarrotes en la provincia de Huancabamba en el año 2018?**

Siendo el Objetivo de la Gestión Financiera Determinar las principales características del financiamiento de las empresas del sector comercio rubro venta de abarrotes en la Provincia de Huancabamba en el año 2018.

Asimismo, se ha planteado los siguientes objetivos específicos:

1. Determinar las principales características de los propietarios y/o representantes legales de las empresas del sector comercio rubro venta de Abarrotes en la provincia de Huancabamba 2018.
2. Determinar las principales características de las empresas del sector comercio rubro venta de Abarrotes en la provincia de Huancabamba 2018.
3. Determinar las principales características del financiamiento de las empresas del sector comercio rubro venta de Abarrotes en la provincia de Huancabamba 2018.

Finalmente, la investigación se justifica por la importancia de la implementación de un sistema informático de ventas que sea eficiente en la gestión de ventas como fuente de desarrollo en la provincia de Huancabamba, permitiendo aplicar políticas para aumentar las ventas.

Desde el punto de vista social: permite que la sociedad y las comunidades puedan ahorrar sus recursos y así no tengan que viajar hasta la ciudad de Piura a comprar sus productos.

Desde el punto de vista económico: permite que la población crezca económicamente ya que se ofrecerán productos de buena calidad y a bajo costo.

Desde el punto de vista académico: Permite que los jóvenes estudiantes puedan percibir una base de datos de tal forma que puedan desarrollar trabajos de investigación ampliando el conocimiento del financiamiento de las empresas rubro venta de Abarrotes, así como fuente de consulta para público en general.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1. Antecedentes

#### 2.1.1. Internacionales

Según **Amadeo (2013)**, en su tesis sobre la *“Determinación del comportamiento de las actividades de financiamiento de las Pequeñas y Medianas Empresas*, cuyo objetivo de propuesta fue determinar el comportamiento de las actividades de financiamiento de las pequeñas y medianas empresas. La investigación se realizó a través de entrega de encuestas a distintos empresarios de las pequeñas y medianas empresas, el cuestionario estaba estructurado con preguntas cerradas y abiertas tendientes a recopilar información referida a las decisiones de financiamiento por parte de los directores de las Pyme, y se obtuvieron los siguientes resultados: El 53% de los empresarios expresaron que su nivel se incrementa con el paso de los días, 85% de ellos utiliza el endeudamiento para cancelar cualquier tipo de deuda y el 100% de los empresarios encuestados financian sus actividad con fondos ajenos. Finalmente se concluye que existen problemas de confianza sobre el acceso al crédito y por ese motivo, repercute en la conducta que éste presenta y la manera de relacionarse con el endeudamiento a corto, mediano y largo plazo. Frente a las necesidades de financiamiento, los entrevistados coincidieron en que las inversiones en activos fijos y en capital de trabajo, son los más requeridos para su subsistencia frente a las transformaciones que tiene el mercado según sus experiencias”.

Según **González (2014)**, en su tesis sobre *“La gestión financiera y el acceso a financiamiento de las pymes del sector comercio en la ciudad*

*de Bogotá*, cuyo objetivo de propuesta fue determinar la vinculación entre la gestión financiera y la obtención de financiamiento en las Pymes del sector comercio de Bogotá, la investigación fue de tipo cuantitativo y nivel documental. Los resultados obtenidos fueron, el 100% de las Pyme financian su actividad con créditos a corto plazo y el 23% dijeron que la liquidez de su Pyme ha aumentado. En conclusión, se llegó a, que la principal problemática de las MYPES a nivel Nacional y Latinoamericano, es la obtención de recursos a través de fuentes externas, con el fin de solventar sus operaciones”.

Según **Evans M (2014)**, en su estudio sobre la “*Introducción de las tarjetas financieras en mercados emergentes*, no solo representó para muchos consumidores una nueva forma de pagar, sino que también le permitió acceso al crédito. Los consumidores pudieron financiar más compras que nunca antes. Por supuesto, este nuevo acceso al crédito también llegó con todo un conjunto de retos, de los que muchos consumidores han sido testigos. Aunque el préstamo a través de tarjetas ha ayudado a algunos mercados a resurgir de manera más rápida luego de la recesión global o a expandir su economía en general, esta emergente categoría de préstamos también ha dejado a numerosos consumidores hundidos en las deudas”.

Los problemas de deuda asociados con este tipo de préstamos para los clientes han sido especialmente pronunciados en América Latina, más que en cualquier otra región. Tres países latinoamericanos (Colombia, Argentina y Chile) se encuentran entre los diez países de más rápido crecimiento en el aumento de la deuda a través de tarjetas de crédito

desde 2008. Adicionalmente, la deuda general del consumidor como proporción del ingreso en Chile es mucho mayor a la de cualquier otro país latinoamericano. La relación deuda-ingreso del hogar chileno en 2013 era de 103%, aunque Euromonitor International proyecta que esta cifra caerá al 95% para el 2018. Esta proporción de deuda-ingreso es casi tres veces superior a la de sus contrapartes en Latinoamérica y, de hecho, se acerca más a la relación que existe en los Estados Unidos, donde el mercado todavía se ve afectada por las deudas

Hipotecarias. En Chile, la mayor parte de esa deuda puede ser atribuida a hipotecas, Seguida por préstamos de tarjetas que, de hecho, han sido la categoría de deuda de más rápido crecimiento desde 2008.

Tarjetas de tiendas se convierten en producto de entrada al sector financiero. Las tarjetas de las tiendas fueron atractivas para los latinoamericanos porque no solo les permitían recibir precios especiales por bienes duraderos sino también por sus compras diarias de abarrotes. Adicionalmente, el proceso de aprobación para obtener una tarjeta de crédito de tienda (retail) a menudo es menos exigente que el de las tarjetas de marcas internacionales como Visa, MasterCard o American Express. Aunque estas redes internacionales operan en Latinoamérica, su incursión en la región se dio a través de asociaciones con terceros, como los retailers, ofreciendo reembolsos de consumo en tales tiendas u otros beneficios relacionados. A pesar de la presencia de marcas tradicionales y redes de pago, es más común que sean los retailers y no los bancos quienes emitan la primera línea de crédito a los consumidores.

Este acceso al crédito a través de instituciones no bancarias como los retailers, proporcionaba una vía para captar a la vasta población no bancarizada, pero frecuentemente se llevaba a cabo sin considerar la posición financiera del consumidor. El crédito era relativamente fácil de obtener para muchos latinoamericanos. Esto abrió la puerta a abusos, como las técnicas predatorias, cargos por interés anual que alcanzaban 200% o refinanciamientos unilaterales de la deuda. En junio de 2011, por ejemplo, La Polar, una de las empresas de retail más grandes de Chile, admitió haber incrementado de manera encubierta las tasas de interés y penalidades sobre deuda pendiente a más de un millón de sus tarjetahabientes en un intento fallido por impulsar las ganancias de su tienda por departamentos durante la desaceleración económica global. La Polar era conocida por apuntar al segmento de menores recursos, ofreciendo productos de electrónica, vestimenta y otros bienes que sus clientes podían comprar con las tarjetas de la tienda. El retailer recibió la aprobación de sus acreedores para reestructurar su propia deuda y poder seguir operando en Chile, además de acordar realizar compensaciones a sus víctimas.

La situación ocurrida con La Polar sucedió porque podían emitir crédito a los consumidores sin enfrentar los obstáculos regulatorios que los bancos deben superar. Como resultado, los retailers podían hacer uso de sus operaciones de préstamo de consumo masivo no regulado para impulsar sus utilidades sin considerar si tales acciones eran riesgosas. El clamor público al conocerse el escándalo de La Polar llevó a las autoridades chilenas a realizar cambios regulatorios, incluyendo medidas de

transparencia. En general, empresas como La Polar, podían proporcionar a los consumidores ofertas engañosas basadas en información incompleta o parcial de manera que los consumidores poco informados autorizaran renegociaciones de deuda, compraran garantías extendidas o se convirtieran en víctimas de otras prácticas predatorias.

### **2.1.2. Nacionales**

Según **Chávez (2014)**, en su tesis sobre la *“Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-Rubro compra/venta de abarrotos De San Luis – Cañete, 2014*, cuyo objetivo de propuesta fue, describir las principales características del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra/venta de abarrotos de San Luis -Cañete, 2014. La investigación fue descriptiva, para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 20 MYPE, a quienes se les aplicó un cuestionario de 32 preguntas, utilizando la técnica de encuesta, se obtuvieron los siguientes resultados: Respecto a los empresarios, el 100% son adultos, el 40% es del sexo masculino y el 25% tiene secundaria completa. Respecto a las características de las MYPE, el 55% se dedica al negocio por más de 03 años, el 86% no tiene ningún trabajador permanente, el 30% tiene 01 trabajador eventual y el 60% se formaron por subsistencia. Respecto al financiamiento, el 5% obtuvo su crédito de las entidades no bancarias, en el año 2013 el 20% fue a corto plazo y el 20% invirtió en capital de trabajo. Respecto a la capacitación, el 75% no recibió capacitación para el otorgamiento del préstamo, el 15% tuvieron un curso de capacitación,

el 20% considera que la capacitación es una inversión y el 20% considera que la capacitación es relevante para su empresa. Respecto a la rentabilidad, el 20% cree que el financiamiento otorgado mejoró la rentabilidad de su empresa y el 40% afirma que la rentabilidad de su empresa mejoró en los 2 últimos años. Finalmente se concluye, que el 50% de las MYPE solicitaron crédito y el 40% de las MYPE dicen que su rentabilidad mejoró en los últimos años”.

Según **Ramos (2014)**, en su tesis sobre la *“Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro bodega- compra y venta productos de abarrotes del Distrito de Tacna Periodo 2012-2013*, cuyo objetivo de propuesta fue determinar la caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del sector y ámbito en estudio. La investigación fue nivel descriptivo- no experimental, y se obtuvieron los siguientes resultados: Respecto de los empresarios, el 100% son adultos, el 67% son de sexo femenino y el 50% tiene secundaria completa. Respecto de las MYPES, el 100% se dedica al negocio por más de tres años y se formaron con el objetivo de obtener ganancia. Respecto del financiamiento, el 50% solicitaron crédito a corto plazo y el 83% lo invirtió en capital de trabajo. Respecto de la capacitación, el 75% no recibieron capacitación para el otorgamiento del crédito financiero, y el 50% dijeron que la capacitación es una inversión. Respecto de la rentabilidad, el 90% dijeron que los créditos que obtuvieron sí mejoraron la rentabilidad de sus empresas, y el 90% dijeron que la rentabilidad de sus microempresas sí había mejorado en los dos

últimos años. Finalmente concluyendo que tanto el financiamiento y la capacitación son dos puntos importantes que influyen directamente en la rentabilidad y los resultados de gestión de las MYPE”.

Según **Mayta (2013)**, en su tesis sobre la *“Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro abarrotes, del Distrito De Crucero, Provincia De Carabaya Departamento De Puno, Periodo 2012-2013*, cuyo objetivo de propuesta fue, describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del sector comercio rubro Abarrotes, distrito de crucero – Provincia Carabaya del departamento de Puno, Periodo 2012 – 2013. La investigación fue descriptiva y para la realización se escogió una muestra de 14 MYPES de una población de 20 Empresas del sector comercio, a quienes se aplicó un cuestionario de 40 preguntas, utilizando la técnica de encuesta, se obtuvieron los siguientes resultados: Respecto a los empresarios, el 93% son adultos, el 71% son del sexo femenino, el 42% tienen entre secundaria completa e incompleta y el 57% son convivientes. Respecto de las MYPE, el 79% están en el rubro hace más de 3 años, el 71% afirman que su empresa es informal, el 100% tienen 1 trabajador y el 71% tienen por objetivo obtener ganancias. Respecto del Financiamiento, el 64% recibieron crédito de terceros para su negocio, el 50% fue a corto plazo y lo invirtió como capital de trabajo y el 36% no solicitó crédito. Respecto de la Capacitación, el 64% no recibieron capacitación y el 7% considera que la capacitación como empresario sí es una inversión. Respecto de la Rentabilidad, el 64% considera que el

financiamiento otorgado sí ha mejorado la rentabilidad de sus empresas, el 7% manifestó que la capacitación sí mejora la rentabilidad de sus empresas, el 57% manifestaron que la rentabilidad de sus empresas sí mejoró en los 2 últimos años y el 43% no opinan. Se concluye, que el 64% recibieron crédito, la cual lo invirtieron el capital de trabajo y 57% dijeron que su rentabilidad si mejoró en los últimos años”.

Según **Cabrera (2015)**, en su tesis sobre la *“Caracterización del financiamiento, la capacitación, y la rentabilidad de las MYPE del sector comercio, rubro abarrotes del Distrito De Nuevo Chimbote, Periodo 2012*, cuyo objetivo de propuesta fue, determinar las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio, rubro abarrotes del distrito de Nuevo Chimbote, 2012. La investigación fue de tipo cuantitativa y nivel descriptivo, se escogió una muestra de 20 tiendas de abarrotes de una población de 50, a quienes se les aplico un cuestionario estructurado mediante la técnica de la encuesta, se obtuvo los siguientes resultados: Respecto a los representantes, las edades de los representantes legales se encuentran en el rango de 30 a 44 años, el 50% de los empresarios tiene grado de instrucción secundaria. Respecto a las MYPE, el 90% tienen más de 3 años en la actividad empresarial, el 95% tienen de 1 a 05 trabajadores, el 75% dijeron que sus trabajadores no fueron capacitados, el 60% realizaron préstamos, el 90% si solicitaron crédito para su negocio, el 60% dijeron que obtuvieron crédito del sistema bancario, el 80% de las MYPES que recibieron crédito invirtieron en su capital de trabajo, el 85% dijeron que no recibieron capacitación antes del

otorgamiento del crédito, el 40% dijeron que los capacitaron en el curso de Manejo empresarial, el 45% dijeron que la capacitación recibida mejoró su rentabilidad y el 90% dijeron que la rentabilidad de sus empresas sí mejoró por el financiamiento recibido. Finalmente se concluye, que la mayoría financia su actividad con fondos ajenos y que a su vez la rentabilidad de su microempresa su mejoró”.

Según **Casana (2013)**, en su tesis sobre la *“Caracterización del Financiamiento, Capacitación Y Rentabilidad De Las Micro Y Pequeñas Empresas del Sector Comercio - Rubro Abarrotes de Casma 2011-2012*, cuyo objetivo de propuesta fue, describir las principales características del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro abarrotes - Casma, periodo 2011-2012. La investigación fue descriptiva, se escogió una muestra de 6 MYPES de una población de 10 a quienes se les aplicó un cuestionario de 27 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, se obtuvieron los siguientes resultados: Respecto a los empresarios, el 100% su edad fluctúa entre 26 a 60 años, el 83% son del sexo masculino, el 67 son casados y el 29% tiene grado de instrucción 16 primaria completa. Respecto a las MYPE, el 100% tiene más de tres años en el rubro empresarial, el 50% posee de 1 - 5 trabajadores y el 100% de las MYPE son formales. Respecto al financiamiento, el 67% autofinancian sus actividades, el 100% de los que recibieron crédito manifiestan que el financiamiento mejoró la rentabilidad del negocio. Respecto a la capacitación, el 67% no recibió ningún tipo de capacitación. Respecto a la rentabilidad, el 100% manifestaron que el financiamiento y la

capacitación si mejoró la rentabilidad de las empresas. Finalmente concluye, el 50% manifestaron que la rentabilidad de sus empresas si mejoró en los dos últimos años”.

Según Araujo (2011), en su tesis sobre la *“Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro abarrotes, del distrito de Callería, período 2009 – 2010*, cuyo objetivo de propuesta fue, describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio - rubro abarrotes del distrito de Callería, periodo 2009-2010. La investigación fue descriptiva, se tomó una muestra poblacional de 20 MYPES, a quienes se les aplicó un cuestionario de 25 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, se obtuvieron los siguientes resultados: Respecto 14 a los empresarios, el 100% su edad fluctúa entre 26 a 60 años, el 80% son del sexo masculino, el 35% tienen secundaria completa y el 30% secundaria incompleta. Respecto a las características de las MYPE, el 80% tienen más de tres años en el rubro empresarial, el 85% no poseen ningún trabajador y el 95% formaron sus MYPES para obtener ganancias. Respecto al financiamiento, el 90% obtuvieron.

Financiamiento de terceros, en el año 2009, el 88% de los créditos fue a corto plazo y los créditos recibidos en los años 2009 y 2010, fueron invertidos en capital de trabajo. Respecto a la capacitación, el 65% sí recibieron capacitación, el 90% dijeron que la capacitación es una inversión. Respecto a la rentabilidad, el 100% de los representantes manifestaron que el financiamiento y la capacitación si mejoraron la

rentabilidad de sus empresas. Finalmente se concluye, que el 90% de los microempresarios obtuvieron financiamiento de terceros y lo invirtieron en el capital de trabajo; la cual mejoró su rentabilidad”.

Según **Ore (2015)**, en su tesis sobre la *“Caracterización del financiamiento en el Perú y su incidencia en el control interno de la MYPE comercial en el rubro de abarrotes en la ciudad De San Vicente De Cañete 2014*, cuyo objetivo de propuesta fue, determinar las principales características del financiamiento en el Perú y su incidencia en el control interno de las MYPE del sector comercial – rubro compra y venta de abarrotes del Distrito de San Vicente de Cañete, periodo 2014. La investigación fue Descriptivo - exploratorio, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida a una muestra de 9 personas que laboran en el establecimiento, a quienes se les aplicó un cuestionario de 12 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta, se obtuvieron los siguientes resultados: El 45% de las personas encuestadas del rubro comercial del sector compra y venta de abarrotes del Distrito de San Vicente de Cañete, se encuentran en el rango de 26-40 años de edad, en cuanto al financiamiento crediticio de terceros, el 78% contesta que si solicitan prestamos logrando ventajas, tales como la obtención de créditos y el aumento de sus ventas e incremento de su rentabilidad. En cuanto al control interno, el 89% de las personas Encuestadas del rubro comercial del sector compra y venta de abarrotes del Distrito de San Vicente de cañete, consideran que llevar un control interno es adecuado. Finalmente se concluye, que la mayoría de los encuestados del rubro

comercial del Distrito de San Vicente de Cañete, solo cuentan con estudios secundarios”.

### **2.1.3. Locales**

**Valencia (2013)** en su estudio sobre la **Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro abarrotes De La Ciudad De Talara – La Brea Negritos Periodo 2011**, cuyo objetivo de propuesta fue conocer las características del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro abarrotes periodo 2011 en la ciudad de Talara – La Brea Negritos. Esta investigación fue cuantitativa y de nivel descriptivo, técnica fue la encuesta y la población estaba conformada por 15 comerciantes de la ciudad Talara, se obtuvieron los siguientes resultados: Respecto al financiamiento de las MYPES, el 53% comentó que, si es mejor el financiamiento a corto plazo, además el 60% comentó que sí pagan impuestos, mientras que el 40% no. Respecto a la capacitación de las MYPES, el 73% la empresa los ha capacitado y el 27% por cuenta propia. Respecto a la rentabilidad de las MYPES, el 87% comentó que el crédito recibido mejoró la rentabilidad y el 13% no. Finalmente se concluye, que las MYPE financian su actividad con fondos ajenos y el 80% de las MYPES comentan que el financiamiento mejoró la rentabilidad.

**Verastegui (2013)** en su tesis sobre la **Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas en el sector comercio- rubro distribuidoras de**

**abarrotes en la ciudad de Sullana: Periodo 2010 – 2011**, cuyo objetivo de propuesta fue describir las características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES. La investigación fue de tipo descriptivo, los datos fueron obtenidos a través de la aplicación de técnicas e instrumentos, estos fueron cuantificados, obteniendo los siguientes resultados: Respecto al representante Legal, el 60% tienen de 45 a 60 años, el 60% son femeninos y el 40% tiene secundaria completa. Respecto a las MYPE, el 90% son formales. Respecto al financiamiento, el 100% solicitaron préstamo. Finalmente se concluye, que el financiamiento con tasas ventajosas mejora la gestión y la productividad de las MYPES y sobre la rentabilidad asegura la competitividad y el crecimiento del negocio.

**Calle (2013)** en su tesis sobre la **Caracterización del financiamiento de los micros y pequeñas empresas en el sector comercio – rubro distribuidor de abarrotes en el Distrito de Piura. Periodo 2010 a 2011**, cuyo objetivo de sugerencia fue conocer las características del financiamiento de las MYPES en el sector comercio – rubro distribuidor de abarrotes en el Distrito de Pura durante el periodo 2010 a 2011. Para el recojo de información se aplicó la técnica de encuesta, que estaba compuesta por 18 preguntas, con el obtuvieron los siguientes resultados: Respecto a las MYPES, el 53% manifestaron contar con 02 a 04 trabajadores. Respecto al Financiamiento, 60% de las MYPE solicitaron crédito, donde el 100% de los microempresarios solicitaron crédito de Mi Banco y el 67% de las MYPE que adquirieron crédito ha sido invertido

en la compra de mercaderías. Respecto a la rentabilidad, el 40% de las MYPE dijeron que la rentabilidad de su empresa mejoró.

