



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO DE LAS  
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS  
COMERCIALIZADORAS DE CHIFLES  
EN LA CIUDAD DE PIURA, AÑO 2015.**

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

**AUTORA**

**BACH. MARLENI DEL PILAR CHÁVEZ MONTALBAN**

**ASESORA**

**MGTR. MARIA FANY MARTÍNEZ ORDINOLA**

**PIURA – PERÚ**

**2016**

**CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO DE  
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS  
COMERCIALIZADORAS DE CHIFLES  
EN LA CIUDAD DE PIURA, AÑO 2015.**

**JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESOR**

**Mgr. Donald Savitzky Mendoza**  
**Presidente**

**Mgr. Jannyna Reto Gómez**  
**Secretaria**

**Dr. Víctor Manuel Landa Machero**  
**Miembro**

**Mgr. María Fany Martínez Ordinola**  
**Asesor**

## **AGRADECIMIENTO**

A ti mi Divino Dios por regalarme la dicha de vivir, dirigirme por el mejor camino de la vida, y darme la salud y sabiduría para alcanzar todas mis metas.

Mi gratitud y agradecimiento a todas esas personas que han contribuido en mi formación profesional, y humana a lo largo de mi vida.

## **DEDICATORIA**

A mi madre querida y a mis hermanas por todo su amor, comprensión y estar siempre a mi lado cuando más las necesite.

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general: Describir las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, año 2015. La población y muestra fueron calculadas en base a las empresas del sector en estudio ubicadas en la ciudad de Piura. La metodología fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño No experimental, transeccional, descriptivo. Aplicando la técnica de la revisión bibliográfica y documental, y como instrumento de recolección de información la entrevista, la observación directa y el cuestionario pre estructurado con preguntas relacionadas a la investigación, aplicado al propietario, gerente y/o representante legal de las empresas materia de investigación, obteniéndose como conclusión más importante: El 100% de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, en estudio realizaron sus actividades con financiamientos de terceros. Siendo el 40 % que recurrieron a las entidades bancarias, el 56% a entidades no bancarias (Cajas Municipales) y 4% recurrió al sector informal para la obtención de financiamiento. El 64 % de las empresas encuestadas manifestaron que la tasa de interés que pagaron por el préstamo fue de 20% a 40% y el 36% no precisa no sabe, lo que demuestra que las tasas de interés que pagaron las empresas son muy altas, debido a los créditos en su mayoría corresponden a entidades no bancarias y sector informal. El 8 % de las empresas manifestaron que el destino del crédito obtenido fue para la compra de activos fijos, tales como vitrinas mostradores, balanzas etc., el 48% para capital de trabajo, etc., el 32% para el mejoramiento de la infraestructura del local que permita dar un servicio de calidad a los clientes según sea el caso, y el 12% para otros fines como publicidad, y marketing, para publicitar su negocio.

**Palabras Clave:** Chifles. financiamiento, MYPE.

## ABSTRACT

The research was general objective: To describe the main features of the financing of micro and small trading companies chifles in the city of Piura, 2015. The population and sample were calculated based on the companies in the sector under study located in the city of Piura. The methodology was descriptive, quantitative level, no experimental design, transactional descriptive. Applying the technique of the literature and document review, and as a tool for information gathering interview, direct observation and pre-structured questions related to the investigation questionnaire, applied to the owner, manager and / or legal representative of the subject companies research, obtaining as most important conclusion: 100% of micro and small trading companies chifles in the city of Piura, in a study conducted their activities with financing from third parties. With 40% who resorted to banks, 56% to non-banks (Cajas Municipales) and 4% resorted to informal sector to obtain financing. 64% of the companies surveyed stated that the interest rate paid on the loan was 20% to 40% and 36% does not need not know, demonstrating that the interest rates paid companies are very high, because the loans are mostly to non-banks and informal sector. 8% of the companies stated that the purpose of credit was obtained for the purchase of fixed assets, such as showcases counters, scales etc., 48% for working capital, etc., 32% for infrastructure improvement local which would give quality service to customers as applicable, and 12% for other purposes such as advertising and marketing, to advertise your business.

**Keywords:** Chifles. financing MSEs.

## CONTENIDO

	Pág.
TITULO	ii
JURADO EVALUADOR DE TESIS	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE GRAFICOS	x
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	1
<b>II. REVISIÓN DE LITERATURA</b>	4
2.1 Antecedentes	4
2.1.1 Internacionales	4
2.1.2 Nacionales	6
2.1.3 Locales	9
2.2 Bases Teóricas	12
2.3 Marco Conceptual	46
<b>III. METODOLOGÍA</b>	50
3.1 Diseño de la investigación	50
3.2 Población y muestra	50
3.2.1 Población	50
3.2.2 Muestra	51
3.3 Técnicas e instrumentos.	53
3.3.1 tecnicas	53
3.3.2 instrumento	53
3.4 Operacionalización de Variables	54
3.5 Matriz de Consistencia	56
3.6 Plan de análisis	57



3.7 Principios Éticos	57
<b>IV. RESULTADOS</b>	<b>58</b>
4.1 Resultados	58
4.1.1 Respecto al objetivo específico 1	58
4.1.2 Respecto al objetivo específico 2	65
4.1.3 Respecto al objetivo específico 3	69
4.2 Análisis de resultados	82
4.2.1 Respecto al objetivo específico 1	81
4.2.2 Respecto al objetivo específico 2	82
4.2.3 Respecto al objetivo específico 3	83
<b>V. CONCLUSIONES</b>	<b>86</b>
5.1 Conclusiones	86
5.1.1 Respecto al objetivo específico 1	86
5.1.2 Respecto al objetivo específico 2	87
5.1.3 Respecto al objetivo específico 3	88
<b>VI. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS</b>	<b>94</b>
6.1 Referencias bibliográficas	94

## ÍNDICE DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
<b>TABLA</b> 1 Edad del propietario y/o representante legal de la MYPE	58
<b>TABLA</b> 2 Sexo del propietario y/o representante legal de la MYPE	59
<b>TABLA</b> 3 Grado de instrucción del propietario y/o representante legal	60
<b>TABLA</b> 4 Estado Civil del propietario y/o representante legal de la MYPE	61
<b>TABLA</b> 5 Profesión u ocupación del propietario y/o representante legal	62
<b>TABLA</b> 6 Capacitación en el año 2015	63
<b>TABLA</b> 7 Tema de capacitación en el 2015	64
<b>TABLA</b> 8 Tiempo en el Sector y Rubro	65
<b>TABLA</b> 9 Situación legal de la Empresa	66
<b>TABLA</b> 10 Número de trabajadores de la Empresa	67
<b>TABLA</b> 11 Objeto de creación de la Empresa	68
<b>TABLA</b> 12 Financiamiento de su actividad comercial	69
<b>TABLA</b> 13 Entidad que recurrió para obtener financiamiento.	70
<b>TABLA</b> 14 Mayores facilidades para la obtención del crédito	71
<b>TABLA</b> 15 Las veces que solicitó crédito en el año anterior	72
<b>TABLA</b> 16 A quién solicito el crédito	73
<b>TABLA</b> 17 Plazo de devolución del crédito solicitado	74
<b>TABLA</b> 18 Tasa de interés que pagó por el crédito	75
<b>TABLA</b> 19 Requisito solicitado para el otorgamiento del crédito	76
<b>TABLA</b> 20 Monto de crédito otorgado	77
<b>TABLA</b> 21 Destino del crédito obtenido	78
<b>TABLA</b> 22 El financiamiento y su incidencia en la gestión de su empresa	79
<b>TABLA</b> 23 El financiamiento y el cumplimiento de otras obligaciones	80

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	<b>Pág.</b>
<b>GRÁFICO 1</b> Distribución porcentual de la edad del representante de la Empresa	58
<b>GRÁFICO 2</b> Distribución porcentual del sexo del representante de la empresa	59
<b>GRÁFICO 3</b> Distribución porcentual del grado de instrucción del representante de la empresa	60
<b>GRÁFICO 4</b> Distribución porcentual del Estado Civil del representante de la empresa	61
<b>GRÁFICO 5</b> Distribución porcentual de la Profesión u ocupación del representante de la empresa	62
<b>GRÁFICO 6</b> Distribución porcentual de la capacitación en el año 2015 del representante de la empresa	63
<b>GRÁFICO 7</b> Distribución porcentual del tema de la capacitación en el año 2015 del representante de la empresa	64
<b>GRÁFICO 8</b> Distribución porcentual de los años que se encuentra en el sector y rubro de la empresa	65
<b>GRÁFICO 9</b> Distribución porcentual de la Situación legal de la Empresa	66
<b>GRÁFICO 10</b> Distribución porcentual del Número de trabajadores de la Empresa	67
<b>GRÁFICO 11</b> Distribución porcentual del objeto de creación de la Empresa	68
<b>GRÁFICO 12</b> Distribución porcentual del financiamiento de la actividad comercial la Empresa	69
<b>GRÁFICO 13</b> Distribución porcentual Si el financiamiento es de terceros a qué tipo de entidad recurre la empresa para obtener financiamiento	70
<b>GRÁFICO 14</b> Distribución porcentual de quien obtuvo mayores facilidades para la obtención del crédito	71
<b>GRÁFICO 15</b> Distribución porcentual de Cuántas veces solicitó crédito en el año anterior.	72
<b>GRÁFICO 16</b> Distribución porcentual a que entidad financiera solicito el crédito	73