## **2.2. Bases Teóricas**

### **2.2.1. Teorías del Financiamiento**

**Modigliani y Miller (1958)**, Estos escritores fueron los primeros en preparar un estudio investigativo de la organización financiera de las empresas tuvo como propuesta principal interpretar sus efectos sobre el valor de la misma.

La teoría tradicional propone que la estructura financiera óptima será aquella que aumente el costo de mercado de las empresas y disminuir el valor del capital.

Esta estructura de no ser apropiada puede representar una limitación a las determinaciones de negocio y, por lo tanto, al desarrollo de la empresa.

El estudio contiene dos periodos: el primer periodo, establecen la liberación del valor de la firma respecto a su estructura de financiamiento, en un segundo periodo, la toma en consideración del impuesto sobre el ingreso de las empresas los conduce a verificar que hay una relación directa entre el valor de la empresa y su nivel de deuda.

En la cual colaboran las variables de ingresos, costos variables, costos fijos, depreciaciones, intereses financieros, impuestos, costos de deuda, costos de capital. Es decir todas estas variables interrelacionadas permiten definir la inversión financiera de las empresas. La tesis de M&M se fundamenta en tres propuestas las cuales son las siguientes:

**Proposición I de M&M.** Explica que el valor de la empresa sólo dependerá de la habilidad generadora de renta de sus activos sin importar

en absoluto de dónde han procedido los recursos financieros que los han financiado; es decir tanto el valor total de mercado de una empresa como su costo de capital son independientes de su estructura financiera, por tanto, la política de endeudamiento de la empresa no tiene ningún efecto sobre los accionistas (Brealey y Myers, 1993).

**Proposición II de M&M.** Explica que la inversión esperada de las acciones ordinarias de una empresa endeudada crece equitativamente a su grado de endeudamiento; es decir, el beneficio probable que los accionistas esperan obtener de las acciones de una empresa que pertenece a una determinada clase, es función lineal de la razón de endeudamiento (Brealey y Myers, 1993).

**Proposición III de M&M.** Explica que la tasa de retorno de un proyecto de inversión ha de ser completamente independiente a la forma como se financie la empresa, y debe al menos ser igual a la tasa de capitalización que el mercado asigna a empresas sin apalancamiento ya que es el que mide el capital propio y el prestado de la entidad y que pertenece a la misma clase de riesgo de la empresa inversora; es decir, la tasa de retorno requerida en la evaluación de inversiones es independiente de la forma en que cada empresa esté financiada (Fernández, 2003).

Según **Myers y Majluf, (1984)**, esta teoría se encuentra entre las más influyentes a la hora de destinar la decisión de financiación respecto al apalancamiento corporativo. Esta teoría descansa en la existencia de información asimétrica (con respecto a oportunidades de inversión y activos actualmente tenidos) entre las empresas y los mercados de capitales. Es decir, los directores de las entidades tienen una mejor

información sobre el estado de la organización que los inversores externos. Además de los costos de transacción producidos por la emisión de nuevos títulos, las Organizaciones tienen que asumir aquellos costos que son consecuencia de la información que no corresponde. Para minimizar éstos y otros costos de financiación, las entidades tienden a financiar sus inversiones con autofinanciación, luego deuda sin riesgo, después deuda con riesgo, y finalmente, con acciones.

La teoría de financiamiento de la jerarquía de preferencias (Pecking Order) toma estas ideas para su desarrollo y establece que existe un orden de elección de las fuentes de financiamiento. Según los postulados de esta teoría, lo que determina la estructura financiera de las empresas es la intención de financiar nuevas inversiones, primero internamente con fondos propios, a continuación, con deuda de bajo riesgo de exposición como la bancaria, posteriormente con deuda pública en el caso que ofrezca menor su valuación que las acciones y en último lugar con nuevas acciones.

Para resumir el funcionamiento de la Teoría de la Jerarquía Financiera, Myers (1984) formula tres enunciados que la sustentan:

Las empresas prefieren la financiación interna;

a. La tasa de reparto de dividendos, son los beneficios totales obtenidos en el periodo que se adapta a las oportunidades de inversión.

b. Aunque la política de dividendos es fija, las fluctuaciones en la productividad y las oportunidades de inversión son impredecibles, con lo cual los flujos de caja generados internamente pueden ser mayores o menores a sus gastos de capital.

c. Si se requiere de financiación externa, la empresa emite primero los títulos más seguros (esto es, primero deuda, luego títulos híbridos como obligaciones convertibles, y medios propios como último recurso para la obtención de fondos).

**Hernández (2005)**, En esta teoría considera que en la actualidad las organizaciones en general tienen un obstáculo en frente que en ocasiones puede ser desafortunado para su consolidación y mantenimiento en el mercado, esta barrera es la financiación de sus actividades de operación, ya sea con recursos propios o con los de terceros.

Por ello dentro de un mercado tan competitivo como el que se presenta en estos momentos, obtener recursos es sumamente difícil en algunos casos, por ello es necesario estudiar algunos de los factores que pueden llegar a ser relevantes en este estudio para logra obtener un capital.

De esta manera SARTORI señala que "toda organización, y especialmente las empresas, deben enfrentar continuamente decisiones de financiamiento, es decir estar preparados para cualquier inconveniente que se presente. Las cuales tendrán por tanto un efecto sustantivo en el progreso de la empresa y de sus proyectos. Se trata entonces no sólo de decisiones delicadas y sensibles que demandan un actuar rápido, sino también de elecciones que pueden afectar hasta el mismo curso de viabilidad financiera de una entidad.

Así para PÉREZ y CAMPILLO señalan que el financiamiento es "la acumulación eficiente de efectivo que ha sido reconocida como un factor clave para asegurar que aquellas empresas con potencial de incremento

puedan expandirse y ser más competitivas. Las dificultades de acceso al crédito no se refieren simplemente al hecho de que no se puedan obtener fondos a través del sistema financiero; de hecho habría que esperar que si esto no se soluciona, no todos los proyectos serían automáticamente financiados. Las dificultades ocurren en situaciones en las cuáles un proyecto que es viable y rentable no es llevado a cabo (o es restringido) porque la empresa no obtiene fondos del mercado.

Asimismo, PÉREZ CARBALLO señala que como actividad financiera: "no puede limitarse a las funciones tradicionales; ha de controlar el uso de los fondos y estar presente en casi todas las decisiones que se tomen aunque aparentemente no sean financieras ya que la empresa es un sistema cuya situación financiera puede verse deteriorada por decisiones que en principio competen a otros departamentos y de esta manera no exponerse a algún tipo de riesgo, talvez no sean decisiones que nos competen, pero siempre se debe estar presente en la toma de decisiones ya sean asociadas a otras áreas funcionales, tales como la política de precios, condiciones de crédito a clientes o volumen de la producción influirán antes o después sobre el balance, la cuenta de resultados, la liquidez o el riesgo de la compañía.

**Gitman (2007)** establece al financiamiento, “**Como el arte y ciencia de controlar el dinero.** El autor define el objetivo primordial de la empresa, que es ampliar al máximo la liquidez ya que una buena administración es necesaria y deseada por todos los empresarios de las micro y pequeñas empresas y de esta manera ir teniendo un mayor crecimiento económico”.

Según **Aguirre (1992)**, define al financiamiento como: *“La obtención del dinero necesario para financiar una empresa y quien ha de facilitarla*, o dicho de otro modo, es la adquisición de recursos o medios de pago, que se destinan a la adquisición de los bienes de capital que la empresa necesita para el cumplimiento de sus logros, El contador y el financiamiento en las MYPE, Según Punto Contable (2008) las MYPE se puedan financiar mediante deudas, deben de tener la verificación necesaria de un contador, ya que ayudará a determinar la capacidad de liquidez y de pago de la empresa, puesto que el tema del financiamiento es delicado, porque no es solicitar por solicitar aunque sea necesario, sino el de ver, analizar si la empresa podrá devolver el préstamo en un plazo determinado y pagar los intereses”.

Para que una entidad financiera otorgue un financiamiento, necesariamente uno de los requisitos que piden son los estados financieros, para ello el contador no solo deberá saber formularlos bien sino que tiene la necesidad de interpretar y examinar si podrá solventar los pagos del crédito obtenido. Pues con la información financiera de la empresa el banco aceptará o no otorgar el préstamo.

## **2.3. MARCO CONCEPTUAL**

### **2.3.1. Financiamiento**

Es el acto de hacer uso de recursos económicos para cancelar obligaciones o pagar bienes, servicios o algún tipo de activo particular. El financiamiento puede provenir de diversas fuentes, siendo el más habitual el propio ahorro.

Es el acto mediante el cual una organización se dota de dinero. La adquisición de bienes o servicios es fundamental a la hora de emprender una actividad económica, por lo que el financiamiento es un paso muy importante a la hora de considerar un emprendimiento de cualquier tipo.

### **2.3.2. El financiamiento en las empresas rubro venta de abarrotes**

El financiamiento hoy en día es muy importante porque permite a los empresarios poder financiar sus negocios, aunque algunos empleadores tienen un poco de temor solicitar financiamiento esto se debe a que no conocen o no están orientados a trabajar con financiamiento.

El crecimiento de un negocio de abarrotes no sólo se trata de encontrar financiamiento para tiendas de abarrotes; sino de usar al máximo ese dinero y sobre todo, mejorar las ventas y ganancias en una tienda de abarrotes.

Debido al poco margen de ganancia que ofrecen muchos de los productos habituales de una tienda; los abarroteros necesitan generar un alto volumen de ventas para generar más ingresos y de esta forma poder invertir en más productos.

Atraer clientes a la tienda es una forma de lograrlo y promover las compras impulsivas también es otra forma de hacerlo; es por eso que se necesita una gran variedad de promociones y estrategias de venta o márketing para mejorar las ventas de una tienda de abarrotes. A continuación, algunos consejos útiles que puedes aplicar para mejorar las ventas y tener mayores ingresos.

Una de las estrategias en una tienda de abarrotes es hacer publicidad, ya sea en medios de comunicación de esta manera se atrae a los clientes otra

de las estrategias es cambiar continuamente la exhibición de los productos de esta forma los clientes estarán motivados observando por toda la tienda a si mismo facilitar las cosas a los clientes, es decir si el local es demasiado grande quizá puedas incluir algunos carritos se esta forma se puede promover la compra de varios productos a sismo ofrecer muestras gratis es decir cuando se tiene un producto nuevo es muy probable que no se venda muy fácilmente, para que los consumidores conozcan estos nuevos productos es ofreciéndoles muestras gratis.

Muchos empresarios de ventas de abarrotes optan por buscar financiamiento para su negocio a través de las entidades financieras, sin embargo por mejores que sean las oportunidades los tramites y condiciones pueden pesar posteriormente, por eso si está buscando financiamiento se puede optar por el empeño de autos ya que por ello se puede tener una suma de dinero considerable además de tener todas las facilidades de recuperar el auto que se puso en garantía y que este en buenas manos y de esta manera se podrá adquirir algún sistema digital que se necesite para la tienda o mejorar la calidad de los productos.

### **Tipos de Financiamiento**

Existen varias formas de financiamiento, las cuales se clasifican en: según el plazo de vencimiento: financiamiento a corto plazo (el vencimiento es inferior a un año, crédito bancario, línea de descuento, financiación espontánea) y financiamiento a largo plazo (el vencimiento es superior a un año, ampliaciones de capital, autofinanciación, préstamos bancarios, emisión de obligaciones acreedores).

## **Políticas de Financiamiento**

Existen varias políticas de financiamiento, una de ellas por ejemplo financiar fondos a largo plazo. Esto genera mayor interés.

### **Entidades financieras:**

- ❖ **Empresas Bancarias:** Banco de Crédito del Perú, Banco Financiero, BBVA Banco Continental, Interbank, Mi Banco, Scotiabank Perú, etc.
- ❖ **Entidades financieras estatales:** Agro banco, Banco de la Nación, Cofide y Fondo Mi Vivienda
- ❖ **Empresas financieras:** Crediscotia, Confianza Compartamos Financiera, Nueva Visión, Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC): Trujillo, Huancayo, Paita, Piura y Sullana.
- ❖ **Tasas de financiamiento:** son porcentajes que se traduce en un monto de dinero, mediante el cual se paga por el uso del dinero en tiempos determinados.
- ❖ **Tasas de interés:** son montos de dinero que se pagan por el uso de un capital, el importe que se pague de interés dependerá mucho de la cantidad de dinero y plazo en que se haya solicitado el crédito, antes de solicitar un crédito se debe evaluar qué entidad financiera te presta con menos tasa de interés. Algunos empresarios utilizan las tarjetas de crédito sin darse cuenta que las tasas de interés son mucho mayor, es decir retiran dinero en efectivo de sus tarjetas de crédito.

### **Términos Relacionados:**

- ✓ **Financiación:** Es la acción y efecto de financiar (aportar dinero para una empresa o proyecto, sufragar los gastos de una obra o actividad).

- ✓ **Financista:** Es la persona que aporta el dinero necesario para una empresa o proyecto.
- ✓ **Financiero:** Es lo referente al manejo de las finanzas, entendiéndose por tales, los bienes o caudales, a veces estrictamente ceñido a los bienes que integran el patrimonio estatal.
- ✓ **Interés:** es la ganancia o utilidad que se puede sacar de algo.
- ✓ **Tasa:** es un monto de dinero que se paga por un Interés.
- ✓ **Crédito bancario:** es un préstamo que la entidad financiera otorga el cliente, teniendo en cuenta que no cualquier persona tiene acceso a un crédito, para ello no debe estar registrado en las centrales de riesgo, es decir no debe tener antecedentes negativos en el sistema financiero. Debe tener en cuenta de que si solicita un crédito debe usarlo con criterio.
- ✓ **Créditos a corto plazo y largo plazo:** son préstamos que se pueden pagar en un plazo no mayor a 12 meses. Mientras que los créditos a largo plazo tienen vencimiento superior a un año.

Están conformados por:

- ✓ **Financiamiento a corto plazo**

- a) **Crédito comercial:**

Es el ofrecimiento del crédito por parte de un proveedor ya sea de productos o servicios, permitiéndole pagar por ellos posteriormente, es decir a futuro. Ambos acuerdan una fecha de pago que el cliente deberá cumplir si no cumple puede caerle alguna acción legal por no cumplir conforme al plazo establecido.

**b) Crédito bancario:**

Es cuando una persona natural e organización percibe dinero de una entidad financiera tanto pública como privada este préstamo se acostumbra a otorgar en bancos o entidades similares. Estas organizaciones captan dinero de sus clientes a través de operaciones pasivas, para luego prestar el dinero a una tasa de interés más elevada para luego convertirse en operaciones pasivas.

**c) Línea de crédito:**

Es un dinero otorgado por las entidades financieras que el cliente tiene disponible para ser usado cuando no disponga de liquidez.

**d) Papeles comerciales:**

Son pagares a corto plazo, es decir no mayores a un año los cuales son emitidos por algunas entidades financieras, pueden venderse directamente o a través de terceras personas.

**e) Financiamiento por medio de las cuentas por cobrar:**

Consiste en vender o poner en garantía las cuentas que se tiene por cobrar, es decir permite descontar las facturas pendientes y rápidamente mejorar nuestra liquidez. Ya que en vez de esperar que el cliente nos cancele en 30 a 60 días este tipo de financiamiento nos permite contar con liquidez en 24 horas.

**f) Financiamiento por medio de los inventarios:**

Es aquel en el cual se utiliza los inventarios como garantía de un crédito en el cual se concede a la entidad financiera el

derecho tomar posesión en caso el cliente no cumpla con lo establecido.

✓ **Financiamiento a largo plazo**

**a) Hipoteca:**

Es un préstamo que mayor mente los clientes lo utilizan para adquirir una casa o departamento, en donde el deudor pone en garantía alguna propiedad a manos de la entidad financiera (acreedor), con la finalidad de garantizar el préstamo obtenido.

**b) Bonos:**

Es un título o documento que representa un compromiso de pago, el cual tiene como objetivo obtener financiamiento para el emisor, los cuales pueden ser emitidos por empresas, organismos, estados. A quien presta el bono es llamado tenedor estos son muy comunes por los bancos centrales porque tienen el respaldo del país y sus reservas.

**c) Arrendamiento financiero:**

Es arrendar con derecho de compra, leasing financiero, es decir es un contrato mediante el cual el arrendador traspasa el derecho de usar un bien a un arrendatario a cambio del pago de rentas de arrendamiento durante el plazo pactado.

### **III. HIPÓTESIS**

#### **3.1. Hipótesis**

Por ser una investigación de tipo descriptivo, la investigación no formulará hipótesis, basándose en la publicación de Galán (2009) Las hipótesis en la investigación donde determinó que No todas las investigaciones llevan hipótesis, según sea su tipo de estudio (investigaciones de tipo descriptivo) no las requieren. Todo proyecto de investigación requiere preguntas de investigación, y sólo aquellos que buscan evaluar relación entre variables o explicar causas requieren formular hipótesis.

## **IV. METODOLOGÍA**

### **4.1. Tipo y nivel de investigación de la tesis**

#### **4.1.1. Tipo**

El estudio de investigación, está comprendido bajo un enfoque cuantitativo porque es un adjetivo que está vinculado a la cantidad. Este concepto, por su parte, hace referencia a una cuantía, una magnitud, una porción o un número de cosas.

#### **4.1.2. Nivel**

La investigación es de tipo descriptivo debido a que es un tipo de metodología a aplicar para deducir un bien o circunstancia que se esté presentando; se aplica describiendo todas sus dimensiones, en este caso se describe el órgano u objeto a estudiar.

#### **4.1.3. Diseño de la investigación**

En la estructura de investigación aplicada es no experimental debido a que es conocida como investigación Ex Post Facto, término que proviene del latín y significa después de ocurridos los hechos.

### **4.2. Población y muestra**

#### **4.2.1. Población**

Continuando con el método de investigación científica, la población está representada por 10 empresas del sector comercial y rubro venta de abarros en la Provincia de Huancabamba.

#### **4.2.2. Muestra**

La muestra no aleatoria por conveniencia corresponde a 10 empresas del mismo sector poblacional.

### 4.3. Operacionalización de las variables

Variable Principal	Significado conceptual	Significado operacional: indicadores	Escala de medición
<p><b>Perfil de los propietarios</b></p>	<p>Es aquella persona que fija sus objetivos y toma decisiones estratégicas, trabaja con el objetivo de producir bienes o servicios para ofertarlos en el mercado con el fin de obtener beneficios.</p>	<p>Puesto que ocupa en la entidad.</p>	<p><b>Nominal:</b> Propietario Gerente Administrador Representante legal Otro</p>
		<p>Experiencia en el sector comercial / de servicios.</p>	<p><b>Nominal:</b> Si No Un Poco</p>
		<p>Grado de instrucción del propietario.</p>	<p><b>Nominal:</b> Sin instrucción Primaria Secundaria Técnico Universidad</p>
		<p>Sexo de los Propietarios.</p>	<p><b>Nominal:</b> Masculino Femenino</p>
<p>Edad de los Propietarios.</p>	<p><b>Nominal:</b> 20 – 25 Años 26 – 30 Años 31 – 50 Años Mayor a 50 Años</p>		

Variable Principal	Definición Conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Escala de Medición
<b>Perfil de las empresas</b>	Es una organización o institución dedicada a realizar diferentes actividades en distintos rubros.	<p>Años de constituida la empresa.</p> <p>Régimen tributario en el que se encuentran acogidas las empresas</p> <p>Trabajadores que laboran en la empresa.</p> <p>Objetivo de la Empresa.</p> <p>Contabilidad de la Empresa.</p>	<p><b>Nominal:</b> Un año Dos años Tres años Más de tres años</p> <p><b>Nominal:</b> Régimen único simplificado-Nuevo Rus Régimen especial de renta Régimen Mype tributario Régimen general</p> <p><b>Nominal:</b> 1 2 a 4 4 a 10 Más de 10</p> <p><b>Nominal:</b> Obtener más Ganancias Dar Empleo a la familia Dar Empleo a la comunidad</p> <p><b>Nominal:</b> Si No No está obligada</p>

<b>Variable Principal</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Definición Operacional: Indicadores</b>	<b>Escala de Medición</b>
<b>Perfil del aspecto Financiero</b>	Es un grupo de recursos monetarios y de crédito que se designan a una empresa o individuo para que lleven a cabo una determinada actividad o algún proyecto, siendo los más habituales el comienzo de un nuevo negocio.	<p>Pertenece a una asociación o grupo comercial.</p> <p>Formalización del empresario.</p> <p>Principal desafío que enfrenta su negocio actualmente.</p> <p>El sistema financiero ayuda al desarrollo comercial – empresarial.</p>	<p><b>Nominal:</b> Si No</p> <p><b>Nominal:</b> Si No</p> <p><b>Nominal:</b> Mantenerse en el mercado Expansión y desarrollo Exportar Asociarse</p> <p><b>Nominal:</b> No Si</p>

		En su política empresarial es habitual la conducta de tomar crédito.	<b>Nominal:</b> No Si
		Alternativas de financiamiento que ofrece el sistema financiero peruano.	<b>Nominal:</b> No Si
		Necesidad de solicitar crédito.	<b>Nominal:</b> No Si
		Dificultades para abastecerse de mercadería por falta de dinero.	<b>Nominal:</b> No Si
		Cuenta con financiamiento para su negocio.	<b>Nominal:</b> Propio Del sector informal De cajas municipales

		Utilizo tarjeta de crédito.	<b>Nominal:</b> No Si
		Cuenta con línea de crédito.	<b>Nominal:</b> No Si
		Historial crediticio positivo.	<b>Nominal:</b> No Si
		Plan de pago antes de adquirir el crédito.	<b>Nominal:</b> No Si
		Liquidez necesaria para afrontar el pago.	<b>Nominal:</b> No Si
		Monto del crédito otorgado.	<b>Nominal:</b> De 5,000.00 a 10,000.00  De 11,000.00 a 15,000.00  De 16,000.00 a 20,000.00  Mayor a 20,000.00

		Costo total del préstamo a pagar.	<b>Nominal:</b> No Si
		Tasa de interés que gravo el crédito.	<b>Nominal:</b> Entre 15% a 20% Más de 30% Entre 21% a 30%
		Porcentaje del crédito que representa la tasa de interés.	<b>Nominal:</b> 20% 25% 30% 50%
		Plazo de devolución del crédito.	<b>Nominal:</b> De 6 a 12 meses 24 meses Más de 36 meses 36 meses
		Documentos que acreditaron la solvencia económica.	<b>Nominal:</b> Flujo de caja Extracto bancario Inventarios EE. FF
		Garantía para respaldar el financiamiento obtenido.	<b>Nominal:</b> No Si

		Garantía que respaldo el crédito.	<p><b>Nominal:</b></p> <p>Bien mueble          Bien inmueble          Aval o garante          Prendas (joyas)</p>
		Registro en las centrales de riesgo.	<p><b>Nominal:</b></p> <p>No          Si</p>
		Ventajas de pagar puntual.	<p><b>Nominal:</b></p> <p>No          Si</p>
		Tiene planificado en qué utilizará el crédito.	<p><b>Nominal:</b></p> <p>No          Si</p>
		Lo utilizará en:	<p><b>Nominal:</b></p> <p>Mercaderías para abastecer mercado local</p> <p>Expansión y desarrollo</p> <p>Exportación</p> <p>Compra de activos para el negocio</p> <p>Pago a proveedores</p> <p>Ampliación y/o modernización de local</p>

		<p>Factores que limitan la obtención de financiamiento.</p>	<p><b>Nominal:</b>  Informalidad  Falta de garantías  Problemas de liquidez  Registro en centrales de riesgo</p>
		<p>El financiamiento ayuda al cumplimiento de sus objetivos empresariales</p>	<p><b>Nominal:</b>  No  Si</p>
		<p>El financiamiento es una herramienta importante en el mundo empresarial</p>	<p><b>Nominal:</b>  No  Si</p>
		<p>Volvería a solicitar financiamiento para su negocio.</p>	<p><b>Nominal:</b>  No  Si</p>

#### **4.4. Técnicas e instrumentos**

##### **4.4.1. Técnica**

La investigación hará uso de la técnica de la encuesta.

##### **4.4.2. Instrumento**

El instrumento utilizado en la investigación fue el cuestionario pre estructurado con 40 preguntas relacionadas a la investigación.

#### **4.5. Plan de análisis**

De acuerdo a la naturaleza de mi investigación los análisis de los resultados se tabularán haciendo uso de la estadística descriptiva y tomando como soporte los programas de Word y Excel y para la elaboración de las diapositivas se hará uso de Power Point.

#### 4.6. Matriz de consistencia

Título	Enunciado general	Objetivo general	Objetivos específicos	Variables	Metodología
Caracterización del financiamiento de las empresas del sector comercial rubro venta de abarrotes en la provincia de Huancabamba en el año 2018.	¿Cuáles son las principales características del financiamiento de las empresas del sector comercio rubro venta de abarrotes en la provincia de Huancabamba en el año 2018?	Describir las principales características del financiamiento de las empresas del sector comercio rubro venta de Abarrotes en la provincia de Huancabamba, 2018.	<p>Determinar las principales características de los propietarios y/o representantes legales de las empresas del sector comercio rubro venta de Abarrotes en la provincia de Huancabamba, 2018.</p> <p>Determinar las principales características de las empresas del sector comercio rubro venta de Abarrotes en la provincia de Huancabamba, 2018.</p> <p>Determinar las principales características del financiamiento de las empresas del sector comercio rubro venta de Abarrotes en la provincia de Huancabamba, 2018.</p>	Financiamiento	<p><b>Tipo:</b> Cuantitativo</p> <p><b>Nivel:</b> Descriptivo</p> <p><b>Diseño:</b> No Experimental</p> <p><b>Población:</b> 10 empresas del sector en estudio de la ciudad de Huancabamba 2018.</p> <p><b>Técnica:</b> Encuesta.</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario, 40 preguntas relacionadas a la investigación.</p>

#### **4.7. Principios Éticos**

Durante el desarrollo de la investigación se ha considerado en forma estricta el cumplimiento de los principios éticos que permitan asegurar la originalidad de la investigación. Asimismo, se han respetado los derechos de propiedad de las fuentes electrónicas consultadas, necesarias para estructurar el marco teórico. De otro lado, considerando que gran parte de los datos utilizados son de carácter público, y pueden ser conocidos y empleados por diversos analistas sin mayores restricciones, se ha incluido su contenido sin modificaciones, salvo aquellas necesarias por la aplicación de la metodología para el análisis requerido en esta investigación. Igualmente, se conserva intacto el contenido de las respuestas, manifestaciones y opiniones recibidas de las personas que han colaborado contestando las encuestas a efectos de establecer la relación causa-efecto de las variables. Se ha creído conveniente reservar la identidad de los mismos para lograr objetividad en los resultados.

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

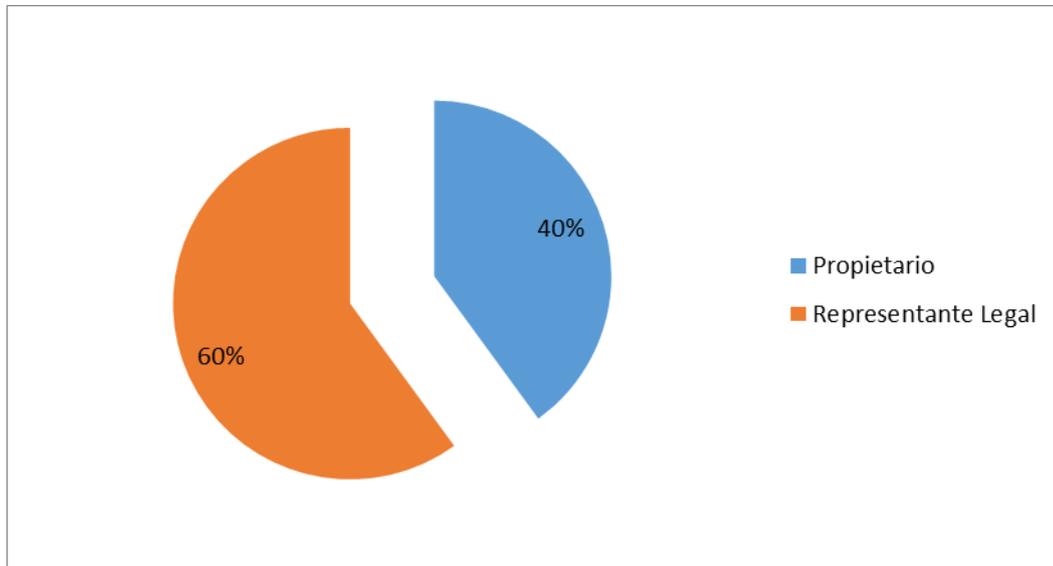
**Tabla N° 1**  
**1. Cargo que ocupa en la empresa**

Alternativas	Frec.	%
Administrador	0	0%
Gerente	0	0%
Propietario	4	40%
Representante Legal	6	60%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado.      **Elaboración:** propia

El 40% de las empresas encuestadas ocupan el cargo de propietarios, mientras que el 60% ocupan el cargo de representante legal.

**Grafico N° 1**



**Grafico 1:** Representación porcentual al cargo que ocupan en la empresa.

**Fuente:** Tabla 1. **Elaboración:** propia

**Tabla N° 2**

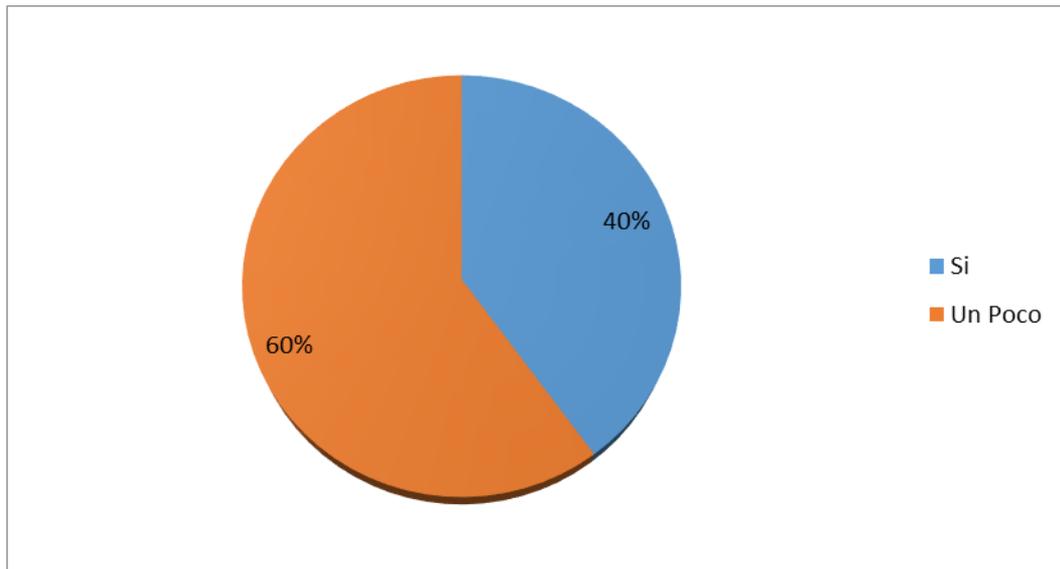
**2. Experiencia en el sector comercial / de servicios**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec.</b>	<b>%</b>
No	0	0%
Si	4	40%
Un Poco	6	60%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado. **Elaboración:** propia

El 40% de las empresas encuestadas si tiene experiencia en el sector comercial, mientras que el 60% no tiene mucha experiencia del sector comercial / de servicios

**Grafico N° 2**



**Grafico 2:** Representación porcentual a la experiencia en el sector comercial / de servicios.

**Fuente:** Tabla 2. **Elaboración:** propia

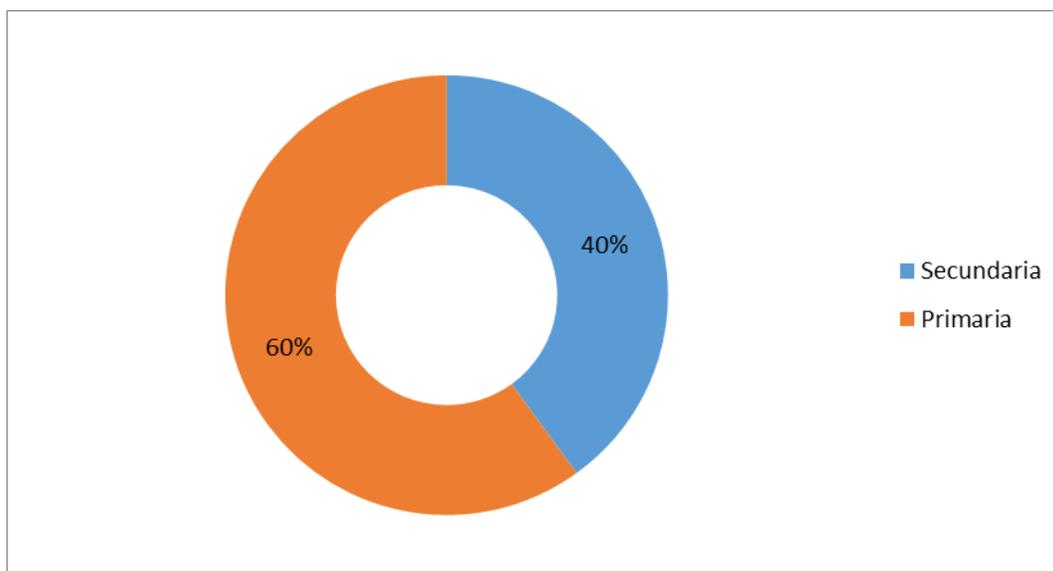
**Tabla N° 3**  
**3. Grado de instrucción del propietario**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec.</b>	<b>%</b>
Universidad	0	0%
Primaria	6	60%
Secundaria	4	40%
Sin instrucción	0	0%
Técnico	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado.      **Elaboración:** propia

El 60% de los propietarios indagados tiene como grado de educación primaria, mientras tanto el 40% tiene como grado de instrucción secundaria.

**Grafico N° 3**



**Grafico 3:** Representación porcentual del grado de educación de los propietarios.

**Fuente:** Tabla 03. **Elaboración:** propia

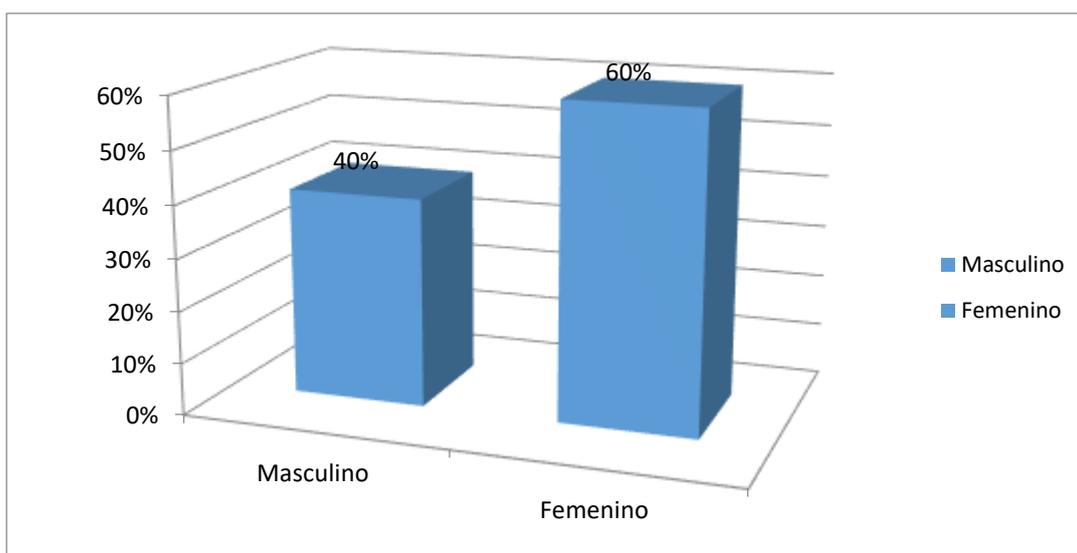
**Tabla N° 4**  
**4. Sexo del propietario**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec.</b>	<b>%</b>
Femenino	6	60%
Masculino	4	40%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado.      **Elaboración:** propia

El 60% de los propietarios encuestados son de sexo femenino, mientras que el 40% de los propietarios encuestados son de sexo masculino.

**Gráfico N° 4**



**Gráfico 04:** Representación porcentual del sexo de los propietarios.

**Fuente:** Tabla 04. **Elaboración:** propia

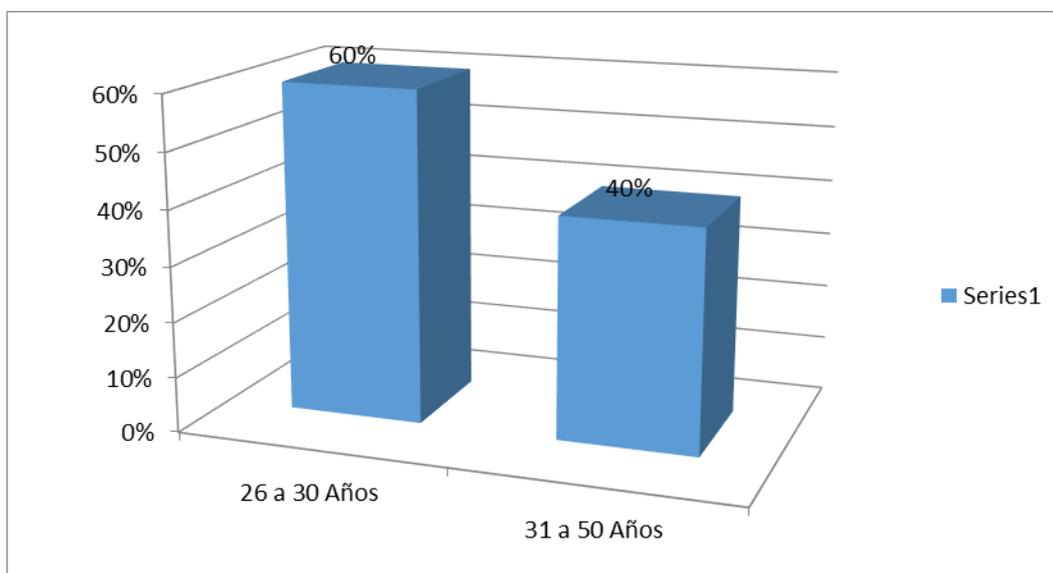
**Tabla N° 5**  
**5. Edad de los propietarios**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec.</b>	<b>%</b>
Mayor a 50 Años	0	0%
26 – 30 Años	6	60%
31 – 50 Años	4	40%
20 – 25 Años	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado. **Elaboración:** propia

De los propietarios encuestados el 60% indicaron que tienen una edad entre 26 – 30 años, mientras que el 40% tienen entre 31 – 50 años de edad.

**Gráfico N° 5**



**Gráfico 05:** Figura grafica de la edad de los propietarios.

**Fuente:** Tabla 05. **Elaboración:** propia

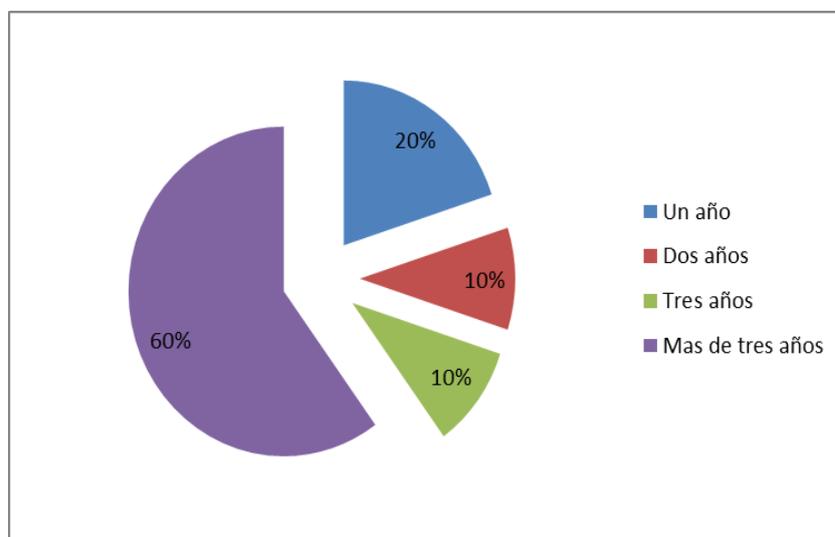
**Tabla N° 6**  
**6. Años de fundación de la entidad**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec.</b>	<b>%</b>
Más de tres años	6	60%
Dos años	1	10%
Tres años	1	10%
Un año	2	20%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado. **Elaboración:** propia

De la encuesta realizada se observa que el 60% de las empresas tienen más de tres años de constituidas, el 10% dos años y el 10% tres años, mientras tanto el 20% tienen más de un año de constituidas.