<b>GRÁFICO 17</b> Distribución porcentual del plazo de devolución del crédito solicitado	74
<b>GRÁFICO 18</b> Distribución porcentual de la tasa de interés que pagó por el crédito	75
<b>GRÁFICO 19</b> Gráfico 21: Distribución porcentual del requisito solicitado para el otorgamiento del crédito	76
<b>GRÁFICO 20</b> Distribución porcentual del monto de crédito otorgado	77
<b>GRÁFICO 21</b> Distribución porcentual del destino del crédito obtenido	78
<b>GRÁFICO 22</b> Distribución porcentual de la incidencia positiva del financiamiento En la gestión de la empresa	79
<b>GRÁFICO 23:</b> Distribución porcentual si el financiamiento afectó el cumplimiento De otras obligaciones.	80

## ÍNDICE DE CUADROS

	<b>Pág.</b>
<b>CUADRO 01:</b> Tabla referencial de créditos para capital de trabajo y tasas de interés para Mype.	91
<b>CUADRO 02:</b> Tabla referencial de préstamos de consumo y tasas de interés para Mype.	93

## **I. INTRODUCCIÓN**

Los pequeños negocios son considerados como la fuerza impulsora del crecimiento económico, la generación de empleo y la reducción de la pobreza en los países en desarrollo. En términos económicos, cuando un empresario de la micro o pequeña empresa crece, genera más empleo, porque demanda mayor mano de obra. Además, sus ventas se incrementan, y logra con esto mayores beneficios, lo cual contribuye, en mayor medida, a la formación del producto bruto interno. (Okpara y Wynn 2007).

Sin embargo, las micro y pequeñas empresas (MYPE) enfrentan grandes obstáculos financieros que limitan su permanencia, supervivencia y desarrollo. Estudios previos indican que la tasa de mortalidad de los pequeños negocios es mayor en los países en desarrollo que en los países desarrollados (Arinaitwe, 2006).

Además Según Sauser (2005). Las pequeñas empresas deben desarrollar estrategias específicas de corto y largo plazo para salvaguardarse de la mortalidad, dado que iniciar una pequeña empresa involucra un nivel de riesgo y sus probabilidades de perdurar más de cinco años son bajas.

Actualmente, la labor que llevan a cabo las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) es de indiscutible relevancia, no sólo teniendo en cuenta su contribución a la generación de empleo, sino también considerando su participación en el desarrollo socioeconómico de las zonas en donde se ubican. (Revista Academia 2011).

Para Sánchez (2006). La mayoría de los países de América Latina se encuentran afectados por problemas sociales, como los de extrema pobreza, es en este contexto en el cual se desarrollan la mayoría de micro y pequeñas empresas, las cuales se encuentran en zonas urbanas, zonas rurales y en todos los sectores de la economía. Estas empresas representan un gran potencial para el crecimiento económico, desarrollo social y generación de empleo en la región.

Sin embargo, sólo un pequeño porcentaje de estas microempresas tiene acceso a servicios financieros institucionalizados, cabe señalar que la posibilidad de lograr estos y otros tipos de apoyo limita su crecimiento y no permite que desarrollen una gran parte de su potencial, siendo éste un gran desafío para las microempresas.

Las microempresas son fabricantes, proveedoras de servicios y minoristas que constituyen una parte integral de la economía, como compradores y vendedores. No solo generan empleos, sino que además contribuyen al crecimiento económico de América Latina. Actualmente representa una parte importante de la fuerza laboral en muchos países y constituye en sí misma al centro de la actividad económica. Por otro lado, a pesar del considerable número de empleos que genera el sector, la calidad de los mismos es muy variada.

**La República (2015).** Es evidente que las Pymes, se han convertido en el actor importante en la economía peruana, pero es conveniente indicar que las Pymes todavía no están listas para participar en el comercio internacional de una economía globalizada, pues sus niveles tecnológicos no les permiten actualmente adaptarse a los nuevos flujos de información.

Piura, es una ciudad que posee una gran variedad de productos, por ello es que el comercio está creciendo y está conformado por muchas micro y pequeñas empresas que apuestan por los productos piuranos, es por eso que la dirección regional de trabajo y promoción de empleo de la ciudad de Piura, ha empezado a establecer mecanismos adecuados de coordinación, ejecución y supervisión de las políticas dictadas por el sector en concordancia con la política del estado con los planes sectoriales y regionales, para apoyar a las micro y pequeñas empresas mediante capacitación y financiamiento. En el departamento de Piura existen muchas empresas dedicadas a la elaboración y comercialización de chifles, ya que este es considerado un producto bandera de la ciudad, pero son pocas las empresas que trabajan de manera formal. Quizá por la falta de información, capacitación o porque su crecimiento está limitado por las pocas posibilidades que tienen de acceder a créditos ante las instituciones que brindan financiamiento.

Por lo anteriormente expuesto, la investigación se formula a través del siguiente

**Enunciado:** ¿Cuales son las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, año 2015?

**Objetivo general:** Describir las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, año 2015.

**Objetivos específicos:**

1. Describir las principales características de los propietarios, gerentes y/o representantes legales de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.
2. Describir las principales características de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.
3. Describir las principales características del financiamiento de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.

La investigación se justifica:

**Desde el punto de vista social:** La presente tesis permite dar a conocer a la sociedad que si se puede seguir creciendo como empresa, optando por operar en un sector formal y a la vez fomentar el empleo en la sociedad.

**Desde el punto de vista económico:** Esta investigación permite conocer la influencia que tienen las fuentes de financiamiento para el crecimiento de las Mype, consiguiendo así que el estado recaude más impuestos y pueda cumplir con las políticas públicas en beneficio de la población.

**Desde el punto de vista académico:** La investigación permite a los estudiantes obtener una base de datos y se constituye como un antecedente para desarrollar trabajos de investigación relacionados al financiamiento de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles, así como fuente de consulta para público en general.

## II. REVISION DE LITERATURA

### 2.1 Antecedentes.

#### 2.1.1 Internacionales

En esta investigación se entiende por antecedentes internacionales, a todo trabajo de investigación hecho por otros investigadores en cualquier parte del mundo, menos Perú; que hayan utilizado las mismas variables y unidades de análisis de esta investigación.

**Martínez (2010).** En su proyecto “*Exportación de chifles de plátano*” concluyó que el producto chifles de plátano es un producto que tiene un gran potencial a nivel nacional, no solo por la abundancia de materia prima de la que se goza en la región, sino también por lo sano, nutritivo y delicioso que puede ser; características que le otorgan un potencial para ser comercializado y explotado a nivel internacional.

En el Ecuador existen muchas empresas pequeñas y medianas que se dedican a la producción de este snack, las cuales podrían cambiar su enfoque en busca de mercados extranjeros en donde el producto es considerado como un snack gourmet de frutas exóticas. El aprovechar estos alimentos de producción artesanal para proyectarlos internacionalmente no solo beneficia a los productores y a su cadena productiva, sino que también representaría una fuente importante de ingresos que generan una mejora en el nivel de vida de las comunidades y genera el desarrollo social y económico del país.

**El Comercio (2012).** En Ecuador a finales de septiembre, un contenedor que llevaba chifles de plátano verde fue enviado a EE.UU este producto fue elaborado en la planta procesadora de Panguintza, en Zamora Chinchipe, planta que pertenece a la Asociación de pequeños exportadores agropecuarios orgánicos del Sur de la Amazonía Ecuatoriana (Apeosae), que se formó en el 2005.

Es el tercer envío a ese país durante este año. Otros cinco se han realizado a Francia. Para cumplir con cada pedido, las 450 familias de la Asociación aportaron con 28 000 kilos de



plátano verde pelado. Ellos cultivan en sus propiedades ubicadas en los cantones Centinela del Cóndor, Zumba y Palanda.

En el proceso productivo hay dos modalidades. Para exportar a Estados Unidos, esta agrupación pela y fríe los plátanos y los empaca en Panguintza. En cambio, para Francia esa tarea se cumple en una empresa contratada por Ethicuable, que es la comercializadora. Esta última les compra el plátano pelado y lo lleva a Guayaquil. En ambos casos hay tres presentaciones: salado, dulce y picante. Este emprendimiento se inició en el 2001 cuando los productores se organizaron para lograr un precio justo. Ahora, las ganancias son directas para el agricultor.