**Gráfico N° 6**



**Gráfico 06:** Figura grafica de la antigüedad de las empresas.

**Fuente:** Tabla 06. **Elaboración:** propia

**Tabla N° 7**

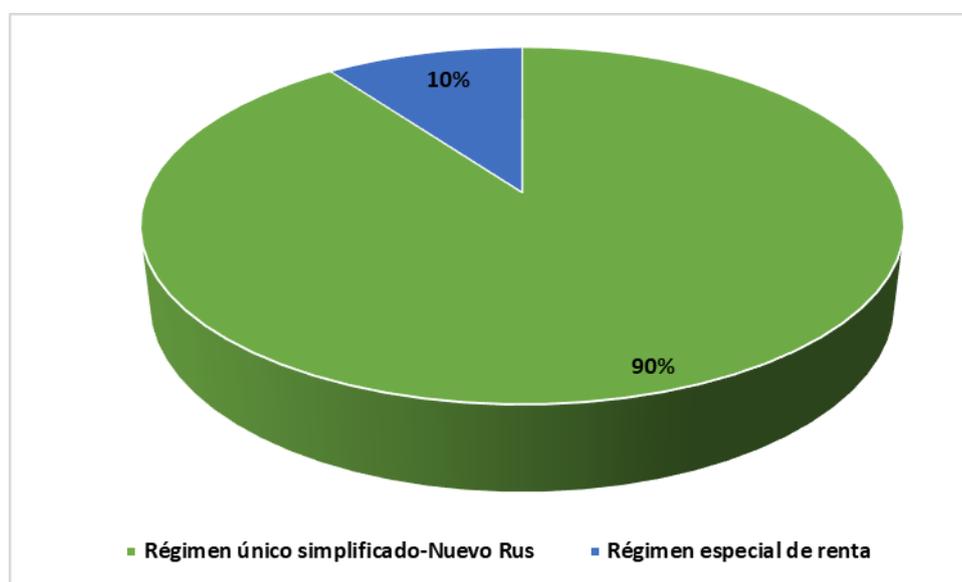
**7. En qué régimen tributario se encuentra acogida su empresa**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec.</b>	<b>%</b>
Régimen único simplificado-Nuevo Rus	9	90%
Régimen especial de renta	1	10%
Régimen General	0	0%
Régimen Mype tributario	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado. **Elaboración:** propia

Se observa que de las empresas encuestadas el 90% están acogidas al Régimen único simplificado – Nuevo Rus, mientras tanto el 10% de las empresas encuestadas se encuentra acogido al régimen especial de renta.

**Grafico N° 7**



**Grafico 7:** Representación porcentual del régimen tributario en el que se encuentra acogida la empresa.

**Fuente:** Tabla 7. **Elaboración:** propia

**Tabla N° 8**

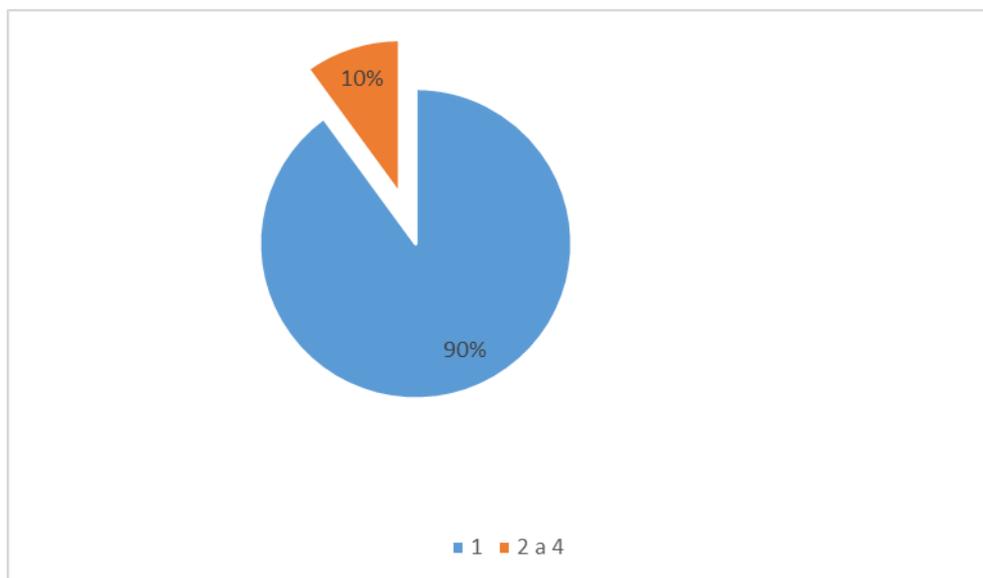
**8. Trabajadores que laboran en la empresa**

Alternativas	Frec.	%
2 a 4	1	10%
1	9	90%
Más de 10	0	0%
4 a 10	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado. **Elaboración:** propia

De las empresas encuestadas el 10% tiene entre 2 a 4 trabajadores, mientras tanto el 90% de las empresas tiene un trabajador laborando en su empresa.

**Grafico N° 8**



**Grafico 8:** Representación porcentual de la cantidad de trabajadores que tiene la empresa.

**Fuente:** Tabla 8. **Elaboración:** propia

**Tabla N° 09**  
**09. Objetivo de la empresa**

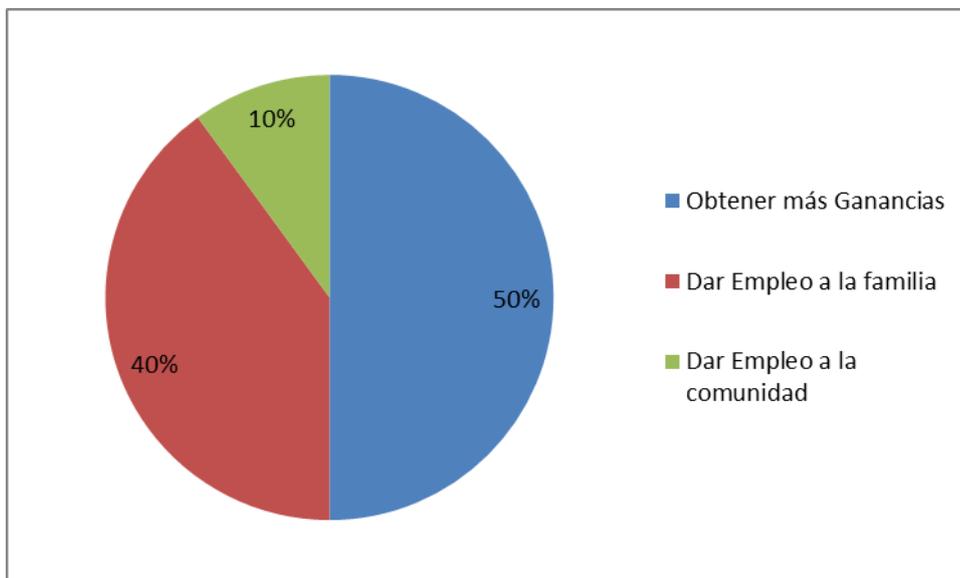
<b>Alternativas</b>	<b>Frec.</b>	<b>%</b>
Dar Empleo a la comunidad	1	10%
Dar Empleo a la familia	4	40%
Obtener más ganancias	5	50%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado.

**Elaboración:** propia

Se observa que el 10% de las empresas encuestadas trabaja para dar empleo a la comunidad, el 40% para dar empleo a la familia, mientras que el objetivo del 50% de las empresas es obtener ganancias.

**Figura N° 09**



**Figura 09:** Figura grafica de los objetivos que tiene la empresa.

**Fuente:** Tabla 09. **Elaboración:** propia

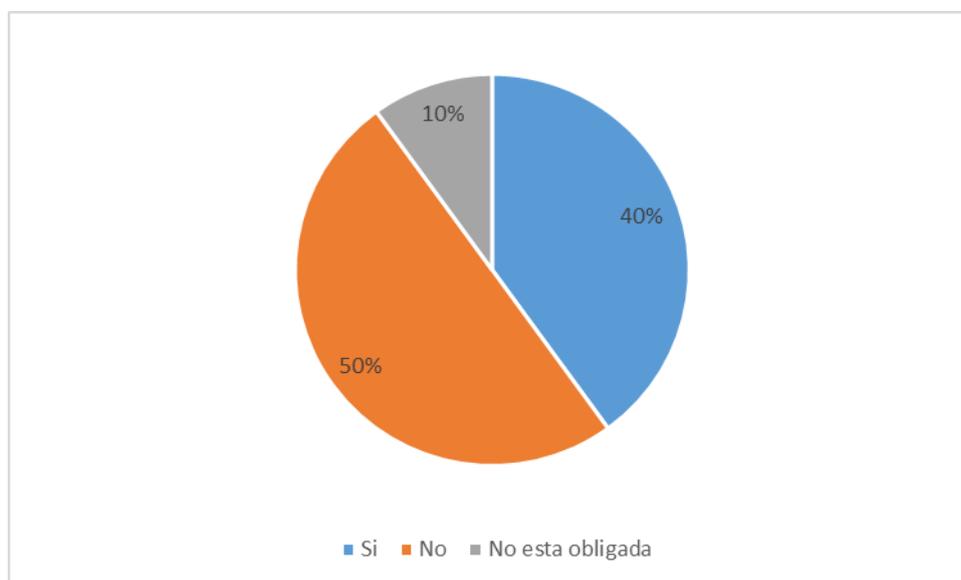
**Tabla N° 10**  
**10. Contabilidad de la empresa**

Alternativas	Frec.	%
Si	4	40%
No	5	50%
No está obligada	1	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado. **Elaboración:** propia

De las empresas encuestadas el 40% lleva contabilidad, el 50% no lleva contabilidad, mientras que el 10% no está obligada a llevar contabilidad.

**Grafico N° 10**



**Grafico 10:** Representación porcentual sobre la contabilidad que lleva la empresa.

**Fuente:** Tabla 10. **Elaboración:** propia

**Tabla N° 11**

**11. Pertenece a una asociación o grupo comercial**

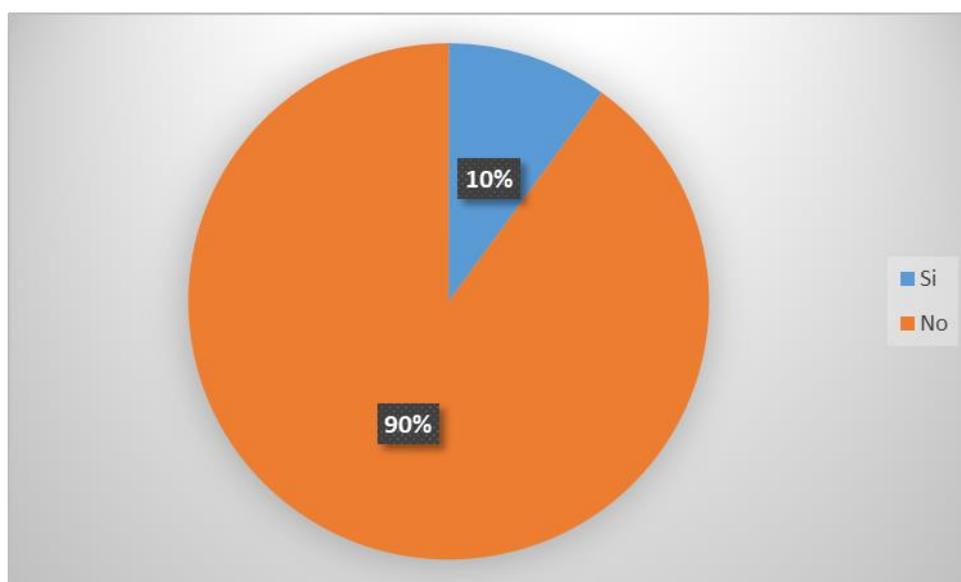
<b>Alternativas</b>	<b>Frec.</b>	<b>%</b>
No	9	90%
Si	1	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: cuestionario aplicado.

Elaboración: propia

De las empresas encuestadas el 90% no pertenece a ningún grupo comercial, mientras tanto el 10% de las empresas encuestadas si pertenecen a una asociación o grupo comercial.

**Grafico N° 11**



**Grafico 11:** Representación porcentual si pertenece a una asociación o grupo comercial.

**Fuente:** Tabla 11. **Elaboración:** propia

**Tabla N° 12**

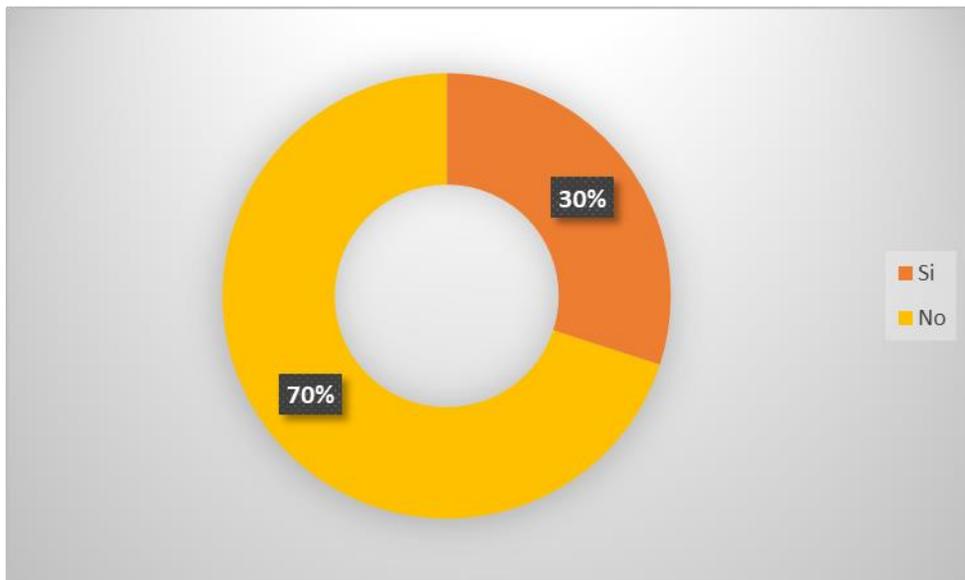
**12. Formalización del empresario**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec.</b>	<b>%</b>
No	7	70%
Si	3	30%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado. **Elaboración:** propia

De los empresarios encuestados el 70% son informales, mientras tanto el 30% de los empresarios encuestados son formales.

**Figura N° 12**



**Figura 12:** Figura grafica de la formalización de los empresarios.

**Fuente:** Tabla 12. **Elaboración:** propia

**Tabla N° 13**

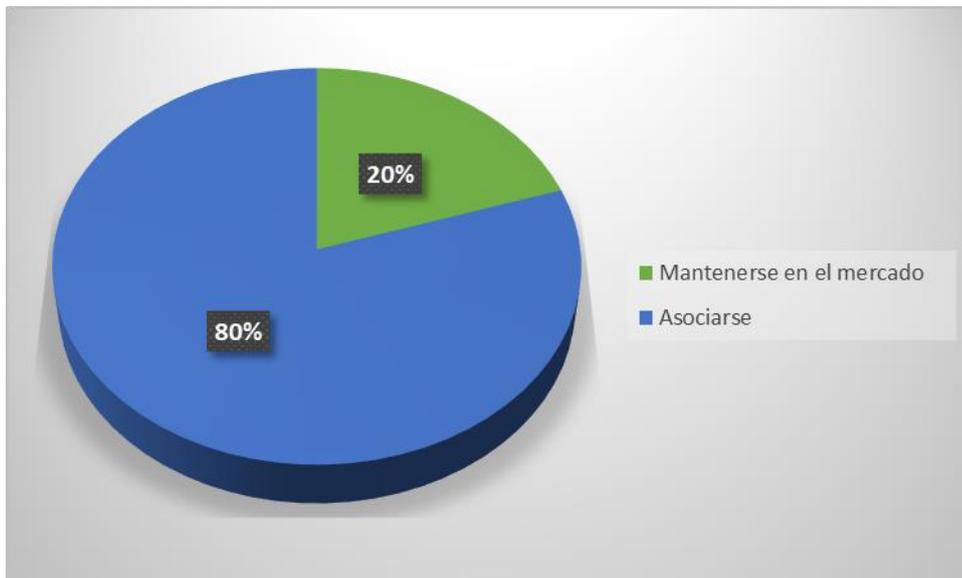
**13. Principal desafío que enfrenta su negocio actualmente**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec</b>	<b>%</b>
Mantenerse en el mercado	2	20%
Expansión y desarrollo	0	0%
Exportar	0	0%
Asociarse	8	80%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado. **Elaboración:** propia

De los empresarios encuestados el 20% manifiestan que su principal desafío es mantenerse en el mercado, mientras que el 80% de los empresarios su principal desafío es asociarse.

**Grafico N° 13**



**Grafico 13:** Representación porcentual del principal desafío que enfrenta su negocio actualmente.

**Fuente:** Tabla 13. **Elaboración:** propia

**Tabla N° 14**

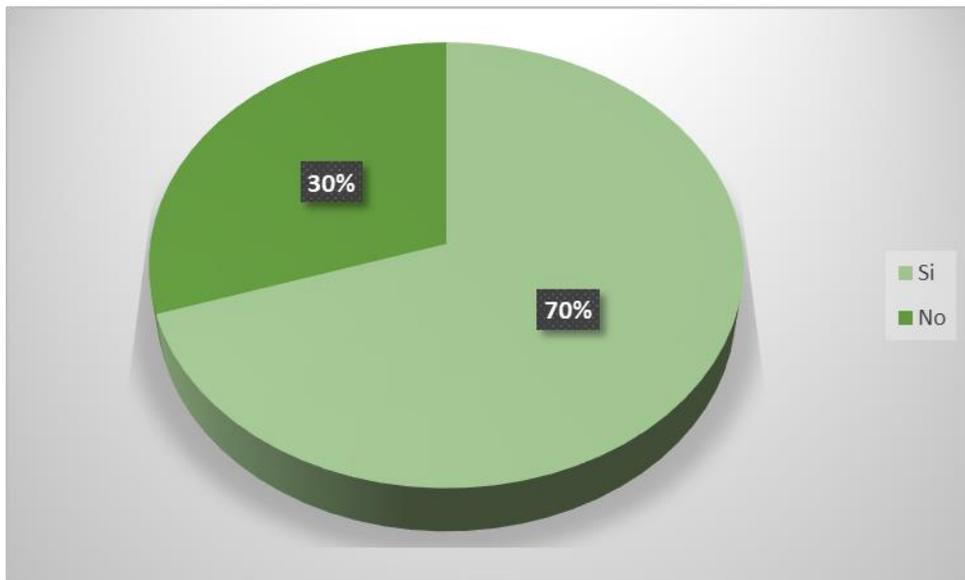
**14. El sistema financiero ayuda al desarrollo comercial – empresarial**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec.</b>	<b>%</b>
No	3	30%
Si	7	70%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado. **Elaboración:** propia

De los empresarios encuestados el 30% manifiesta que el sistema financiero no ayuda al desarrollo comercial, mientras que el 70% de los empresarios encuestados indica que el sistema financiero si ayuda al desarrollo comercial empresarial.

**Grafico N° 14**



**Grafico 14:** Representación porcentual el sistema financiero ayuda al desarrollo comercial.

**Fuente:** Tabla 14. **Elaboración:** propia

**Tabla N° 15**

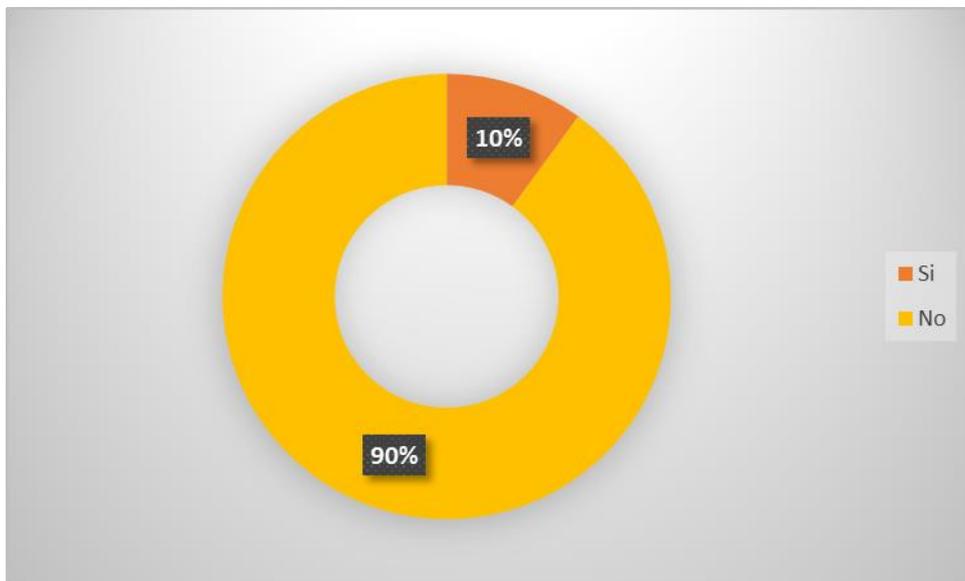
**15. En su política empresarial es habitual la conducta de tomar crédito**

Alternativas	Frec.	%
No	9	90%
Si	1	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado. **Elaboración:** propia

De los empresarios encuestados el 90% indica que en su política empresarial no es habitual tomar crédito, mientras que el 10% de los empresarios encuestados manifestaron que para ellos si es una conducta habitual tomar crédito.

**Grafico N° 15**



**Figura 15:** Representación porcentual de la política empresarial sobre la conducta de tomar crédito.

**Fuente:** Tabla 15. **Elaboración:** propia

**Tabla N° 16**

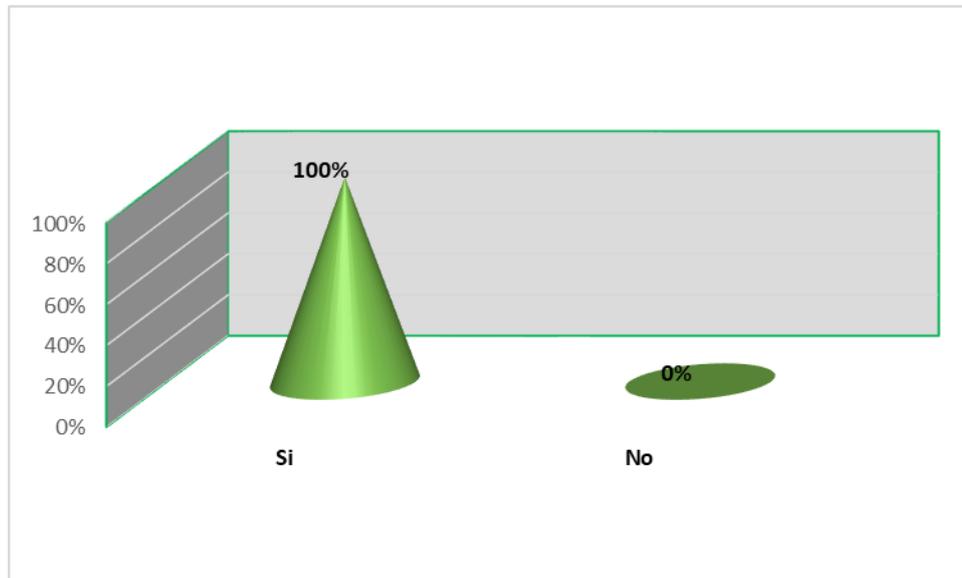
**16. Alternativas de financiamiento que ofrece el sistema financiero peruano**

Alternativas	Frec.	%
Si	10	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado.      **Elaboración:** propia

Se observa que de los empresarios encuestados el 100% manifiestan que si conocen las alternativas de financiamiento que ofrece el sistema financiero peruano.

**Grafico N° 16**



**Grafico 16:** Representación porcentual de alternativas de financiamiento que ofrece el sistema financiero peruano.

**Fuente:** Tabla 16. **Elaboración:** propia

**Tabla 17**

**17. Necesidad de solicitar crédito**

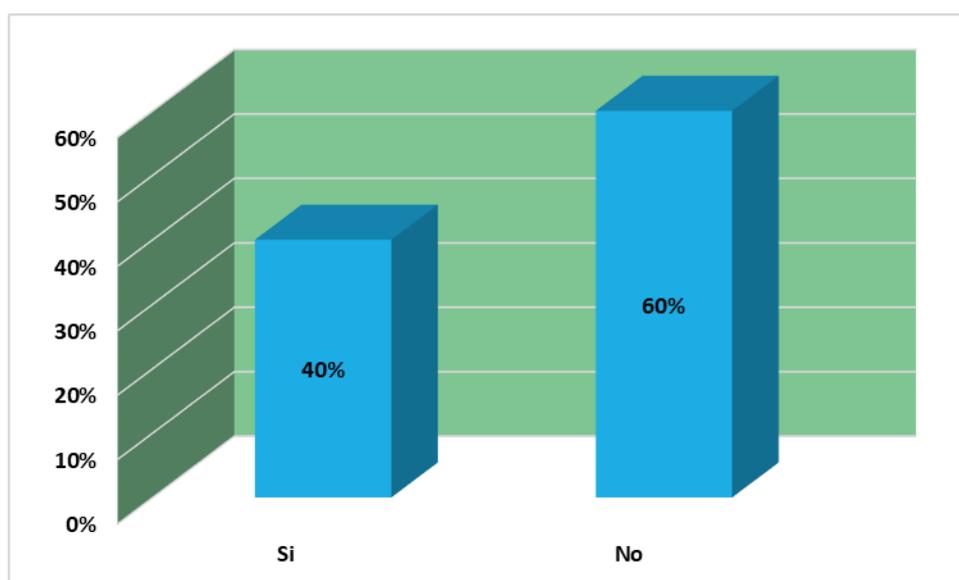
<b>Alternativas</b>	<b>Frec.</b>	<b>%</b>
No	6	60%
Si	4	40%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado.

**Elaboración:** propia

De los empresarios encuestados el 60% indica que no hay necesidad de solicitar crédito para su empresa, mientras que el 40% de los empresarios manifiesta que si existe la necesidad de solicitar crédito para su empresa.

**Gráfico 17**



**Gráfico 17:** Representación porcentual sobre la necesidad de solicitar crédito para su empresa.

**Fuente:** Tabla 17. **Elaboración:** propia

**Tabla N° 18**

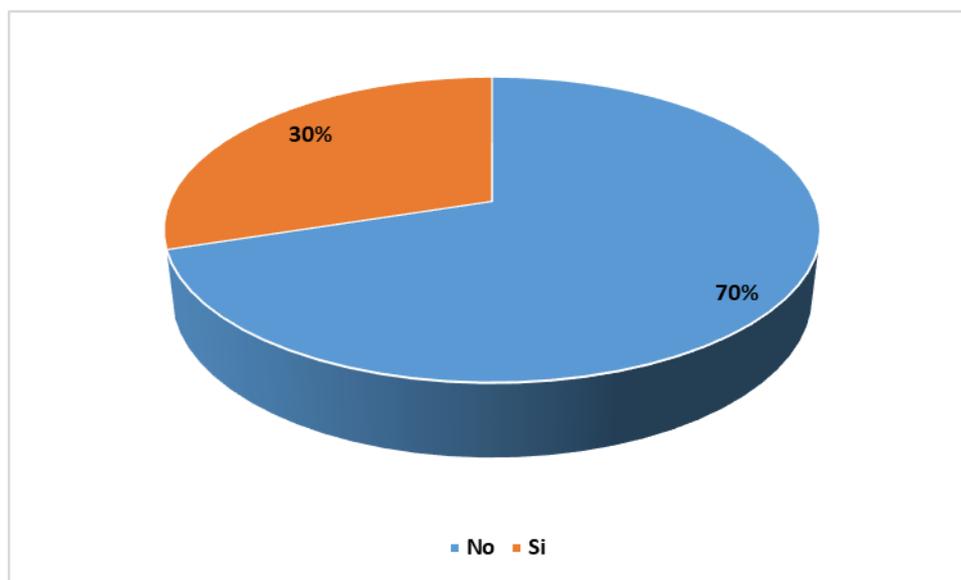
**18. Dificultades para abastecerse de mercadería por falta de dinero**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec.</b>	<b>%</b>
No	7	70%
Si	3	30%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado.      **Elaboración:** propia

De los empresarios encuestados el 70% no tiene dificultad para abastecerse de mercadería por falta de dinero, mientras tanto el 30% de los empresarios encuestados si tiene dificultad para abastecerse de mercadería por falta de dinero.

**Grafico N° 18**



**Grafico 18:** Representación porcentual de las dificultades para abastecerse de mercadería por falta de dinero.

**Fuente:** Tabla 18. **Elaboración:** propia

**Tabla N° 19**

**19. Cuenta con financiamiento para su negocio**

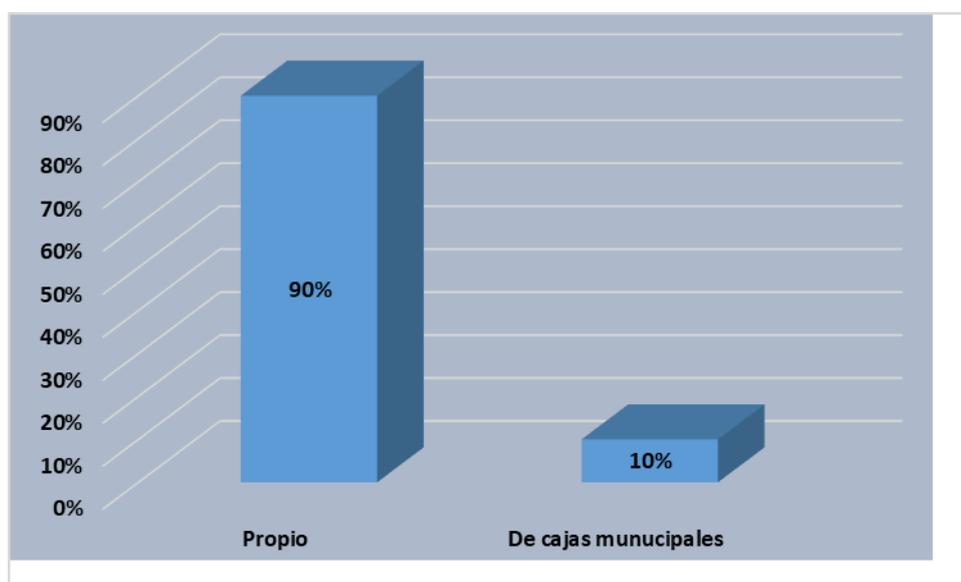
<b>Alternativas</b>	<b>Frec.</b>	<b>%</b>
Propio	9	90%
Del sector informal	0	0%
De cajas municipales	1	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado

**Elaboración:** propia

De los empresarios que se les aplico la encuesta el 90% manifiesta que cuenta con financiamiento propio, mientras que el 10% cuenta con financiamiento de cajas municipales.

**Grafico N° 19**



**Grafico 19:** Representación porcentual del financiamiento para su negocio.

**Fuente:** Tabla 19. **Elaboración:** propia

**Tabla N° 20**

**20. Utilizo tarjeta de crédito**

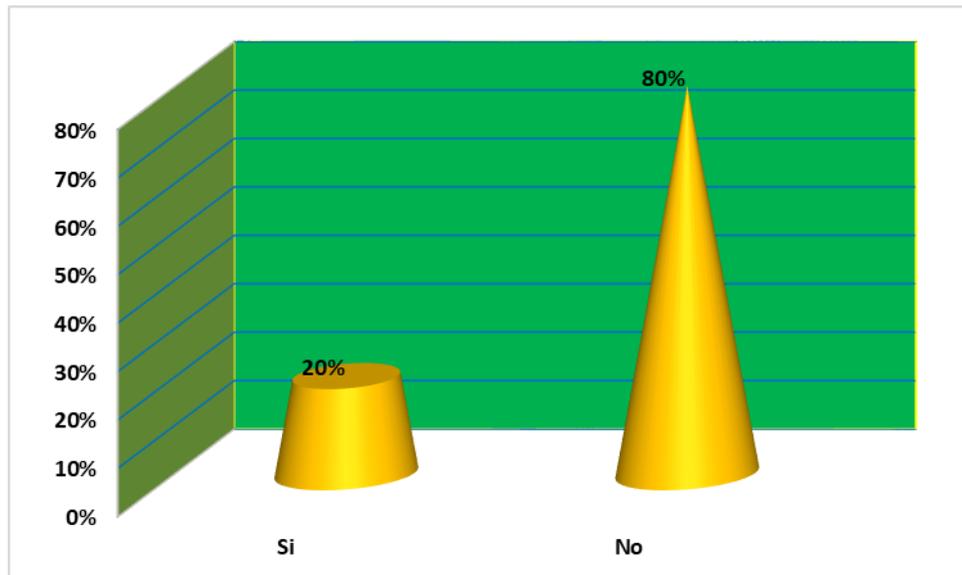
<b>Alternativas</b>	<b>Frec.</b>	<b>%</b>
No	8	80%
Si	2	20%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado.

**Elaboración:** propia

Del total de los empresarios encuestados el 80% no utilizo ninguna tarjeta de crédito, mientras que el 20% de los empresarios encuestados manifiesta que, si utilizo tarjetas de crédito.

**Grafico N° 20**



**Grafico 20:** Según grafico porcentual sobre utilización de tarjetas de crédito.

**Fuente:** Tabla 20. **Elaboración:** propia

**Tabla N° 21**

**21. Cuenta con línea de crédito**

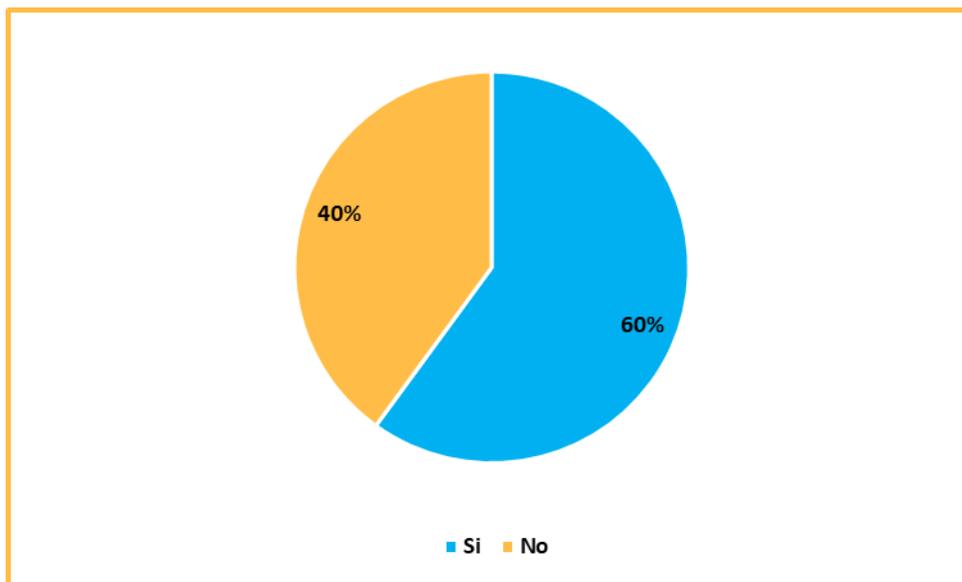
<b>Alternativas</b>	<b>Frec.</b>	<b>%</b>
No	4	40%
Si	6	60%
Total	10	100%

**Fuente:** cuestionario aplicado.

**Elaboración:** propia

De los empresarios encuestados el 40% no cuenta con línea de crédito, mientras tanto el 60% de los empresarios encuestados si cuenta con una línea de crédito.

**Grafico N° 21**



**Grafico 21:** Según grafico porcentual sobre la línea de crédito de los empresarios.

**Fuente:** Tabla 21. **Elaboración:** propia

**Tabla N° 22**

**22. Historial crediticio positivo**

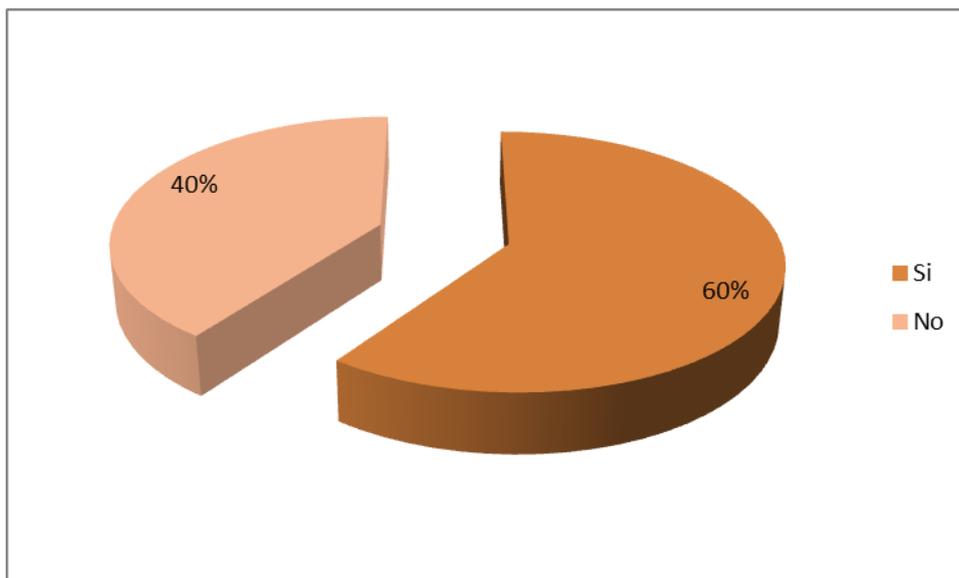
<b>Alternativas</b>	<b>Frec.</b>	<b>%</b>
No	4	40%
Si	6	60%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado.

**Elaboración:** propia

De los empresarios encuestados el 40% no tiene un historial crediticio positivo, mientras que el 60% de los empresarios si cuenta con un historial crediticio positivo.

**Grafico N° 22**



**Grafico 22:** Figura grafica del historial crediticio de los empresarios.

**Fuente:** Tabla 22. **Elaboración:** propia

**Tabla N° 23**

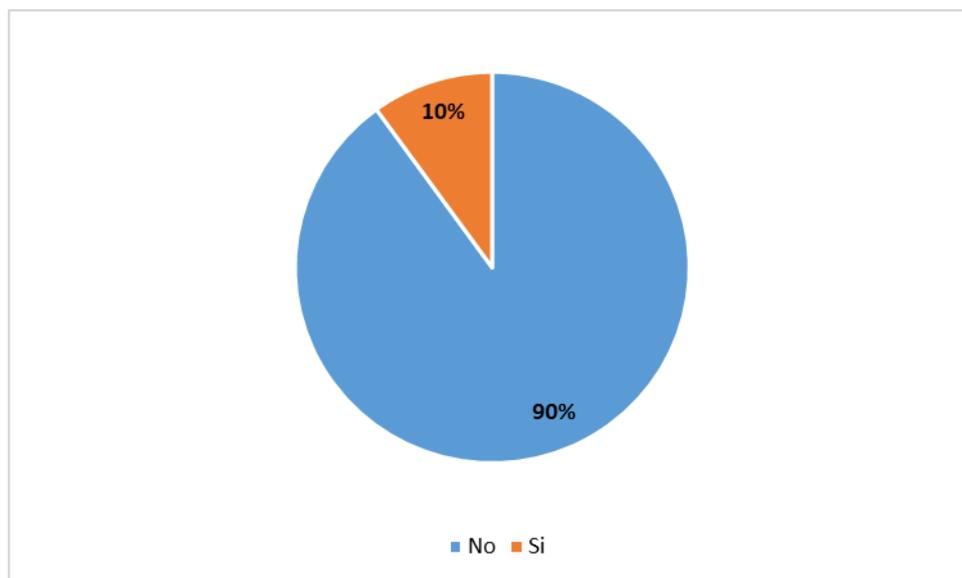
**23. Plan de pago antes de adquirir el crédito**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec.</b>	<b>%</b>
No	9	90%
Si	1	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado. **Elaboración:** propia

Del total de los empresarios encuestados el 90% no realiza ningún plan de pagos, mientras que el 10% de los empresarios encuestados nos indica que si realiza un plan de pagos antes de adquirir el un crédito.

**Grafico N° 23**



**Grafico 23:** Representación porcentual del plan de pagos antes de adquirir el crédito.

**Fuente:** Tabla 23. **Elaboración:** propia

**Tabla N° 24**

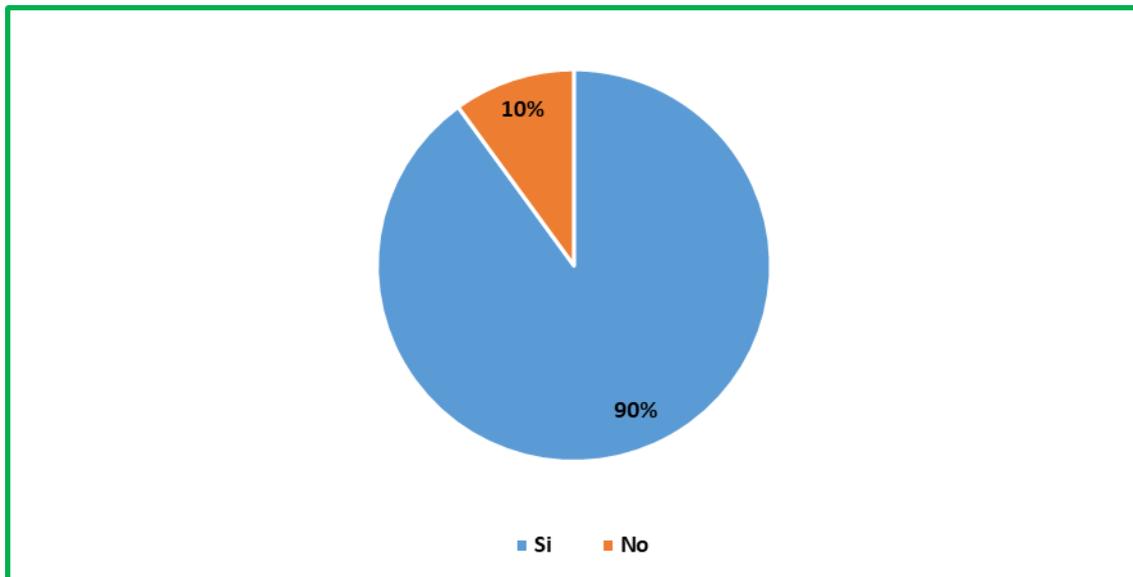
**24. Liquidez necesaria para afrontar el pago**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec.</b>	<b>%</b>
No	1	10%
Si	9	90%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado. **Elaboración:** propia

De los empresarios encuestados el 10% no cuenta con liquidez para afrontar sus pagos, mientras que el 90% de los empresarios encuestados si cuenta con liquidez necesaria para afrontar sus pagos.