**Velecela, (2013).** En su Trabajo de Investigación “*Análisis de las fuentes de financiamiento para las pymes*” concluyó que en el mercado existen amplias y variadas opciones de financiamiento para las PYMES, pues sus propietarios no las utilizan porque desconocen sobre su existencia, consideran que sus procesos son tediosos y generalmente buscan la opción más cara pero que finalmente termina siendo la más rápida como es el caso de los prestamistas informales. Muchas de estas trabas que se le presenta al microempresario al buscar financiamiento formal están dadas por la Banca en General, se ha podido determinar que para acoplarse a la estructura de las Pymes, son las propias instituciones bancarias las que se encargan de construir una estructura contable y financiera que les permita proceder a conceder un préstamo.

**Pro Ecuador (2015).** En la última edición de la revista internacional Organic and Wellness News de productos orgánicos y de Comercio Justo que circula en las ferias de promoción, bajo el título “*El Ecuador cuenta con el primer chifle orgánico en el mundo*” se destacó el trabajo y calidad con que la empresa ecuatoriana PLATAYUC elabora los chips de plátano y yuca porque además de tener un snack 100% orgánico, la empresa impacta positivamente en el aspecto social ya que ayuda a 180 pequeños productores ecuatorianos, no sólo comprando la producción sino asesorándolos y acompañándolos en todo el proceso para garantizar un producto de excelente calidad, convirtiéndose en parte fundamental del Comercio Justo.

Los chifles de plátano sin duda alguna son los más producidos para consumo local y para exportación. Dado que el plátano es un producto emblemático de la cultura.

Ecuatoriana, especialmente en la región costa, por lo que es apetecido. Las exportaciones de chifles de plátano representan aproximadamente el 96% del total de exportaciones de snacks de acuerdo al periodo 2008–2014.

**González (2015).** En su tesis: *“La gestión financiera y el acceso a financiamiento de las pymes del sector comercio en la ciudad de Bogotá”* concluyó que las Pymes del sector comercio no están diversificando sus fuentes de financiamiento, presentando un financiamiento mayoritario y concentrado en fuentes internas a través del patrimonio, lo cual es coincidente con los señalamientos planteados en la teoría del pecking order, la cual establece que las empresas usualmente recurren a recursos propios a través de las utilidades y aportes antes que a fuentes externas . De igual forma se evidenció una mayor utilización de los recursos en el corto plazo, destacándose principalmente el apalancamiento a través de proveedores. Esta inclinación de financiamiento puede interpretarse como una señal de la renuencia de los propietarios a perder el control de la empresa o como producto de la desconfianza que tienen inversionistas y prestamistas sobre la información relacionada con este segmento empresarial debido a problemas de asimetrías de información e inseguridad en este tipo de negocios nacies.

### **2.1.2 Nacionales**

En esta investigación se entiende por antecedentes nacionales, a todo trabajo de investigación hecho por otros investigadores en cualquier parte del Perú, menos en la ciudad de Piura; que hayan utilizado las mismas variables y unidades de análisis de esta investigación.

**RPP Noticias (2011).** El chifle piurano, producto bandera y emblemático de esta región, se alista ahora para la conquista del mundo. No hay visitante que se preste de haber llegado a Piura y no lleve consigo una bolsa de chifles. Ahora este producto estará también en los supermercados de Moscú en Rusia.

Las MYPE actuales en la región Piura presentan grandes dificultades empresariales que involucra aspectos económico- financieros, es por eso que todos los actores involucrados

deben de cambiar de mentalidad y adoptar estrategias necesarias para lograr que el país cuente con un sistema nacional de capacitación y un adecuado financiamiento para las MYPE.

**El Comercio (2011).** Las exportaciones de chifles peruanos sumaron US\$1,3 millones en el primer semestre del 2011, 23% más respecto a similar período del año pasado, de los cuales el 93% se destina a Estados Unidos, informó la Asociación de Exportadores (ÁDEX). Estados Unidos compró chifles por 1,2 millones de dólares en el primer semestre del presente año, 18% más que en el mismo período del año pasado, Le sigue Canadá que los importó por US\$39 mil y Chile por US\$38 mil, seguidos por Japón, Francia, Brasil, Reino Unido, Suiza, Australia y Panamá, sumando diez los destinos.

Este producto no solamente se envía en la tradicional presentación como chifles salado, sino también en otras como dulces, picantes y alargados, entre otros.

Las principales empresas exportadoras son Industrias Agrícolas de Piura, Inka Crops, Empresa Agraria Cafetalera Chanchamayo, Los cuyes, Martínez Logística y Servicios, Sasil Export y Grupo L&G, entre otros.

**La República (2011).** Los chifles peruanos se han posicionado en el mercado de los Estados Unidos, así lo informó la Asociación de Exportadores (ADEX) indicando que el snack peruano sumó envíos de 1 millón 300 mil dólares, 23% más que el mismo periodo el año pasado. El gremio exportador indicó que el mercado estadounidense los importó por 1.2 millones de dólares, 18% más que en el mismo periodo del año pasado cuando fue por poco más de 1 millón de dólares. Hay que señalar que ese país concentra el 93% del total de las exportaciones de chifles.

El segundo país en la lista es Canadá que importó valor de 39 mil dólares, Chile en 38 mil, y completan la lista Japón, Francia, Brasil, Reino Unido, Suiza, Australia y Panamá.

Entre las empresas exportadoras de chifles figuran Industrias Agrícolas S.R.L, de Piura, que envía sus productos (con la marca 'Cricket's') a los países mencionados

**Diario Gestión, (2013).** En una publicación *“Todo lo que se necesita conocer sobre el financiamiento para mypes y pymes”*, Los 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. Lo beneficioso de optar por una alternativa es que “no se arriesga el patrimonio personal, por lo que surge la oportunidad de establecer mecanismos o cronogramas de pagos”. Así lo explica Lizardo Agüero, especialista del Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor (CIDE) de la PUCP, quien indica que el rol del Estado en torno al interés es favorable. “El interés constituye un escudo fiscal haciendo que la tasa o el costo del dinero de ese préstamo se reduzca y también el Estado apoya este tipo de actividades cobrando menos Impuesto a la Renta”.

Pero antes de acceder a un canal de financiamiento, sugiere, es necesario que el empresario determine hasta qué punto está dispuesto a endeudarse, para ello, también es indispensable que conozca su capacidad de endeudamiento y, en tercer lugar, fije los costos efectivos de financiamiento.

**Revista Científica Estudiantil Innovación Contable (2011).** En una publicación concluyo lo siguiente: La investigación muestra que la prioridad de un empresarios y de empresas comerciales o quien dirija la empresa, es la capacidad permanente, en la aplicación de las herramientas de gestión para un adecuado uso de los recursos para una mejor gestión.

De acuerdo a ello se concluye que existe dos grupos de empresarios: el primero, desinformado acerca de las formas de financiamiento, el otro grupo concierne a pequeños grupos de empresarios con conocimientos de herramientas y técnicas de gestión financiera y analizan el financiamiento para obtener mayores beneficios.

Determinando así que el primer requerimiento en el financiamiento, en las micro y pequeñas empresas del sector comercial, es el capital de trabajo es por ello que el problema de liquidez es considerable, por ello manejar esto en la empresa es fundamental, por lo que se debe dar atención a los activos corrientes de mayor disponibilidad y los de menor disponibilidad; así mismo revisar los pasivos de menor exigibilidad de tal manera que

mantengan un nivel aceptable del capital de trabajo para mantener un nivel recomendable y eficiente de liquidez.

Analizar todos los riesgos que incurran en un financiamiento, tasa de interés, costos de financieros, capacidad de pago, entre otros. Se debe evaluar estos ítems para plantear una correcta forma de endeudamiento, para evitar amenazas y contingencias que obligan a hacer cambios en las políticas de la gestión financiera.

**Tello, (2014).** En su tesis "*Financiamiento del capital de trabajo para contribuir al crecimiento y desarrollo la micro y pequeña empresas comerciales en el distrito de Pacasmayo*" sostuvo que entre los obstáculos de las mypes para acceder al crédito, desde el punto de vista de la demanda, se encuentran el alto costo del crédito, la falta de confianza de los bancos respecto de los proyectos, el exceso de burocracia de los intermediarios financieros, y la petición de excesivas garantías.

**Kong & Moreno (2014).** En su tesis "*Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las mypes del distrito de San José –Lambayeque en el período 2010-2012*" sostuvo que al evaluar el desarrollo de las MYPES del Distrito de San José en el período 2010 al 2012, constatamos que gran parte de las microempresas se han mantenido en un estado de equilibrio, limitando su capacidad gestora al destinar efectivamente su financiamiento, pero que pese a ello tanto su producción como sus ingresos son los que mayor impacto han tenido gracias al financiamiento obtenido, que en su mayoría fue de fuentes externas. Aunque existe una proporción de emprendedores que gracias a sus ahorros generaron empresa para tener una fuente de ingreso permanente, frente a las bajas en su actividad principal (pesca, construcción naval) que destaca en el Distrito.

### **2.1.3 Locales**

En esta investigación se entiende por antecedentes locales, a todo trabajo de investigación hecho por otros investigadores en la región y ciudad de Piura; que hayan utilizado las mismas variables y unidades de análisis de esta investigación.

**Coveñas (2015).** En su tesis *“Caracterización del Financiamiento, de las micro y pequeñas empresas comerciales en el Perú caso: Chiflería el Ayabaquino de la ciudad de Piura”* sostuvo que las Micro y pequeñas empresas comerciales en el Perú, a través del financiamiento logran el capital necesario que incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor del microempresario, convirtiéndolo en la principal fuente de desarrollo del sector privado, que ayuda a reducir los índices de pobreza por medio de actividades de generación de ingresos, logrando beneficios para la microempresa permitiéndole mejorar la competencia en su sector y obteniendo mayores volúmenes de ventas, incrementando las ganancias y haciendo de la Mype rentable.

**Perú 21 (2014).** En su edición digital *“Los chifles: Un bocado de negocio”* publicó un caso de éxito: Lorena Tineo, Gerente de Chifles Piuranitos. Uno de los complementos de las comidas, sobre todo las del Norte, son los plátanos fritos conocidos como chifles. A pesar de que son muchos los negocios dedicados a este rubro, todavía hay espacio para ingresar. La dueña de Chifles Piuranitos, Lorena Tineo, manifiesta que para empezar la fruta debe ser de calidad o de lo contrario el sabor será desagradable. Las presentaciones varían, sin embargo las personas prefieren los chifles de medio y un kilo. También dio a conocer que esta próxima a cumplir dos años de actividad, pero la idea de abrirla fue desde hace mucho tiempo.

Logro sus primeros clientes vendiendo a sus amigos más cercanos y ellos a su vez promocionaban el producto entre sus conocidos. Actualmente ofrece varios sabores de chifles y sueña con venderlos en el extranjero.

**Andina, (2009).** La Agencia peruana de noticias, en su edición digital *“Piura celebra la semana regional del chifle con variadas actividades”* La ciudad de Piura, en el norte peruano, se convirtió en la capital regional del chifle al iniciar un variado programa de actividades turísticas y culturales, orientado a promover el consumo del bocadillo hecho de plátano frito, informó hoy la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (Dircetur).

La Semana Regional del Chifle Piurano es organizada por la Dircetur y la Asociación de Productores de Chifles Piuranos (Aprochip). Se da en cumplimiento a la Ordenanza Regional N° 138-2007/GRP-CR del 29 de noviembre de 2007, que declara la última semana de noviembre de cada año como la Semana Regional del Chifle Piurano. Los chifles piuranos son deliciosos bocaditos preparados con plátanos verdes, los cuales son pelados y cortados en rodajas muy finas y de forma ovalada, para freírlos en abundante aceite. Según el tipo de plátano (verde o maduro) el bocadillo puede ser salado o dulce.

**Rodríguez, (2014).** En su *“Proyecto comercial para la exportación de chifles piuranos al mercado mexicano”* nos narra dos historias de empresarios regionales dedicados a la venta de chifles piuranos”. Lidia de Olaechea lleva 50 años preparando los plátanos fritos más representativos de Piura. Debido a la fuerte demanda, sus chifles están a punto de llegar a Lima la cantidad de insumos, así como el personal, ha aumentado debido a la fuerte demanda. Dentro de poco este producto piurano llegará a Lima, confiesa Lita, su hija menor y quien hoy administra el negocio.

“Estoy en conversaciones con los representantes de Plaza Veá y Tottus, (supermercados que han inaugurado sucursales en el norte) para que nuestro producto se venda en sus locales de aquí y Lima. Ellos se mostraron interesados en nuestros chifles. Ahora solo estamos en Piura y Chiclayo, pero estamos trabajando para extender nuestro negocio”, comenta Lita. Su madre empezó con los chifles, después de quedar viuda, a los 35 años. El segundo piso de la casa donde vive hasta ahora –en el distrito de Castilla– se convirtió en su fábrica. Fue una tarea difícil porque “me daba vergüenza, cómo iba a ponerme a hacer chifles si antes había sido la hija de un hacendado”, contó Lidia. Sin embargo, la necesidad de criar a sus tres hijas la obligó a vencer el prejuicio, armarse de valor, y empezar a freír plátanos verdes. “Empezamos con 25 plátanos diarios y, fíjate, cómo es la vida, hoy hacemos 2.000. Yo ya no me encargo del negocio, sino mi hija, pero eso no me impide ayudar a empacar los chifles. En eso me entretengo, sino, imagínate, me aburro. ¿Quién iba a imaginar que esto de los chifles tendría tanta acogida, no?”, se pregunta Lidia.

La buena señora cumplirá el próximo 5 de enero 86 años y solo espera ver que sus chifles lleguen a Lima. La idea es que la bolsa sea platinada y más gruesa, pero que al mismo

tiempo permita ver el producto. ¿A quién no le gusta saber lo que está comprando? Con este nuevo empaque planeamos ingresar a nuevos mercados, entre ellos Lima, y en el futuro, exportar nuestro producto”, indicó la administradora del negocio. La idea es que la marca se haga más conocida.

Noé Jiménez Merino, El empresario Ayabaquino empezó a exportar sus deliciosos chifles piuranos a la ciudad más poblada del continente europeo: Moscú, capital de Rusia. Se sabe que los chifles piuranos serán distribuidos en Moscú por una empresa peruana que opera en Rusia. La meta es exportar mensualmente 20 toneladas de la marca "El Ayabaquino".

El caso de Noé Jiménez es digno de elogiar. Siendo un niño de 13 años decidió salir de su natal Ollería, un caserío a 4 horas de la ciudad de Ayabaca, para labrarse un mejor porvenir en Piura. Empezó a trabajar vendiendo refrescos en el mercado, fue peón agrícola y hasta mozo, Su vida cambió cuando empieza a producir chifles. Al principio cocinaba sólo cincuenta plátanos con la ayuda de dos personas, hoy puede llegar a procesar 10 000 unidades al día, empleando para ello a 30 trabajadores en su fábrica. Pero no solo el chifle forma parte de la producción de este emprendedor. También fabrica entre otros productos, chifles de camote, papas al hilo, natillas, acuñas, bocadillos, algarrobina, miel de abeja y alfeñique. Con éste último ganó el premio Mistura 2011 realizado en la ciudad de Lima por el chef Gastón Acurio. Ha sido premiado además en Suiza y por la Fundación Añaños en nuestro país.

## **2. 2 Bases Teóricas.**

### **2.2.1 Teorías del financiamiento**

#### **Teoría de Modigliani & Miller.**

Estos autores fueron los primeros en desarrollar un análisis teórico de la estructura financiera de las empresas cuyo objetivo central es estudiar sus efectos sobre el valor de la misma.

La teoría tradicional plantea que la estructura financiera óptima será aquella que maximice el valor de mercado de la empresa y minimice el costo del capital.



Esta estructura de no ser apropiada puede representar una restricción a las decisiones de inversión y por lo tanto, al crecimiento de la empresa.

Este análisis consta de dos etapas: en una primera etapa, establecen la independencia del valor de la firma respecto a su estructura de financiamiento, en una segunda etapa, la toma en consideración del impuesto sobre el ingreso de las sociedades los conducen a concluir que hay una relación directa entre el valor de la empresa y su nivel de endeudamiento.

En ella participan las variables de ingresos, costos variables, costos fijos, depreciaciones, intereses financieros, impuestos, costos de deuda, costos de capital. Todas estas variables interrelacionadas permiten definir la rentabilidad financiera de la organización. La tesis de M&M se fundamenta en tres proposiciones las cuales son:

**Proposición I de M&M.** Explica que el valor de la empresa sólo dependerá de la capacidad generadora de renta de sus activos sin importar en absoluto de dónde han emanado 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 rentabilidad esperada de las acciones ordinarias de una empresa endeudada crece equitativamente a su grado de endeudamiento; es decir, el rendimiento 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 aplica a empresas sin apalancamiento 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).