**Grafico N° 24**



**Grafico 24:** Según grafico porcentual de la liquidez necesaria para afrontar sus pagos.

**Fuente:** Tabla 24. **Elaboración:** propia

**Tabla 25**

**25. Monto del crédito otorgado.**

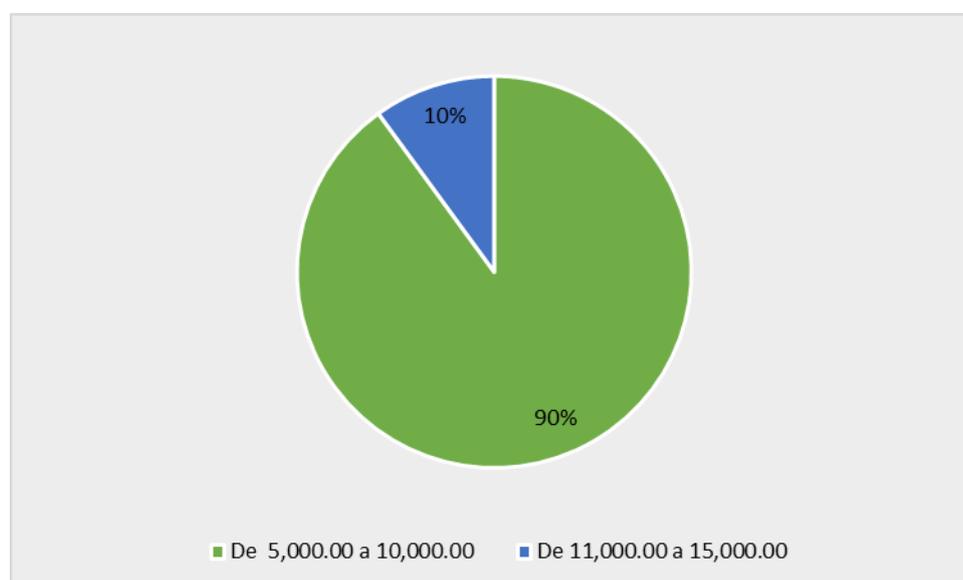
<b>Alternativas</b>	<b>Frec.</b>	<b>%</b>
De 5,000.00 a 10,000.00	9	90%
De 11,000.00 a 15,000.00	1	10%
De 16,000.00 a 20,000.00	0	0%
Mayor a 20,000.00	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado.

**Elaboración:** propia

Del total de los empresarios encuestados el 90% indicaron que les otorgaron un crédito de 5,000.00 a 10,000.00, soles, mientras que el 10% de los empresarios les otorgaron un crédito de 11,000.00 a 15,000.00 soles.

**Grafico 25**



**Grafico 25:** Según grafico porcentual del monto del crédito otorgado.

**Fuente:** Tabla 25. **Elaboración:** propia

**Tabla N° 26**

**26. Costo total del préstamo a pagar**

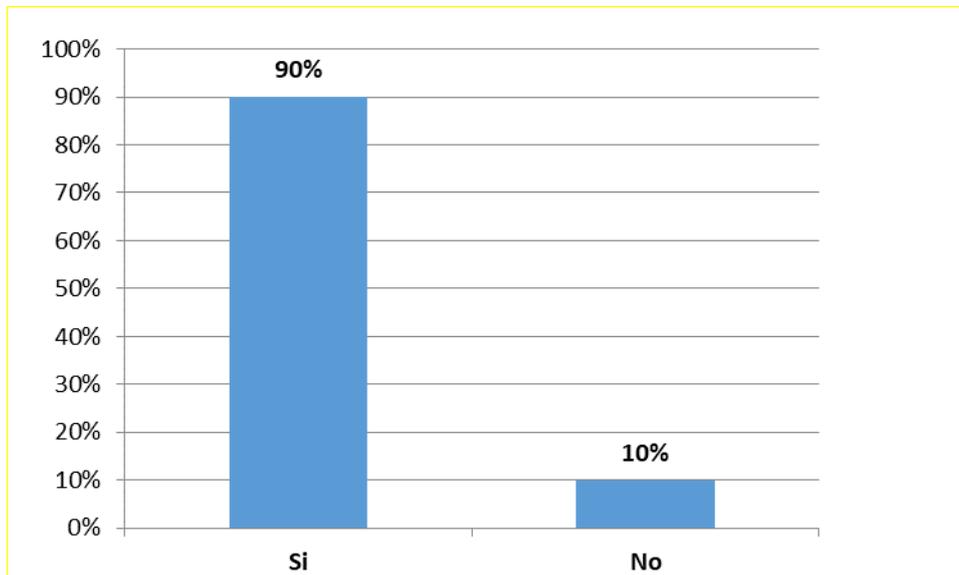
<b>Alternativas</b>	<b>Frec.</b>	<b>%</b>
No	1	10%
Si	9	90%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado.

**Elaboración:** propia

Del total de los empresarios encuestados el 10% no está enterado de cuál es el costo total de la deuda a pagar, mientras que el 90% de los empresarios encuestados si están enterados del monto total de la deuda a pagar.

**Grafico N° 26**



**Grafico 26:** Representación porcentual del costo total del préstamo a pagar.

**Fuente:** Tabla 26. **Elaboración:** propia

**Tabla N° 27**

**27. Tasa de interés que gravo el crédito**

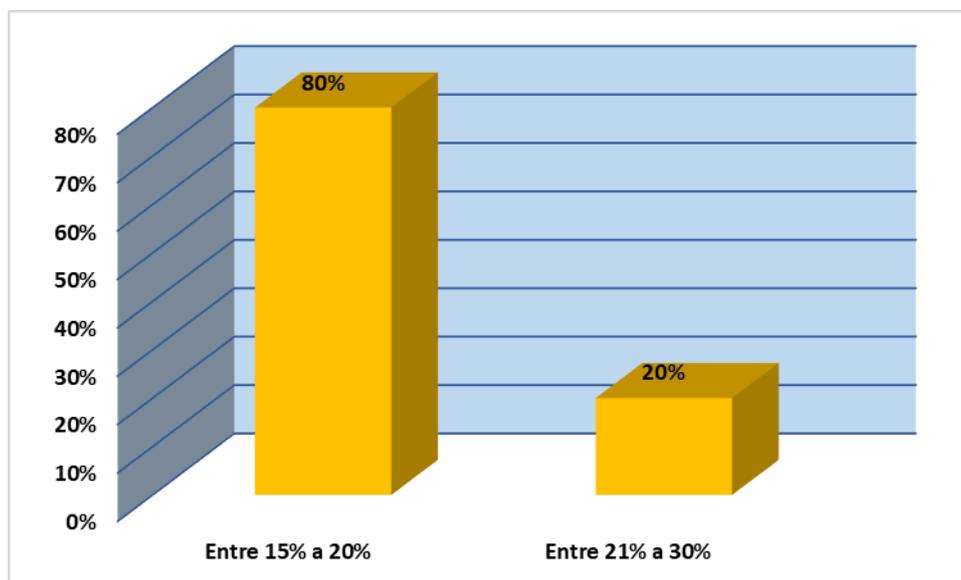
<b>Alternativas</b>	<b>Frec.</b>	<b>%</b>
Entre 15% a 20%	8	80%
Más de 30%	0	0%
Entre 21% a 30%	2	20%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado.

**Elaboración:** propia

De los empresarios encuestados el 80% indicaron que la tasa de interés que gravo su crédito fue entre 15% a 20%, mientras que el 20% de los empresarios manifiesta que la tasa de interés que gravo su crédito fue de 21% a 30%.

**Grafico N° 27**



**Grafico 27:** Representación porcentual de la tasa de interés que gravo el crédito.

**Fuente:** Tabla 27. **Elaboración:** propia

**Tabla N° 28**

**28. Porcentaje del crédito que representa la tasa de interés**

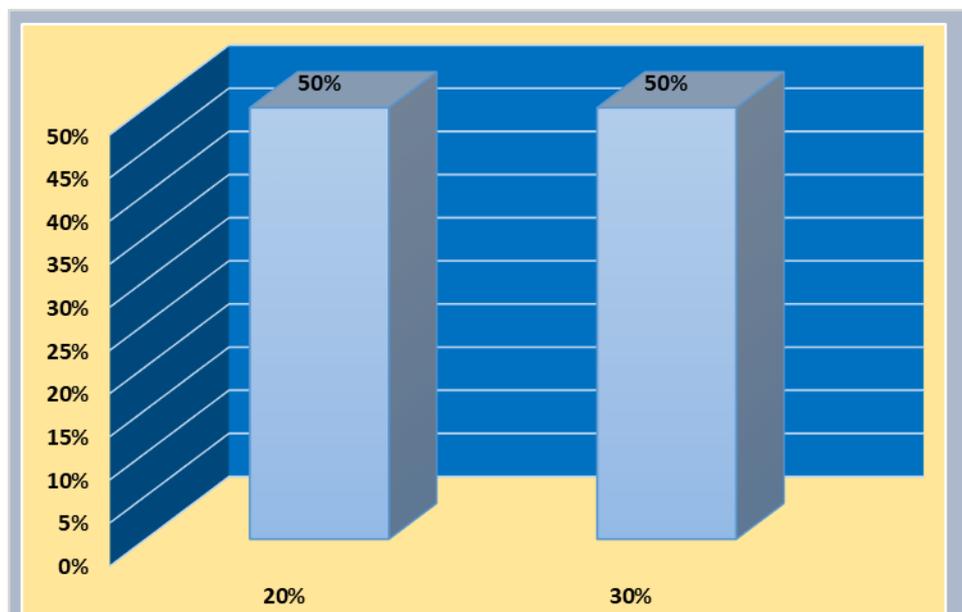
<b>Alternativas</b>	<b>Frec.</b>	<b>%</b>
20%	5	50%
25%	0	0%
30%	5	50%
50%	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado.

**Elaboración:** propia

De los empresarios encuestados el 50% manifestaron que su crédito representa una tasa de interés del 20%, mientras que el 50% de los empresarios manifestaron que su crédito representa una tasa de interés del 30%.

**Grafico N° 28**



**Grafico 28:** Representación porcentual de la tasa de interés que representa el crédito.

**Fuente:** Tabla 28. **Elaboración:** propia

**Tabla N° 29**

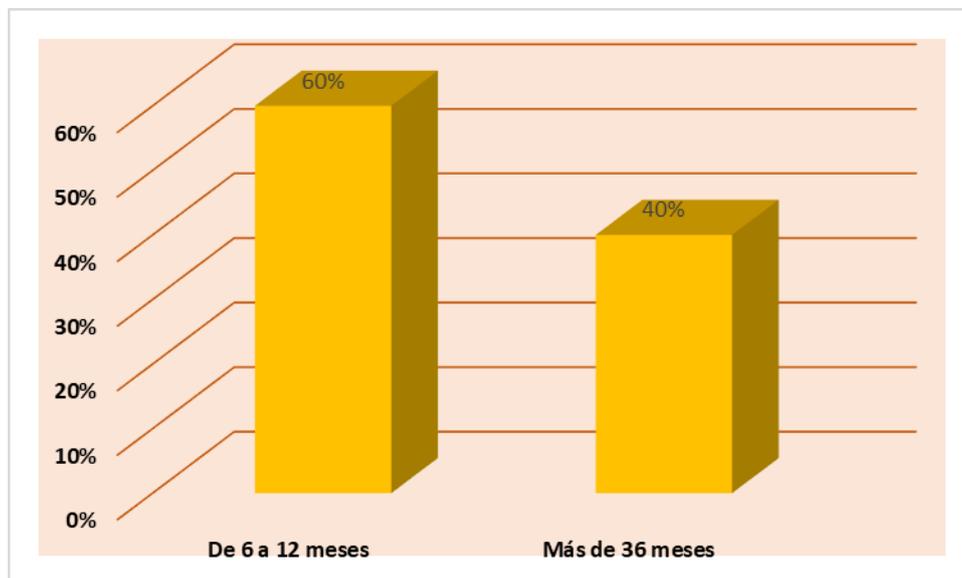
**29. Plazo de devolución del crédito**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec.</b>	<b>%</b>
De 6 a 12 meses	6	60%
24 meses	0	0%
Más de 36 meses	4	40%
36 meses	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado. **Elaboración:** propia

Del total de los empresarios encuestados el 60% solicitaron su préstamo a un plazo de 6 a 12 meses, mientras que el 40% solicitaron su préstamo a un plazo de más de 36 meses.

**Gráfico N° 29**



**Gráfico 29:** Representación porcentual del plazo de devolución del crédito.

**Fuente:** Tabla 29. **Elaboración:** propia

**Tabla N° 30**

**30. Documentos que acreditaron la solvencia económica**

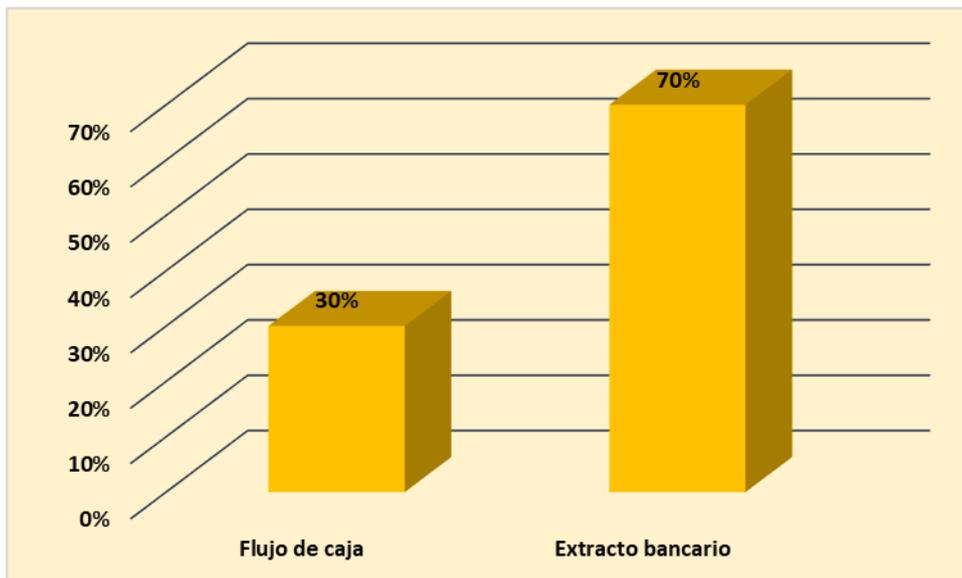
<b>Alternativas</b>	<b>Frec.</b>	<b>%</b>
Flujo de caja	3	30%
Extracto bancario	7	70%
Inventarios	0	0%
EE. FF	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado.

**Elaboración:** propia

Del total de los empresarios encuestados el 30% manifestaron que acreditaron su crédito con el flujo de caja, mientras que el 70% de los empresarios acreditaron su crédito con los extractos bancarios.

**Grafico N° 30**



**Grafico 30:** Según grafico porcentual de los documentos que acreditaron la solvencia económica.

**Fuente:** Tabla 30. **Elaboración:** propia

**Tabla N° 31**

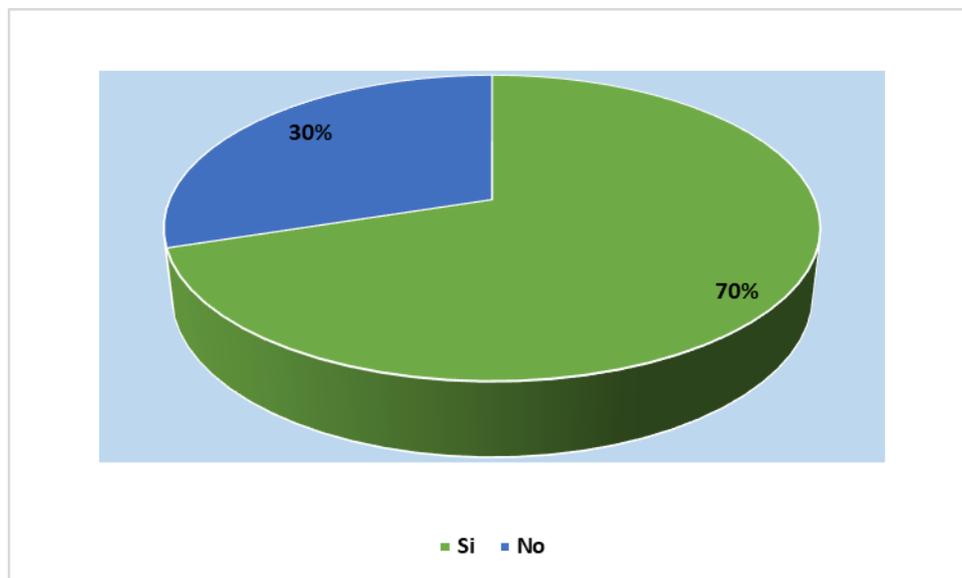
**31. Garantía para respaldar al financiamiento obtenido**

Alternativas	Frec.	%
No	3	30%
Si	7	70%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado. **Elaboración:** propia

Del total de los empresarios encuestados el 30% no utilizo ningún tipo de garantía, mientras que el 70% de los empresarios encuestados si utilizo garantías para respaldar el financiamiento obtenido.

**Gráfico N° 31**



**Gráfico 31:** Representación porcentual de tipo de garantía para respaldar el financiamiento obtenido.

**Fuente:** Tabla 31. **Elaboración:** propia

**Tabla N° 32**

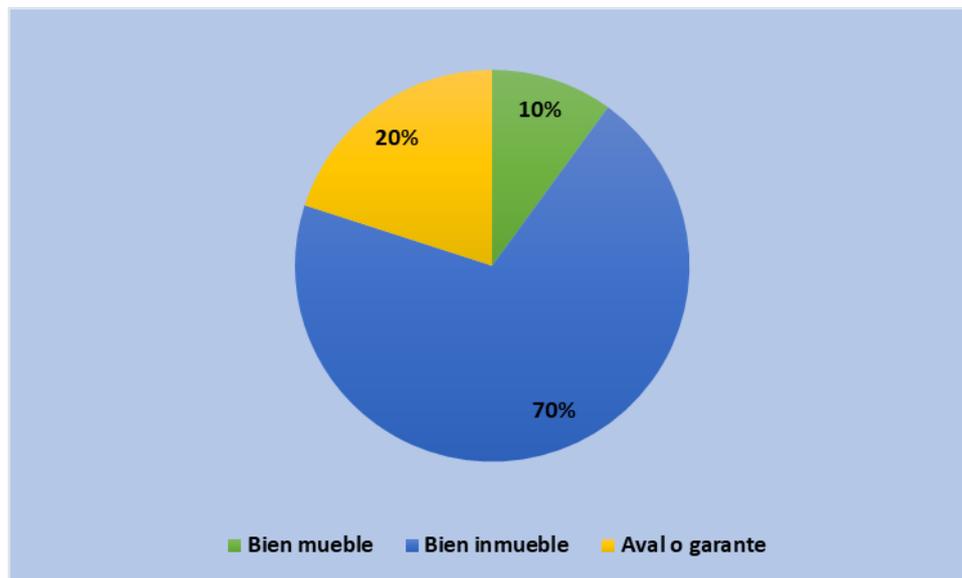
**32. Garantía que respaldo el crédito**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec.</b>	<b>%</b>
Bien mueble	1	10%
Bien inmueble	7	70%
Aval o garante	2	20%
Prendas (joyas)	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado. **Elaboración:** propia

El 10% de los empresarios encuestados utilizo como garantía su bien mueble para respaldar el crédito, mientras que el 70% utilizo como garantía su bien inmueble y el 20% de los empresarios utilizo como garantía un aval o garante.

**Grafico N° 32**



**Grafico 32:** Representación porcentual de la garantía que respaldo el crédito.

**Fuente:** Tabla 32. **Elaboración:** propia

**Tabla N° 33**

**33. Registro en las centrales de riesgo**

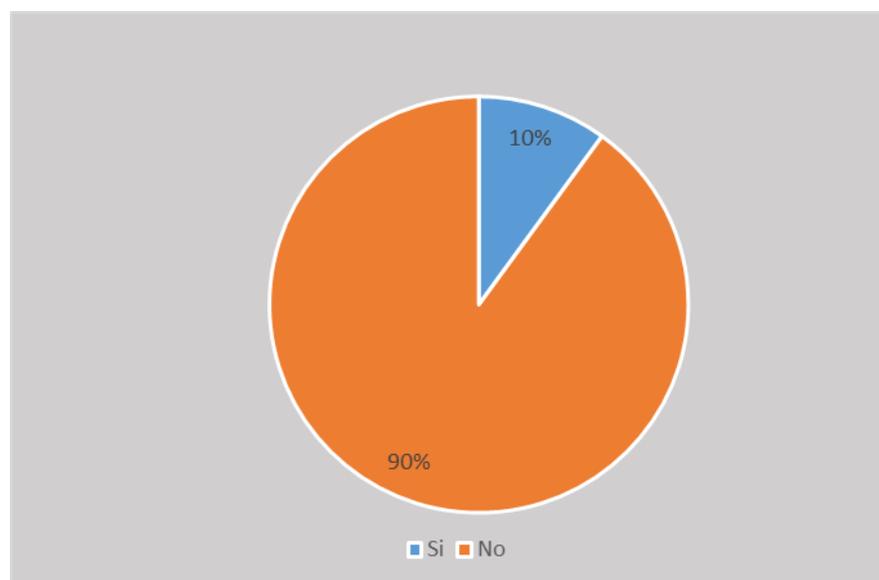
<b>Alternativas</b>	<b>Frec.</b>	<b>%</b>
No	9	90%
Si	1	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado.