### **Modelo del Trade-Off o Equilibrio Estático.**

Esta teoría, sugiere que la estructura financiera óptima de las empresas queda determinada por la interacción de fuerzas competitivas que presionan sobre las decisiones de financiamiento. Estas fuerzas son las ventajas impositivas del financiamiento con deuda y los costos de quiebra. Por un lado, como los intereses pagados por el endeudamiento son generalmente deducibles de la base impositiva del impuesto sobre la renta de las empresas, la solución óptima sería contratar el máximo posible de deuda. Sin embargo, por otro lado, cuanto más se endeuda la empresa más se incrementa la probabilidad de enfrentar problemas financieros, de los cuales el más grave es la quiebra.

Es importante comentar que la teoría del trade-off no tiene un autor específico, ya que esta teoría agrupa a todas aquellas teorías o modelos que sustentan que existe una mezcla de deuda-capital óptima, que maximiza el valor de la empresa, que se produce una vez que se equilibren los beneficios y los costos de la deuda.

La teoría del trade-off no puede explicar por qué empresas con mucha rentabilidad financiera dentro de un mismo sector optan por financiarse con fondos propios y no usan su capacidad de deuda, o por qué en naciones donde se han desgravado los impuestos o se reduce la tasa fiscal por deuda las empresas optan por alto endeudamiento. Por lo tanto todavía no existe un modelo que logre determinar el endeudamiento óptimo para la empresa y por ende a mejorar la rentabilidad financiera desde la óptica de la estructura financiera.

### **La Teoría de la Jerarquía Financiera según Myers y Majluf (1984)**

Se encuentra entre las más influyentes a la hora de explicar 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 la organización a menudo tienen mejor información sobre el estado de la compañía 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 asimétrica. Para minimizar éstos y otros costos de financiación, las

empresas 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 cuatro enunciados que la sustentan:

- a) Las empresas prefieren la financiación interna
- b) La tasa de reparto de dividendos estimada se adapta a las oportunidades de inversión
- c) Aunque la política de dividendos es fija, las fluctuaciones en la rentabilidad 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.
- d) 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 recursos propios como último recurso para la obtención de fondos).

### **2.2.2 El financiamiento en el sector comercializador**

**Diario Gestión (2014).** Los créditos a la MYPE se han ido desacelerando, en parte como respuesta a lo que ha estado ocurriendo a nivel macroeconómico en términos de la desaceleración de la economía, y también debido a que recientemente las empresas microfinanceras o los créditos a las microempresas han ido alcanzando una mayor cobertura”, aproximadamente un 94% de las empresas en el país son microempresas, y dentro de ellas está el sector de comercializadoras, siendo un sector que ha ido creciendo a

la mano con el sector microfinanciero. En los últimos años la importancia del crédito mype ha aumentado significativamente. Es más o menos el 25% del total de créditos que se otorga en el sistema financiero”

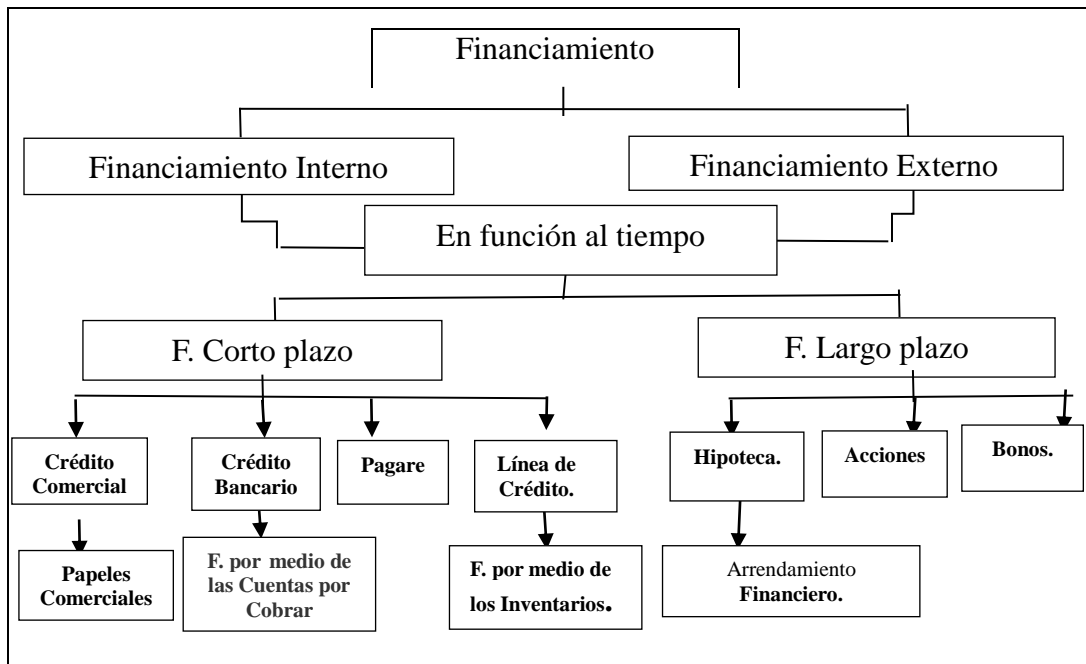
### **2.2.3 Fuentes de Financiamiento.**

**Nunes (2016).** Expresa que las fuentes de financiamiento designan el conjunto de capital interno y externo a la organización utilizado para financiamiento de las aplicaciones y las inversiones. Al decidir qué fuente de financiamiento usar, la opción principal es si el financiamiento debe ser externa o interna. Esta elección debe pesar, entre otras cuestiones, la pérdida o ganancia de autonomía financiera, la facilidad o posibilidad de acceder a fuentes de financiamiento, el plazo para su devolución, garantías requeridas y el costo del financiamiento.

### **2.2.4 Clasificación del financiamiento**

- **Financiamiento Interno.-** Es aquel que proviene de los recursos propios de la empresa, como: aportaciones de los socios o propietarios, la creación de reservas de pasivo y de capital, es decir, retención de utilidades, la diferencia en tiempo entre la recepción de materiales y mercancías compradas y la fecha de pago de las mismas.
- **Financiamiento Externo.-** Es aquel que se genera cuando no es posible seguir trabajando con recursos propios, es decir cuando los fondos generados por las operaciones normales más las aportaciones de los propietarios de la empresa, son insuficientes para hacer frente a desembolsos exigidos para mantener el curso normal de la empresa, es necesario recurrir a terceros como: préstamos bancarios, factoraje financiero, etc.

## Clasificación del financiamiento



Fuente: elaboración propia

La clasificación del financiamiento en función del tiempo se divide en dos:

1. **Corto plazo:** son aquellas obligaciones que se espera que venzan en menos de un año, el cual es vital para sostener la mayor parte de los activos circulantes de la empresa, tales como: caja, cuentas por cobrar, inventarios, valores negociables.

Generalmente las financiaciones a corto plazo son más baratas que a largo plazo, pero de mayor riesgo porque su nivel de exigencia es mucho mayor, por lo que la empresa debe hacer un examen cuidadoso para evaluar cuáles alternativas de financiamiento debe utilizar de manera que logre un impacto positivo sobre la gestión de la entidad. Dentro de esta clasificación podemos encontrar:

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

### **Importancia.**

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

### **Ventajas.**

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

### **Desventajas**

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

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

### **Importancia.**

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

Casi en su totalidad son bancos comerciales que manejan las cuentas de cheques de la empresa y tienen la mayor capacidad de préstamo de acuerdo con las leyes y disposiciones bancarias vigentes en la actualidad y proporcionan la mayoría de los servicios que la empresa requiera. La empresa debe estar segura de que el banco podrá auxiliar a la empresa a satisfacer las necesidades de efectivo a corto plazo que ésta tenga y en el momento en que se presente.

### **Ventajas.**

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

### **Desventajas**

- Un banco muy estricto en sus condiciones, puede limitar indebidamente la facilidad de operación y actuar en detrimento de las utilidades de la empresa.
- Un Crédito Bancario acarrea tasa pasiva que la empresa debe cancelar esporádicamente al banco por concepto de intereses.

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

### **Importancia.**

Los pagarés se derivan de la venta de mercancía, de préstamos en efectivo, o de la conversión de una cuenta corriente. La mayor parte de los pagarés llevan intereses el cual se convierte en un gasto para el girador y un ingreso para el beneficiario. Los instrumentos negociables si no son pagados a tiempo requieren acción legal.

### **Ventajas.**

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

### **Desventajas.**

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

### **Formas de Utilización.**

Los pagarés se derivan de la venta de mercancía, de préstamos en efectivo, o de la conversión de una cuenta corriente. Dicho documento debe contener ciertos elementos de negociabilidad entre los que destaca que: Debe ser por escrito y estar firmado por el girador; Debe contener una orden incondicional de pagar cierta cantidad en efectivo estableciéndose también la cuota de interés que se carga por la extensión del crédito por cierto tiempo. El interés para fines de conveniencia en las operaciones comerciales se calculan, por lo general, en base a 360 días por año; Debe ser pagadero a favor de una persona designado puede estar hecho al portador; Debe ser pagadero a su presentación o en cierto tiempo fijo y futuro determinable. Cuando un pagaré no es pagado a su vencimiento y es protestado, el tenedor del mismo debe preparar un certificado de protesto y un aviso de protesto que deben ser elaborados por alguna persona con facultades notariales.



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

**Importancia.**

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

**Ventajas.**

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

**Desventajas.**

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

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

**Importancia.**

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

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

#### **Ventajas.**

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

#### **Desventajas.**

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

**Financiamiento por medio de la Cuentas por Cobrar.** Es aquel en la cual la empresa consigue financiar dichas cuentas por cobrar consiguiendo recursos para invertirlos en ella.

#### **Importancia.**

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

#### **Ventajas.**

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

### **Desventajas.**

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

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

### **Importancia.**

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

### **Ventajas.**

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

### **Desventajas.**

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

2. **Largo plazo:** son aquellas obligaciones que se espera vengán en un período de tiempo superior a un año. Dentro de ellos encontramos:

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

### **Importancia.**

Es importante señalar que una hipoteca no es una obligación a pagar ya que el deudor es el que otorga la hipoteca y el acreedor es el que la recibe, en caso de que el prestamista no cancele dicha hipoteca, la misma le será arrebatada y pasará a manos del prestatario. Vale destacar que la finalidad de las hipotecas por parte del prestamista es obtener algún activo fijo, mientras que para el prestatario es el tener seguridad de pago por medio de dicha hipoteca así como el obtener ganancia de la misma por medio de los intereses generados.

### **Ventajas.**

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

### **Desventajas.**

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

### **Formas de Utilización.**

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

- b) **Acciones.** Las acciones representan la participación patrimonial o de capital de un accionista dentro de la organización a la que pertenece.

### **Importancia.**

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

### **Ventajas.**

- Las acciones preferentes dan el énfasis deseado al ingreso.
- Las acciones preferentes son particularmente útiles para las negociaciones de fusión y adquisición de empresas.

### **Desventajas**

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

### **Formas de Utilización.**

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

- c) **Bonos.** Es un instrumento escrito en la forma de una promesa incondicional, certificada, en la cual el prestatario promete pagar una suma especificada en una futura fecha determinada, en unión a los intereses a una tasa determinada y en fechas determinadas.

### **Importancia.**

La emisión de bonos puede ser ventajosa si los actuales accionistas prefieren no compartir su propiedad y las utilidades de la empresa con nuevos accionistas. El derecho de emitir bonos se deriva de la facultad para tomar dinero prestado que la ley otorga a las sociedades anónimas. El tenedor de un bono es un acreedor; un accionista es un propietario. Debido a que la mayor parte de los bonos tienen que estar respaldados por activos fijos tangibles de la empresa emisora, el propietario de un bono posiblemente goce de mayor protección a su inversión el tipo de interés que se paga sobre los bonos es, por lo general, inferior a la tasa de dividendos que reciben las acciones de una empresa.

### **Ventajas.**

- Los bonos son fáciles de vender ya que sus costos son menores.
- El empleo de los bonos no diluye el control de los actuales accionistas.
- Mejoran la liquidez y la situación de capital de trabajo de la empresa.

### **Desventajas.**

- La empresa debe ser cuidadosa al momento de invertir dentro de este mercado.

### **Formas de Utilización.**

Cada emisión de bonos está asegurada por una hipoteca conocida como "Escritura de Fideicomiso". El tenedor del bono recibe una reclamación o gravamen en contra de la propiedad que ha sido ofrecida como seguridad para el préstamo. Si el préstamo no es cubierto por el prestatario, la organización que el fideicomiso puede iniciar acción legal a fin de que se saque a remate la propiedad hipotecada y el valor obtenido de la venta sea

aplicada al pago del a deudo. Por otra parte, los egresos por intereses sobre un bono son cargos fijos el prestatario que deben ser cubiertos a su vencimiento si es que se desea evitar una posible cancelación anticipada del préstamo. Los intereses sobre los bonos tienen que pagarse a las fechas especificadas en los contratos; los dividendos sobre acciones se declaran a discreción del consejo directivo de la empresa. Por lo tanto, cuando una empresa expide bonos debe estar bien segura de que el uso del dinero tomado en préstamo resultará en una en una utilidad neta que sea superior al costo de los intereses del propio préstamo.

d) **Arrendamiento Financiero.** Es un contrato que se negocia entre el propietario de los bienes (acreedor) y la empresa (arrendatario) a la cual se le permite el uso de esos bienes durante un período determinado y mediante el pago de una renta específica, sus estipulaciones pueden variar según la situación y las necesidades de cada una de las partes.

### **Importancia.**

- flexibilidad que presta para la empresa ya que no se limitan sus posibilidades de adoptar un cambio de planes inmediato o de emprender una acción no prevista con el fin de aprovechar una buena oportunidad o de ajustarse a los cambios que ocurran en el medio de la operación.
- El arrendamiento se presta al financiamiento por partes, lo que permite a la empresa recurrir a este medio para adquirir pequeños activos.
- Los pagos de arrendamiento son deducibles del impuesto como gasto de operación, por lo tanto la empresa tiene mayor deducción fiscal cuando toma el arrendamiento.

### **Ventajas.**

- Es en financiamiento bastante flexible para las empresas debido a las oportunidades que ofrece.

- Evita riesgo de una rápida obsolescencia para la empresa ya que el activo no pertenece a ella.
- Los arrendamientos dan oportunidades a las empresas pequeñas en caso de quiebra.

### **Desventajas.**

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

### **Forma de utilización.**

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

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

Una característica distintiva del arrendamiento financiero es que la empresa (arrendatario) conviene en conservar el activo aunque la propiedad del mismo corresponda al arrendador, mientras dure el arrendamiento, el importe total de los pagos excederá al precio original de compra, porque la renta no sólo debe restituir el desembolso original del arrendador, sino también producir intereses por los recursos que se comprometen durante la vida del activo.



### **2.2.5 Importancia del Financiamiento para las Empresas**

**Francis, (2016).** 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 financiamiento, y puede ser usada más de una opción. El financiamiento escogido dependerá del deseo de la empresa de estar endeudada, cuán solventes son los dueños el negocio en el momento en que el negocio fue fundado y la cantidad de dinero que un negocio necesitará para lanzar y mantenerse por sí mismo a través de una variedad de eventos.

**Cecreda (2012).** La financiación representa una herramienta clave para la transformación de proyectos sustentables de largo plazo, para el crecimiento de la oferta global y para el aumento del beneficio no sólo para el propio sector sino para toda la economía en su conjunto.

### **2.2.6 Acceso al financiamiento**

Son muchas y diversas las empresas y formas de acceder a un crédito, dependiendo del monto, plazo y tipo de crédito solicitado se puede acceder al financiamiento a través de:

**Crechemype, (2012).** Los créditos son otorgados por diversas entidades públicas y privadas, a las que desagregamos de la siguiente forma: créditos gubernamentales, créditos internacionales, créditos bancarios y créditos de otras instituciones.

**Créditos gubernamentales.** El Gobierno Peruano otorga créditos de manera directa e indirecta. La mayor parte de los créditos directos está dirigida a un fin específico y son otorgados por: Fondepes, Banco de Materiales y Agrobanco; en cambio los créditos indirectos son otorgados por Cofide a través de otras instituciones financieras:

**Fondepes** (Fondo Nacional de Desarrollo Pesquero), que otorga únicamente financiamiento a actividades dirigidas a la pesca artesanal y acuicultura, tiene cobertura: Tumbes, Piura, Chiclayo, Chimbote, Pisco.

**Banco de Materiales.** Que otorga créditos para la construcción y ampliación de sus viviendas, y negocios

**Agro banco.** Que otorga créditos al agro, la ganadería, la acuicultura y las actividades de transformación y comercialización de los productos del sector agropecuario y acuícola. Tiene cobertura en Piula, Chiclayo, Trujillo, Tarapoto, Huancayo, Ayacucho, Lima, Cusco, Arequipa, Cajamarca, Puno e Iquitos.

**Créditos internacionales.** Actualmente, la CAF (Corporación Andina de Fomento) otorga créditos para el apoyo y fortalecimiento de la PYME a través de:

**Líneas de crédito** de corto, mediano y largo plazo, concedidas principalmente a través de instituciones financieras (Bancos Comerciales, Bancos de Desarrollo, entre otros) y en algunos casos de manera directa» (esto último, únicamente cuando se trata de iniciativas innovadoras, con un alto efecto demostrativo y un impacto significativo en cuanto a su alcance y beneficios).

**FIDE.** (Fondo de Inversión y Desarrollo Empresarial). Es un fondo especial constituido con el propósito de apoyar el financiamiento de la PYME mediante facilidades de capital.