**Elaboración:** propia

De los empresarios encuestados el 90% manifestaron que no se encuentran registrados en las centrales de riesgo, mientras que el 10% de los empresarios encuestados si se encuentran registrados en las centrales de riesgo.

**Grafico N° 33**



**Grafico 33:** Según grafico porcentual de registro en las centrales de riesgo.

**Fuente:** Tabla 33. **Elaboración:** propia

**Tabla N° 34**

**34. Ventajas de pagar puntual**

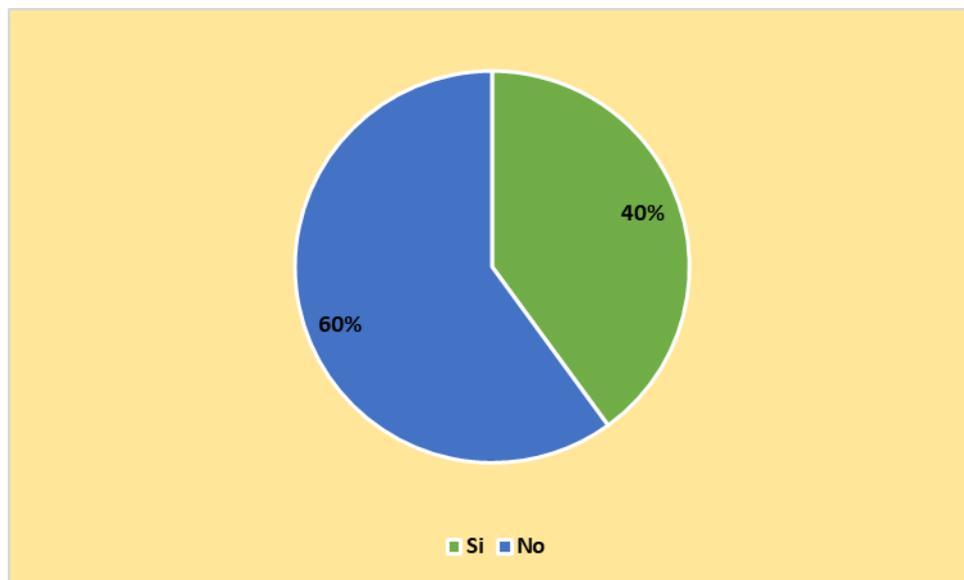
<b>Alternativas</b>	<b>Frec.</b>	<b>%</b>
No	6	60%
Si	4	40%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado.

**Elaboración:** propia

Del total de los empresarios encuestados el 60% no conocen las ventajas de pagar puntual, mientras que el 40% de los empresarios encuestados manifiestan que si conocen las ventajas de pagar puntual.

**Grafico N° 34**



**Grafico 34:** Figura grafica de las ventajas de pagar puntual.

**Fuente:** Tabla 34. **Elaboración:** propia

**Tabla N° 35**

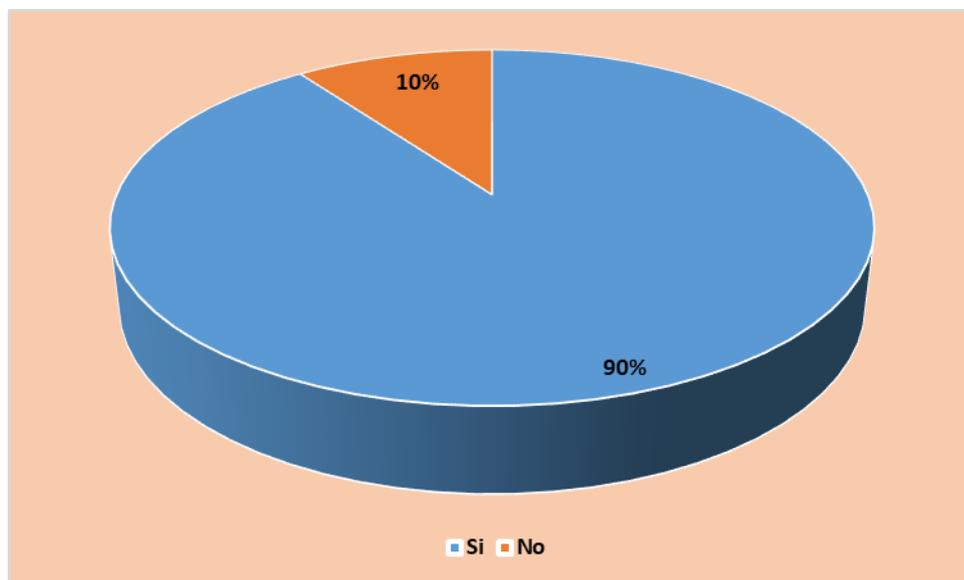
**35. Tiene planificado en qué utilizará el crédito**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec.</b>	<b>%</b>
No	1	10%
Si	9	90%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado. **Elaboración:** propia

Del total de los empresarios encuestados el 10% no tiene planificado en que utilizara su crédito, mientras que el 90% de los empresarios encuestados si tiene planificado en que utilizara el crédito obtenido.

**Grafico N° 35**



**Grafico 35:** Según grafico porcentual sobre la planificación del crédito obtenido.

**Fuente:** Tabla 35. **Elaboración:** propia

**Tabla N° 36**

**36. Lo utilizará en:**

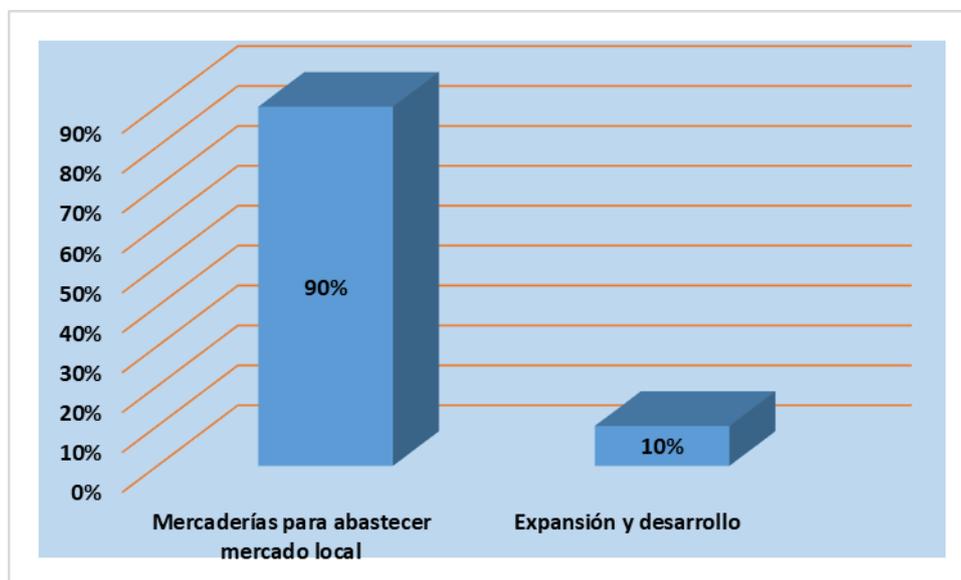
<b>Alternativas</b>	<b>Frec.</b>	<b>%</b>
Mercaderías para abastecer mercado local	9	90%
Expansión y desarrollo	1	10%
Exportación	0	0%
Compra de activos para el negocio	0	0%
Pago a proveedores	0	0%
Ampliación y/o modernización de local	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado.

**Elaboración:** propia

De los empresarios encuestados el 90% utilizarán sus créditos obtenidos en compra de mercadería, mientras que el 10% de los empresarios utilizarán sus créditos para expandirse en el mercado.

**Grafico N° 36**



**Grafico 36:** Representación porcentual en que utilizará el crédito.

**Fuente:** Tabla 36. **Elaboración:** propia

**Tabla N° 37**

**37. Factores que limitan la obtención de financiamiento**

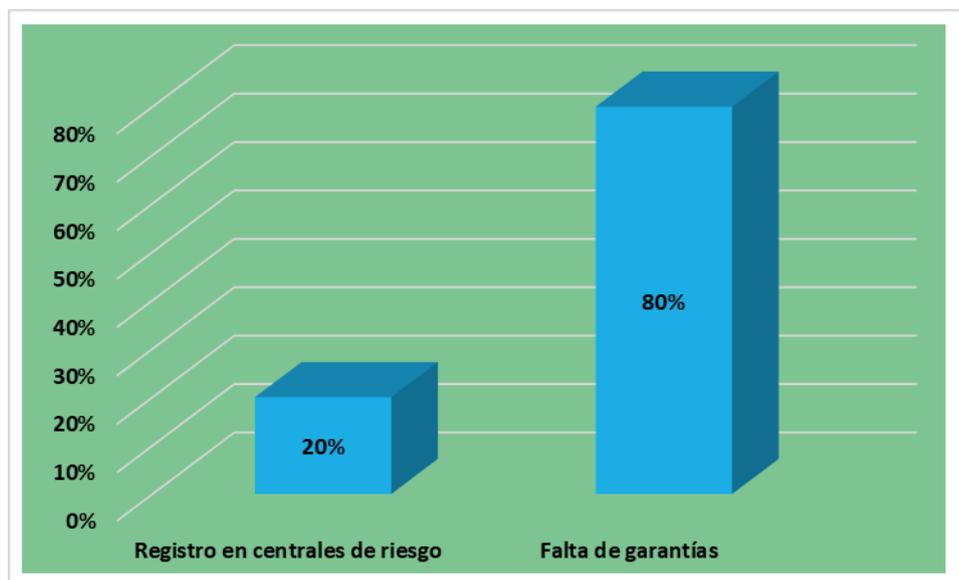
<b>Alternativas</b>	<b>Frec.</b>	<b>%</b>
Problemas de liquidez	0	0%
Informalidad	0	0%
Registro en centrales de riesgo	2	20%
Falta de garantías	8	80%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado.

**Elaboración:** propia

El 20% de los empresarios encuestados indica que el factor que limita la obtención de financiamiento es estar registrado en las centrales de riesgo, mientras que el 80% de los empresarios manifiesta que el factor que limita la obtención de financiamiento es por falta de garantías.

**Gráfico N° 37**



**Gráfico 37:** Representación porcentual en factores que limitan la obtención de financiamiento.

**Fuente:** Tabla 37. **Elaboración:** propia

**Tabla N° 38**

**38. El financiamiento ayuda al cumplimiento de sus objetivos empresariales**

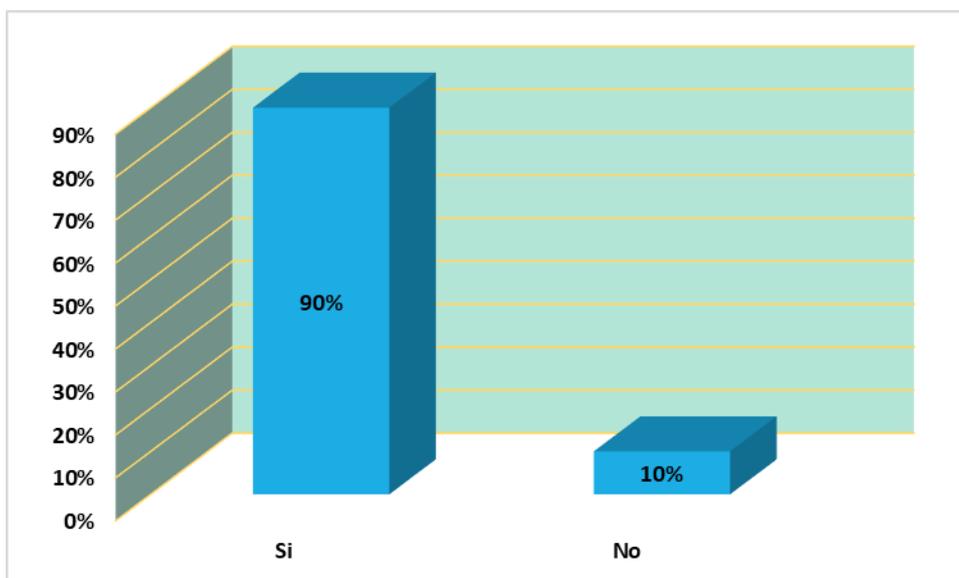
<b>Alternativas</b>	<b>Frec.</b>	<b>%</b>
No	1	10%
Si	9	90%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado.

**Elaboración:** propia

Del total de los empresarios encuestados el 10% indicaron que el financiamiento no ayuda a lograr sus objetivos empresariales, mientras que el 90% de los empresarios encuestados manifestaron que el financiamiento si ayuda al cumplimiento de sus objetivos empresariales.

**Grafico N° 38**



**Grafico 38:** Representación porcentual el financiamiento ayuda al cumplimiento de sus objetivos empresariales.

**Fuente:** Tabla 38. **Elaboración:** propia

**Tabla N° 39**

**39. El financiamiento es una herramienta importante en el mundo empresarial**

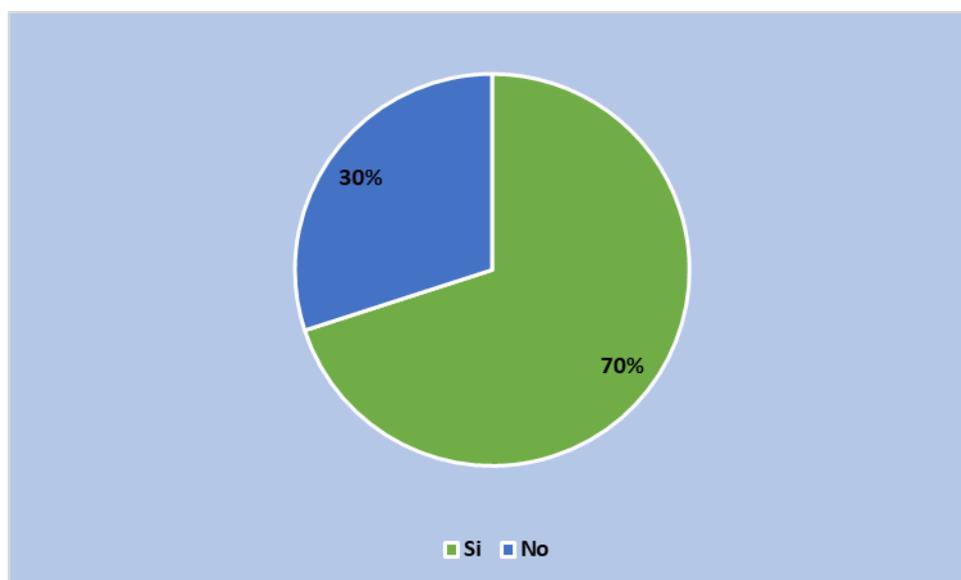
<b>Alternativas</b>	<b>Frec.</b>	<b>%</b>
No	3	30%
Si	7	70%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado.

**Elaboración:** propia

Del total de los empresarios encuestados el 30% manifestaron que el financiamiento no es una herramienta importante en el mundo empresarial, mientras que el 70% de los empresarios indicaron que el financiamiento si es una herramienta importante en el mundo empresarial.

**Grafico N° 39**



**Grafico 39:** Representación porcentual el financiamiento es una herramienta importante en el mundo empresarial.

**Fuente:** Tabla 39. **Elaboración:** propia

**Tabla N° 40**

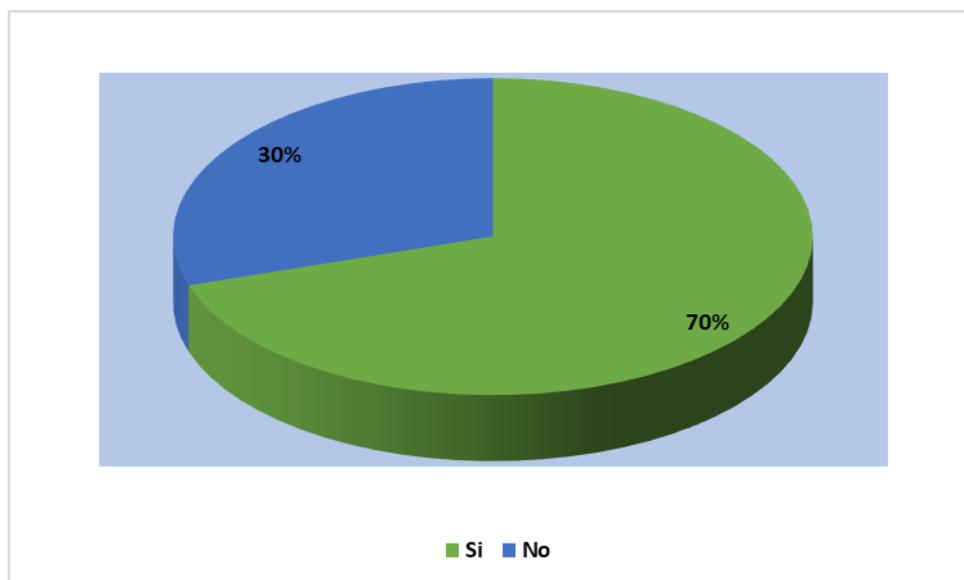
**40. Volvería a solicitar financiamiento para su negocio**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec.</b>	<b>%</b>
No	3	30%
Si	7	70%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** cuestionario aplicado.    **Elaboración:** propia

Del total de los empresarios encuestados el 30% indicaron que no volverían a solicitar financiamiento para su negocio, mientras que 70% de los empresarios encuestados manifestaron que si volvería a solicitar financiamiento para su negocio.

**Grafico N° 40**



**Grafico 40:** Representación porcentual volvería a solicitar financiamiento para su negocio.

**Fuente:** Tabla 40. **Elaboración:** propia

## **5.2. Análisis de resultados**

### **5.2.1. Objetivo específico 1**

1. Del total de los comerciantes encuestados el 40% manifestaron que son propietarios de las empresas, mientras tanto el 60% ocupan el cargo de representantes legales y el 60% tiene entre 26 – 30 años de edad, mientras tanto que el 40% tiene entre 31 – 50 años de “edad.
2. Del cuestionario aplicado el 40% de los comerciantes si tiene experiencia en el sector comercial, mientras que el 60% no cuenta con experiencia en el sector comercial / de servicios, El 60% tiene como grado de educación primaria, mientras tanto el 40% tiene como grado de instrucción secundaria.
3. Que el 60% de los propietarios encuestados son mujeres, esto debido a que mayormente las mujeres son las que se quedan en el hogar y entonces aprovechan para emprender un negocio y así ayudar a solventar los gastos en la familia, mientras que el 40% de los propietarios son de sexo masculino.

### **5.2.2. Objetivo específico 2**

1. De la encuesta aplicada a las empresas de la provincia de Huancabamba el 60% manifiesta que tienen más de tres años de constituidas, el 10% dos años y el 10% tres años, mientras tanto el 20% tienen más de un año de antigüedad.

2. El 90% de las empresas se encuentran acogidas al Nuevo Régimen Único Simplificado – Nuevo Rus, como personas naturales con negocio, mientras tanto el 10% se encuentran acogidas al Régimen especial de Renta.
3. Del total de las empresas encuestadas el 90% tiene un trabajador, mientras que el 10% tiene entre 2 a “4 trabajadores laborando en su empresa.
4. De la encuesta aplicada a las empresas el 10% manifestaron que su objetivo es dar empleo a la comunidad, el 40% dar empleo a la familia, mientras tanto el 50% de las empresas su objetivo es obtener ganancias.
5. De la encuesta realizada a las empresas de la ciudad de Huancabamba el 40% lleva contabilidad y el 50% no lleva contabilidad, mientras que el 10% no está obligada a llevar contabilidad.

### **5.2.3. Objetivo específico 3**

1. El 90% de los empresarios encuestados no pertenece a una asociación o grupo comercial, esto se debe a que son bodegas pequeñas, por lo tanto, la mayoría de los propietarios son informales, por ello su principal desafío es asociarse con comerciantes para poder tener acceso a alguna línea de crédito, ya

que el sistema financiero si ayuda al desarrollo comercial. Este dato refleja la preocupante situación del microempresario en Huancabamba que al ser informales no gozan de los beneficios de un mejor acceso en las condiciones de crédito lo cual dificulta el crecimiento y desarrollo de sus operaciones comerciales independientemente del rubro en el cual se desenvuelva.