**Créditos de bancos privados locales.** Los bancos son la fuente más común de financiamiento. Como ya mencionamos, en la actualidad han desarrollado diversos productos dirigidos a las MYPE cuyo acceso no resulta difícil. Entre estos bancos tenemos los siguientes:

- Banco de Crédito del Perú.
- Banco del Trabajo.
- Banco Financiero del Perú.
- Mi banco
- Banco de la Micro empresa
- Scotiabank.
- Banco de Comercio.

**Crédito de otras instituciones.** Hay diversas instituciones financieras y no financieras que también otorgan créditos directos. La mayor parte de estas está ubicada en provincias. Entre estas, tenemos:

Empresas afianzadoras de crédito

- a) FOGAPI : (Fondo de Garantía para préstamos a la pequeña industria)
- b) EDPYME.
- c) CAJAS MUNICIPALES.
- d) CAJAS RURALES
- e) INVERSIONISTAS ÁNGELES
- f) ONG

### **2.2.7 Tasas de interés Activas**

**Ortiz, (2001).** Las tasas de interés son el precio del dinero. Si una persona, empresa o gobierno requiere de dinero para adquirir bienes o financiar sus operaciones, y solicita un préstamo, el interés que se pague sobre el dinero solicitado será el costo que tendrá que pagar por ese servicio. Como en cualquier producto, se cumple la ley de la oferta y la demanda: mientras sea más fácil conseguir dinero (mayor oferta, mayor liquidez), la tasa de interés será más baja. Por el contrario, si no hay suficiente dinero para prestar, la tasa será más alta. Por los tipos de operaciones realizadas:

- **Tasa activa o de colocación.** Es la tasa de interés que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados. Es decir, la que te cobra el banco por el dinero que te presta.
- **Tasa pasiva o de captación.** Es la tasa de interés que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado. Es decir, la que te paga el banco por tus depósitos.

## **Requisitos para obtener un crédito.**

**Gananci, (2015).** Cada programa de préstamos exige al empresario una serie de documentos específicos que necesita presentar junto a la solicitud.

- 1. documentos personales:** El primer requisito es que tenga más de 21 años Identificación personal (DNI), Comprobante de servicios básicos (2Copias), los 3 últimos comprobantes de nómina, Tener más de 18 meses de antigüedad en tu trabajo, Carta de comprobación de tu trabajo . Si es una cantidad grande te piden alguna escritura de una propiedad para poder tener respaldo al préstamo.
- 2. Plan de negocio:** Absolutamente todos los programas a los que aplique para solicitar un préstamo le van a requerir un plan de negocios bien detallado que incluya ¿Sobre qué va a tratar tu negocio? ¿Hay un mercado para tus productos o servicios? ¿Cuál es tu plan de marketing para vender tus mercancías? ¿Para qué será usado el préstamo? Entre otros aspectos.
- 3. Informe de crédito del negocio:** Es importante, si su negocio ya está en marcha, que revise el informe de crédito de su negocio antes de comenzar el proceso de solicitud. Al igual, también tendría que tener preparado el informe de crédito personal.
- 4. Declaración de impuestos:** Muchos de los programas de préstamos requieren que los solicitantes presenten su declaración de impuestos personales y de negocios de los últimos tres años.
- 5. Estados financieros:** La mayoría de los programas de préstamos exigen a los propietarios que presenten las últimas declaraciones financieras. Los estados financieros le permitirá ver al banco la situación actual de tu negocio y si este puede hacer frente al préstamo.
- 6. Estados de cuenta bancarios:** Muchos programas de préstamos requieren un año de estados de cuenta bancarios personales y comerciales que deben ser presentados.
- 7. Reporte de crédito personal:** Si usted va a solicitar un préstamo, junto al formulario de solicitud, también debería entregar un informe de crédito personal

como parte del proceso. Cualquier error en su informe podría afectar a sus posibilidades para obtener la aprobación de un préstamo.

- 8. Documentos legales:** Licencias y registros necesarios para operar el negocio Copias de los contratos que tienes con terceros, Acuerdos de franquicia, Arrendamientos comerciales etc.

### **2.2.9 MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS – MYPE**

El Art 2 de la LEY N° 28015, LEY DE PROMOCION Y FORMALIZACION DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA, nos da la siguiente definición:

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas.

#### **Características de una MYPE:**

Las Mype deben reunir las siguientes características:

<b>CARACTERISTICAS</b>	<b>MICRO EMPRESA</b>	<b>PEQUEÑA EMPRESA</b>
N° de trabajadores	De 1 hasta 10 trabajadores	De 1 hasta 100 trabajadores
Ventas anuales	Hasta 150 UIT	Hasta 1700 UIT

Fuente: Elaboración propia Según la ley N° 28015,

Es importante mencionar que esta ley con el transcurso de los años ha sufrido algunos cambios que los detallaremos de la siguiente manera:

<b>PRINCIPALES CAMBIOS DE LA NORMA MYPE</b>		
Titulo Normativo	Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del acceso al Empleo Decente.	Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial.
N° de Norma	Decreto Supremo N° 007-2008-TR.	Ley N° 30056
Objeto	Artículo 1°: La promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para la ampliación del mercado interno y externo de éstas, en el marco del proceso de promoción del empleo, inclusión social y formalización de la economía, para el acceso progresivo al empleo en condiciones de dignidad y suficiencia.	Artículo 11° (reemplaza el texto del artículo 1°): Establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas estableciendo políticas de alcance general y la creación de instrumentos de apoyo y promoción, el acceso a los mercados internos y externos y otras políticas que impulsen el emprendimiento y permitan la mejora de la organización empresarial junto con el crecimiento sostenido de estas unidades económicas.
Características	Artículo 5°: <ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Microempresa:</b> de uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).</li> <li>– <b>Pequeña Empresa:</b> de uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive y ventas</li> </ul>	Artículo 11° (reemplaza el texto del artículo 5°): <ul style="list-style-type: none"> <li>– Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).</li> <li>– Pequeña Empresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).</li> </ul>

	<p>anuales hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT). S/. 3,850.00 año 2015</p>	<p>– Mediana Empresa: ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.</p>
Naturaleza	<p>Artículo 42°: Naturaleza permanente. La empresa cuyo nivel de ventas o el número de trabajadores promedio de dos (2) años consecutivos supere el nivel de ventas o el número de trabajadores límites establecidos en la presente Ley para clasificar a una empresa como Micro o Pequeña Empresa, podrá conservar por un (1) año calendario el Régimen Laboral Especial correspondiente. Luego de este período, la empresa pasará definitivamente al Régimen Laboral que le corresponda. Vigencia: 03.07.2013</p>	<p>Artículo 11° (reemplaza el texto del artículo 42°): Naturaleza permanente y únicamente aplicable a la micro y pequeña empresa. La micro empresa que durante dos (2) años calendario consecutivo supere el nivel de ventas establecidos en la presente Ley, podrá conservar por un (1) año calendario el Régimen Laboral Especial. En el caso de las pequeñas empresas, de superar dos (2) años consecutivos el nivel de ventas, podrá conservar durante tres (3) años adicionales el mismo régimen laboral. Luego de este período, la empresa pasará definitivamente al Régimen Laboral que le corresponda.</p>
REMYPE	<p>El REMYPE se encuentra a cargo del MTPE.</p>	<p>El REMYPE se encuentra a cargo de la SUNAT</p>
Vigencia del REMYPE	<p>Artículo 64°, D.S. N° 008-2008-TR: La acreditación de una empresa como MYPE se realiza sobre la base de la información del monto de ventas anuales y el número total de trabajadores declarados ante la SUNAT. Dicha información es proporcionada al REMYPE en una frecuencia no mayor a siete (7) días calendario por la SUNAT, sin vulnerar la reserva</p>	<p>La SUNAT, en el plazo de 180 días posteriores a la publicación de la presente Ley, publica el listado de las empresas inscritas en el REMYPE que no cumplan con los requisitos para trasladarse a este registro. Dichas empresas cuentan con un plazo de 60 días, contados a partir de la publicación del listado para adecuarse al</p>

	tributaria. El MTPE transfiere la información validada del REMYPE al Ministerio de la Producción en un plazo no mayor a siete (7) días calendario.	nuevo registro. Superado el plazo, la SUNAT las da por no inscritas.
Vigencia de la norma	Artículo 2°, Ley N° 28851: El presente régimen laboral especial es de naturaleza temporal y se extenderá por un período de diez (10) años desde la entrada en vigencia de la presente Ley	Segunda Disposición Complementaria Transitoria: Prorroga por tres (3) años el régimen laboral especial de la microempresa creado por Ley N° 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa.
	Las micro y pequeñas empresas no tienen la capacidad de regirse bajo el régimen laboral regulado por D. Legislativo N° 1086, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del acceso al empleo decente	Las microempresas, trabajadores y conductores pueden acordar por escrito, durante dicha prórroga, su acogimiento al régimen laboral regulado por D. Legislativo N° 1086, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y al empleo decente. Vigencia: Presentándose dentro del plazo de 30 días de suscrito ante la Autoridad Administrativa de Trabajo.