2. Los microempresarios indican que para ellos no es habitual solicitar créditos ya que el 90% de las empresas trabajan con financiamiento propio es decir no tiene ningún préstamo con entidades financieras, pues la mayoría de las empresas no trabaja con financiamiento, esto debido a que tienen temor de no poder pagar sus cuotas mensuales y porque desconocen las alternativas de financiamiento que ofrece el sistema financiero peruano. Mientras que el 10% si trabajan con entidades financieras. Este punto es clara consecuencia del alto grado de informalidad que nos lo hace sujetos de crédito perdiendo con ello los beneficios propios de las empresas formales como es el acceso al crédito en mejores condiciones tanto en tasas, plazos y colaterales en donde también manifiestan que la mayoría de los propietarios utilizara su crédito para abastecerse de mercadería, es decir el destino de los microcréditos es básicamente orientado al capital de trabajo.

3. El 70% de los empresarios encuestados manifiestan que el sistema financiero si ayuda al desarrollo comercial porque facilita poder obtener algún crédito y poderlo pagar en cuotas, es decir, la mayoría de microempresarios son conscientes de la importancia del crédito para el crecimiento de sus negocios, lo cual redundando en una mayor competitividad y rentabilidad de su unidad empresarial. La mayoría de los empresarios tiene dificultad para abastecerse de mercadería, aparte que la gran mayoría de microempresarios al ser informales no son sujetos de crédito del sistema financiero. Los empresarios no utilizan tarjetas de crédito porque los intereses son muy elevados lo cual desincentiva el uso intensivo del mismo. El 60% de los microempresarios si cuenta con línea de crédito porque tiene un historial crediticio positivo en las entidades financieras y no están registrados en las centrales de riesgo, lo cual indica un buen comportamiento de pago al asumir responsablemente sus obligaciones crediticias.
  
4. El 90% de los contribuyentes que solicitaron créditos le otorgaron prestamos de S/ 5,000.00 a S/ 10,000.00, con una tasa de interés entre el 15% a 20% anual a un plazo de 6 a 12 meses, esto se debe a que son empresas pequeñas y no serían rentables para solicitar créditos mayores, indicando con ello un conocimiento definido del segmento empresarial al cual se enfoca y un conocimiento innato del negocio que lo hace sopesar calculadamente los riesgos financieros de las diferentes alternativas de financiamiento

presentes en el mercado. La mayoría de los microempresarios utilizan como garantía su bien inmueble porque la mayoría de los empresarios tienen sus tiendas en sus mismos inmuebles y en la mayoría de los casos es lo único que tienen como garantía. Este punto es crucial porque al contar con colaterales como es la presentación de garantías mobiliarias los convierte en atractivos clientes para los proveedores de servicios financieros.

## **VI. CONCLUSIONES**

**Del cuestionario aplicado se ha podido obtener las siguientes conclusiones:**

### **6.1. Objetivo específico 1**

**6.1.1.** El 60% de los propietarios encuestados son mujeres, originando una mejor distribución del gasto debido a que la mujer se preocuparía más del bienestar familiar el 60% de los encuetados estudio primaria, lo cual ayudaría a un mejor conocimiento del nivel de cultura financiera y comprensión de los procesos crediticios del microempresario y del nivel de conocimiento de los propietarios el 60% no conoce mucho del comercio.

### **6.2. Objetivo específico 2**

**6.2.1.** Del total de los empresarios encuestados el 60% tiene más de tres años de constituidas. Esto quiere decir que la mayoría de las empresas tienen más de tres años de antigüedad lo que refleja un alto grado de conocimiento del mercado al cual se dirige. Donde el 90% de las empresas tiene un trabajador, lo cual refleja el tamaño empresarial del negocio que se centra en organizaciones pequeñas que las hace más funcionales ante los cambios estructurales del mercado.

**6.2.2.** El 90% de las empresas se encuentran acogidas al Nuevo Régimen Único Simplificado – Nuevo Rus, como personas naturales con negocio, mientras tanto el 10% se encuentran acogidas al Régimen especial de Renta.

### **6.3. Objetivo específico 3**

- 6.3.1.** Del cuestionario aplicado a los empresarios de la Provincia de Huancabamba el 70% son informales, lo cual condiciona claramente sus fuentes de financiamiento al quedar expuestos al sistema no formal de financiamiento que no exige requisitos adicionales pero que cobra tasas de interés mucho más elevadas.
- 6.3.2.** De los comerciantes encuestados el 80% manifiesta que su principal desafío es asociarse. El primer paso en el sector microempresarial es la supervivencia para dar paso luego a la expansión comercial que individualmente se hace difícil debiendo recurrir a la asociatividad empresarial lo cual los convierte en una fuerza económica mayor consiguiendo mayores mercados y mejores condiciones de financiamiento generando competitividad y eficiencia empresarial.
- 6.3.3.** Del total de los comerciantes encuestados el 70% de los empresarios indica que el sistema financiero si ayuda al desarrollo comercial empresarial. Es decir, el microempresario es consciente de la importancia del crédito formal ya que provee de recursos financieros que ayudan a hacer crecer el negocio a través del capital de trabajo para la compra de mercaderías que es el destino mayoritario de los microcréditos en la provincia de Huancabamba.
- 6.3.4.** El 90% de los empresarios encuestados indican que en su política empresarial no es habitual solicitar créditos. Este dato se relaciona con

el hecho que al ser informales mayoritariamente, como hemos visto en apartados anteriores, los limita de acceder al sistema crediticio formal quedando expuestos y desprotegidos frente al sistema informal de financiamiento que aplica tasas de interés muy superiores que el sistema formal, debido básicamente al factor riesgo unido al hecho que sus sistemas de control cercanos al cliente generan mayores costos operativos lo cual incide en el costo del crédito.

**6.3.5.** Del cuestionario aplicado a los empresarios el 70% no tiene dificultad para abastecerse de mercadería, ya que su fuente principal de financiamiento son sus ahorros propios, familiares, amigos o allegados (usureros) y con ingresos del día a día, es decir cuentan con recursos económicos y por ello no necesitan solicitar créditos a las entidades bancarias.

**6.3.6.** En la encuesta aplicada el 80% de los encuestados no utilizan tarjetas de crédito. De tal forma que refleja el hecho que el microempresario de Huancabamba tiene la percepción que el costo financiero de las tarjetas de crédito es elevado hecho que limita el uso intensivo de esta línea de financiamiento.

## **ASPECTOS COMPLEMENTARIOS**

### **Recomendaciones:**

#### **Objetivo específico 1**

1. Se recomienda a los empresarios asistir a las charlas de capacitación que brinda el sistema financiero nacional y coordinar con la Municipalidad de Huancabamba la realización de charlas de divulgación con los organismos respectivos y así mismo se sugiere a los comerciantes se inscriban en algún curso de financiamiento y/o buscar información en internet, de tal forma que puedan capacitarse y estar actualizados.

#### **Objetivo específico 2**

2. Se aconseja estudiar los diversos Regímenes Tributarios porque si recién inicia un negocio le conviene el Régimen Único Simplificado (Nuevo Rus), es el más sencillo ya que solo se pagan cuotas fijas de acuerdo al nivel de ingresos, y no se lleva un sistema de libros contables, asesoría de un profesional como lo es en los demás regímenes, sin embargo si su nivel de ingresos es menor a 1700 UIT le convendría un Régimen Mype Tributario ya que llevan un reducido grupo de libro contables y la cuota de Impuesto a la Renta es bajo, y si sus ingresos fueran mayores a 1 700 UIT anuales tendría que acogerse al Régimen General, aun sabiendo que tiene que llevar contabilidad completa y un juego de libros contables completos.

### **Objetivo específico 3**

1. Se recomienda a los comerciantes informales, realicen los trámites correspondientes para formalizar sus negocios, ya que al formalizarse pueden acceder a una serie de beneficios como, por ejemplo, acceso a créditos bancarios, plazos y tasas más competitivas, así como condiciones financieras más competitivas.
2. Se aconseja a los comerciantes trabajar con financiamiento, esto les permitirá ir creciendo en el sistema financiero ya que un independiente sin historial crediticio puede empezar abriendo una cuenta de ahorros y más adelante acceder a crédito y préstamos. De este modo al contar con un historial crediticio, se convierte en un sujeto de crédito en el sistema financiero. Esto será de gran ayuda si se requiere capital para iniciar un negocio o cualquier otro proyecto.
3. Se sugiere a los empresarios trabajar con tarjetas de crédito, ya que son un medio de pago aplazado y que les permite realizar compras, pago de facturas, retiro de efectivo, teniendo en cuenta que hay algunas entidades financieras que emiten tarjetas de crédito comerciales para empresas sin fines de lucro.
4. Se aconseja que los comerciantes acudan a las entidades financieras con la finalidad de evaluar y/o hacer un comparativo de las tasas de interés, costos, comisiones y seguros que se deriven de las Cajas municipales, Bancos, Cooperativas, así mismo soliciten información de los créditos del tipo capital de trabajo, créditos de consumo que ofrecen los bancos, como por ejemplo el Banco de crédito ya que los bancos son los que ofrecen menos tasa de interés en lo que se refiere a créditos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amadeo, A. (2013).** Determinación del comportamiento de las actividades de financiamiento de las Pequeñas y Medianas Empresas Disponible en: [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/36051/Documento\\_completo\\_.pdf?sequence=3](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/36051/Documento_completo_.pdf?sequence=3)
- Araujo, C. (2011).** Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro abarrotes, del distrito de Callería, período 2009 – 2010. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000025219>
- Aguirre, A. (1992).** Fundamentos de economía y administración de empresas. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/estructura-de-financiamientofundamentos-teoricos-y-conceptuales/>
- Bustamante, C. (2008).** Financiamiento de Mediano y Largo Plazo Empresarial. Disponible en: <file:///C:/Users/User/Downloads/c1fb08in1.pdf>
- Casana, M. (2013).** Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de los micros y pequeñas empresas del sector comercio - rubro abarrotes de Casma 2011-2012. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000027863>
- Cabrera, L. (2015).** Caracterización Del Financiamiento, La Capacitación, Y La Rentabilidad De Las MYPES Del Sector Comercio, Rubro Abarrotes Del Distrito De Nuevo Chimbote, Periodo 2012. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035339>
- Calle, R. (2013).** Caracterización del financiamiento de los micros y pequeñas empresas en el sector comercio – rubro distribuidor de abarrotes en el

distrito de Piura. Periodo 2010 a 2011. Recuperado de:  
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034676>

**Chávez, L. (2014).** Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro compra/venta de abarrotes de san Luis – cañete, 2014. Recuperado de:  
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035481>

**Evans, M. (2014).** Atracón crediticio o la llegada de las tarjetas de crédito a. Latina AMERICA ECONOMIA Disponible en:  
<http://www.americaeconomia.com/analisis-opinion/atracon-crediticio-o-la-llegada-de-las-tarjetas-de-credito-latina>

**Galán, M. (2009).** Las hipótesis en la investigación. Disponible en:  
<http://manuelgalan.blogspot.com/2009/08/las-hipotesis-en-la-investigacion.html>

**González, S. (2014).** LA gestión financiera y el acceso al financiamiento de las MYPES del sector comercio en la ciudad de Bogotá. Disponible en:  
<http://www.bdigital.unal.edu.co/49025/1/Tesis%20La%20Gesti%C3%B3n%20Financiera%20y%20el%20acceso%20a%20Financiamiento%20de%20las%20Pymes%20del%20Sector%20Comercio%20en%20la%20ciudad%20de%20Bogot%C3%A1.pdf>

**Gitman, L. (2007).** Fundamentos de administración financiera. Editorial Harla. México Disponible en: <http://www.eumed.net/ce/2013/resena-principios-administracion-Financiera-lawrence-gitman.html>

**Hernández, D. (2005).** Las fuentes de financiamiento en el mercado y sus efectos Disponible en: <https://www.monografias.com/trabajos86/fuentes-financiamiento-mercado/fuentes-financiamiento-mercado.shtml>

- Knoow, F. (2015).** La importancia del financiamiento en las empresas. Disponible en: <http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/fuente-de-financiamiento/>
- Mayta, M. (2013).** Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad del micro y pequeñas empresas del sector comercio. Rubro abarrotes, del distrito de crucero, provincia de Carabaya departamento de puno. Periodo 2012-2013. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000036308>
- Modigliani y Miller (1958).** Teoría de Modigliani y Miller Disponible en: <http://xn--caribea-9za.eumed.net/wp-content/uploads/palancamiento.pdf>
- Myers y Majluf (1984).** Teoría del Orden jerárquico. POT (Pecking Order Theory). Disponible en: [http://www.uao.edu.co/sites/default/files/revista%20articulo%205\\_0.pdf](http://www.uao.edu.co/sites/default/files/revista%20articulo%205_0.pdf)
- Ore, L. (2015).** La caracterización del financiamiento en el Perú y su incidencia en el control interno de la MYPE comercial en el rubro de abarrotes en la ciudad de San Vicente de Cañete 2014. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000038750>
- Ramos, Y. (2014).** Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad del micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro bodega- compra y venta productos de abarrotes del distrito de Tacna periodo 2012-2013. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000036729>
- Salazar, M. (2015).** Mypes generan un mayor empleo en América Latina. Obtenido de: <http://larepublica.pe/imprensa/economia/702224-mypes-generan-un-mayor-empleo-en-américa-latina>

- Tello, S. (2014).** Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país. Disponible en:  
<http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/LEX/article/view/623/852>
- Valencia, H. (2013).** Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro abarrotes de la ciudad de Talara – la Brea Negritos periodo 2011. Recuperado de:  
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034501>
- Verastegui, R. (2013).** Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad del micro y pequeñas empresas en el sector comercio-rubro distribuidoras de abarrotes en la ciudad de Sullana: periodo 2010-2011. Recuperado de:  
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034514>
- Zúñiga, J. (2015).** Las Pymes y la economía peruana. Obtenido de:  
<http://larepublica.pe/impresa/economia/1409-las-pymes-y-la-economia-peruana>

## ANEXOS

### Anexo 1



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

## FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

### ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

#### CUESTIONARIO

Señor empresario:

Un gusto saludarlo, y al mismo tiempo agradecerle por su apoyo respondiendo a las preguntas del presente cuestionario, el cual me permitirá elaborar mi Informe de Tesis titulada:

### **CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIAL RUBRO VENTA DE ABARROTES EN LA PROVINCIA DE HUANCABAMBA EN EL AÑO 2018**

**Encuestador: Esther Jaramillo Chinchay**

**Fecha: Octubre, 2018**

**INSTRUCCIONES:** Marcar dentro del paréntesis con una X la alternativa correcta (solo una):

#### **I. RESPECTO A LOS DATOS DEL EMPLEADOR**

**1. ¿Cuál es el puesto que ocupa Ud. en la empresa?**

a) Gerente b) Propietario c) Representante legal d) Administrador e) Otro

**2. ¿Cuenta usted con experiencia en el sector comercial / de servicios?**

a) Si b) No c) Un poco

**3. ¿Cuál es el grado de instrucción del propietario?**

a) Sin instrucción b) Primaria c) Secundaria d) Técnico e) Universidad

**4. Sexo de los propietarios**

a) Masculino b) Femenino

**5. ¿Qué edad tienen los propietarios?**

a) 20 – 25 años

b) 26 a 30 años

- c) de 31 a 50 años
- d) Mayor a 50 años

## **II. DATOS DE LA EMPRESA.**

### **6. ¿Cuántos años de constituida tiene su empresa?**

Un año ( )    dos años ( )    tres años ( )    más de tres años ( )

### **7. ¿En qué régimen tributario se encuentra acogida su empresa?**

- a) Régimen único simplificado – Nuevo Rus b) Régimen especial de renta
- c) Régimen Mype tributario d) Régimen general

### **8. ¿Cuántos trabajadores laboran en su empresa?**

1 ( )    2 a 4 ( )    4 a 10 ( )    más de 10 ( )

### **9. ¿Cuál es el objetivo de su empresa?**

- Obtener más ganancias ( )    Dar empleo a la familia ( )
- Dar empleo a la comunidad ( )

### **10. ¿Su empresa lleva contabilidad?**

Si ( )    No ( )    No está obligada. ( )

## **III. ASPECTO FINANCIERO:**

### **11. ¿Pertenece a una asociación o grupo comercial?**

Si ( )    No ( )

### **12. ¿Se encuentra empresarialmente formalizado?**

Si ( )    No ( )

### **13. ¿Cuál es el principal desafío que enfrenta su negocio actualmente?**

- a) Mantenerse en el mercado    b) Expansión y desarrollo    c) Asociarse    d) Exportar

### **14. ¿A partir de su experiencia, considera usted que el sistema financiero ayuda al desarrollo comercial – empresarial?**

Si ( )    No ( )

### **15. ¿En su política empresarial es habitual la conducta de tomar crédito?**

Si ( )    No ( )

### **16. ¿Conoce usted las alternativas de financiamiento que ofrece el sistema financiero peruano?**

Si ( )    No ( )

### **17. ¿Ha verificado si realmente existe la necesidad de solicitar crédito para su empresa?**

Si ( ) No ( )

**18. ¿Ha tenido usted dificultades para abastecerse de mercaderías por falta de dinero?**

Si ( ) No ( )

**19. ¿Actualmente cuenta con financiamiento para su negocio?**

a) Propio b) De Cajas Municipales c) Del Sector informal

**20. ¿Utilizó tarjeta de crédito?**

Si ( ) No ( )

**21. ¿Cuenta con línea de crédito?**

Si ( ) No ( )

**22. ¿Cuenta con historial crediticio positivo?**

Si ( ) No ( )

**23. ¿Hizo usted un plan de pago antes de adquirir un crédito?**

Si ( ) No ( )

**24. ¿Cuenta con la liquidez necesaria para afrontar el pago?**

Si ( ) No ( )

**25. ¿Cuál fue el monto del crédito otorgado?**

a) De 5,000 a 10,000 b) De 11,000 a 15,000

c) De 16,000 a 20,000 d) Mayor a 20,000

**26. ¿Se encuentra usted enterado de cuál es el costo total del préstamo a pagar?**

Si ( ) No ( )

**27. ¿Cuál es la tasa de interés que gravó el crédito?**

a) Entre 15% a 20% b) Entre 21% a 30% c) Más del 30%

**28. ¿Qué porcentaje del crédito representa la tasa de interés?**

a) 20% b) 25% c) 30% d) 50%

**29. ¿Cuál fue el plazo de devolución del crédito?**

a) De 6 a 12 meses b) 24 meses c) 36 meses d) Más de 36 meses

**30. ¿Qué documentos acreditaron su solvencia económica?**

a) Flujo de Caja b) Extracto bancario c) EE.FF d) Inventarios

**31. ¿Utilizó algún tipo de garantía para respaldar al financiamiento obtenido?**

Si ( ) No ( )

**32. ¿Cuál fue la garantía que respaldó su crédito?**

a) Bien mueble b) Bien inmueble c) Aval o garante d) Prendas (joyas)

**33. ¿Se encuentra registrado en las centrales de riesgo?**

Si ( ) No ( )

**34. ¿Conoce usted las ventajas de pagar puntual?**

Si ( ) No ( )

**35. ¿Tiene planificado en qué utilizará el crédito?**

Si ( ) No ( )

**36. Lo utilizará en:**

- a) Mercaderías para abastecer mercado local b) Expansión y desarrollo
- c) Exportación d) Compra de activos para el negocio
- e) Ampliación y/o modernización de local f) Pago a proveedores

**37. ¿Según su opinión qué factores limitan la obtención de financiamiento?**

- a) Falta de garantías b) Registro en centrales de riesgo c) Problemas de liquidez
- d) Informalidad

**38. ¿Considera que el financiamiento ayuda al cumplimiento de sus objetivos empresariales?**

Si ( ) No ( )

**39. ¿Considera que el financiamiento es una herramienta importante en el mundo empresarial?**

Si ( ) No ( )

**40. ¿Volvería a solicitar financiamiento para su negocio?**

Si ( ) No ( )

Gracias por su valiosa colaboración a la investigación.

**Anexo 2**  
**CRONOGRAMA GANTT**

**I.- ACTIVIDADES**

ACTIVIDADES	Meses		
	Nov.	Dic.	Ene.
Trabajo de campo	X		
Recolección de datos	X		
Elaboración del informe de Tesis	X		
Revisión y corrección del informe		X	
Sustentación de Tesis			X

**II.- PRESUPUESTO**

**BIENES**

Detalle	Cantidad	Unidad de Medida	Precio S/.
Dispositivo USB	01	Unidad	35.00
<b>TOTAL, S/.</b>			<b>35.00</b>

**SERVICIOS**

Detalle	Cantidad	Unidad de Medida	Precio	
			Unitario	Total
Internet	50	Horas	1.00	50.00
Movilidad	20	Pasajes	15.00	300.00
Impresione	456	Unidad	0.30	136.00
Empastado	1	Unidad	30.00	30.00
Taller				2,100.00
<b>TOTAL, S/.</b>				<b>2,616.00</b>

**III.- RESUMEN DEL PRESUPUESTO**

RUBRO	IMPORTE
Bienes	<b>35.00</b>
Servicios	<b>2,616.00</b>
<b>TOTAL, S/.</b>	<b>2,651.00</b>

**IV. FINANCIAMIENTO**

Totalmente autofinanciado por el alumno investigador.