Fuente: Elaboración propia en base a información de la Revista Caballero Bustamante.

## IMPORTANCIA DE LAS MYPE EN EL PERÚ

**Vásquez, (2013).** En la actualidad las MYPEs representan un sector de vital importancia dentro de la estructura productiva del Perú, de forma que las microempresas representan el 95,9% del total de establecimientos nacionales, porcentaje éste que se incrementa hasta el 97,9% si se añaden las pequeñas empresas. Según datos del Ministerio de Trabajo, las MYPEs brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) y



generan cerca de 45 % del producto bruto interno (PBI). Constituyen, pues, el principal motor de desarrollo del Perú, su importancia se basa en que:

1. Proporcionan abundantes puestos de trabajo.
2. Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos.
3. Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población.
4. Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.
5. Mejoran la distribución del ingreso.
6. Contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico

## **FORMALIZACIÓN Y CONSTITUCIÓN DE LAS MYPE**

Según El Ministerio de la producción **Produce (2012)**. Existen dos formas de iniciar una empresa MYPE:

### **a) Persona Natural**

Solo requiere inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes

#### **Ventajas**

- Único dueño
- Ejercer cualquier actividad.

#### **Desventajas**

- Ante una deuda responderás no solo el patrimonio de tu negocio, sino también con tus bienes.
- Si te enfermas tu negocio podría dejar de operar.

### **b) Persona jurídica**

Requiere escritura pública inscrita en los Registros Públicos y existen 4 modalidades. El nacimiento de una persona jurídica se origina con el acto constitutivo o la elaboración de una minuta de constitución. El acto constitutivo solo puede ser usado para crear

microempresa (declaración de voluntades de crear un negocio y aprobación de los estatutos).las modalidades son:

**Empresa Individual de Responsabilidad Limitada:** Lo constituye una sola persona. La empresa responde con su patrimonio.

**Sociedad Anónima:** Se forma con un mínimo de dos accionistas y no tiene límite superior. Requiere de una Junta General de Accionistas.

**Sociedad Anónima Cerrada:** Requiere de dos accionistas para constituirla y no puede tener más de 20. Necesita de una Junta General de Accionistas.

**Sociedad Comercial de Responsabilidad:** Nace con un mínimo de dos socios y no puede tener más de 20. Se abre con una cuenta bancaria.

#### **PASOS PARA FORMALIZAR UNA MYPE**

- a) Declaración de voluntades y reserva de nombre.
- b) Inscripción en Registro Público de la SUNARP (Mediante las ventanillas de Mi Empresa se contribuye en la elaboración de la minuta de constitución o acto constitutivo).
- c) Inscripción en el Registro Único de Contribuyente (RUC) – SUNAT.
- d) Registro de Planilla de Trabajadores
- e) Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa –REMYPE
- f) Existe dos regímenes laborales: El General y del de MYPE.
- g) Registro de trabajadores en Seguro Social de Salud (Essalud) o el Seguro Integral de Salud (SIS).
- h) Autorizaciones y/o permisos especiales de otros sectores.
- i) Autorización de Licencia Municipal.

## REGIMEN TRIBUTARIO DE UNA MYPE

- Como persona natural podrás acogerte al Nuevo Régimen Único Simplificado, o al Régimen Especial del Impuesto a la Renta o Régimen General del Impuesto a la Renta.
- Como persona jurídica podrás acogerte al Régimen Especial o al Régimen General del Impuesto a la Renta. En estos regímenes estas obligado a pagar el Impuesto General a las Ventas – IGV.

<b>Impuestos</b>	<b>Descripción</b>
<b>IGV</b> <b>Impuesto General a las Ventas</b>	Se aplica sobre las transacciones de bienes y servicios. Cada vez que compras o que vendes algo, tu operación queda grabada con un 18%
<b>IR</b> <b>Impuesto a la Renta</b>	Se aplica sobre las utilidades que genera tu negocio. Todos están afectos a este impuesto pero varían según el régimen al que se acoja la persona natural o jurídica

Fuente: Elaboración propia en base a información de SUNAT

## EL REGISTRO NACIONAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA (REMYPE)

**Ministerio de trabajo (2014).** Es un registro que cuenta con un procedimiento de inscripción en web, donde se inscriben las Micro y Pequeñas Empresas, cuya administración se encuentra a cargo del Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo.

Para que tu empresa sea reconocida como una MYPE deberá inscribirse en el REMYPE, el trámite se realizara en línea y necesitas utilizar tu clave SOL (SUNAT) accediendo a la página del ministerio de trabajo: <http://www.mintra.gob.pe>

Si no te inscribes en el REMYPE o no cumples con las condiciones para acogerte, quedaras sujeto al régimen general, tanto tu empresa como tus trabajadores se encontraran sujetos al régimen laboral general.

## **Regímenes y Tributos**

El régimen en el que te inscribas determinará los impuestos a los que estarás afecto y las tasas o montos que deberás pagar según sea el caso. En la actualidad existen tres regímenes, según el tipo de negocio e ingresos que tengas: el Nuevo Régimen Único Simplificado, el Régimen Especial del Impuesto a la Renta – RER y el Régimen General del Impuesto a la Renta.

### **1. Nuevo Régimen Único Simplificado (RUS)**

Es un régimen tributario creado para los pequeños comerciantes y productores, el cual les permite el pago de una cuota mensual fijada en función a sus compras y/o ingresos, con la que se reemplaza el pago de diversos tributos. (SUNAT 2012).

#### **¿Quiénes pueden acogerse a este régimen?**

Pueden acogerse a este Régimen: Personas Naturales y Sucesiones Indivisas que contemplen lo siguiente:

Los Ingresos Brutos y el monto anual de las compras no sean mayor a S/ 360,000

El valor de los activos fijos no sean mayor a S/ 70,000

Deben realizar actividades en un solo establecimiento o sede productiva.

## **Categorización**

Los sujetos que deseen acogerse al presente Régimen deberán ubicarse en alguna de las categorías y de acuerdo a ello pagaran una cuota que se establecen en la siguiente Tabla:

### **Categorías del Rus**

<b>Categorías</b>	<b>Total Ingresos Brutos Mensuales (Hasta S/.)</b>	<b>Total Adquisiciones Mensuales (Hasta S/.)</b>	<b>Cuota a pagar</b>
1	5,000	5,000	20
2	8,000	8,000	50
3	13,000	13,000	200
4	20,000	20,000	400
5	30,000	30,000	600

Fuente: Elaboración propia en base al Artículo 7° del Decreto Legislativo N° 937

### **Tipo de Comprobantes a emitir:**

- Boletas de Venta.
- Tickets
- Máquinas registradoras sin derecho al crédito fiscal.

### **Ventajas ofrece el régimen único simplificado – RUS**

- Sólo debe efectuar un pago al mes.
- No tiene la obligación de presentar declaración mensual por el IGV ni por el Impuesto a la Renta, ni presentar declaración jurada anual por el Impuesto a la Renta - Tercera Categoría.
- No está obligado a llevar libros contables.

## **2. Régimen Especial del Impuesto a la Renta – RER**

Es un régimen tributario dirigido a personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales domiciliadas en el país que obtengan rentas de tercera categoría provenientes de:

- Actividades de comercio y/o industria, entendiéndose por tales a la venta de los bienes que adquieran, produzcan o manufacturen, así como la de aquellos recursos naturales que extraigan, incluidos la cría y el cultivo.
- Actividades de servicios, entendiéndose por tales a cualquier otra actividad no señalada expresamente en el inciso anterior.

### **Acogimiento del régimen especial**

Para incorporarse a este Régimen, debe tener presente lo siguiente:

α) Tratándose de contribuyentes que inicien actividades en el transcurso del ejercicio:

El acogimiento se realizará únicamente con ocasión de la declaración y pago de la cuota que corresponda al período de inicio de actividades declarado en el Registro Único de Contribuyentes, y siempre que se efectúe dentro de la fecha de su vencimiento.

β) Tratándose de contribuyentes que provengan del Régimen General o del Nuevo Régimen Único Simplificado el acogimiento se realizará únicamente con ocasión de la declaración y pago de la cuota que corresponda al período en que se efectúa el cambio de régimen, y siempre que se efectúe dentro de la fecha de su vencimiento.

### **Empresas no comprendidas en el régimen especial**

- Cuando en el transcurso de cada ejercicio gravable el monto de sus ingresos netos superen los S/. 525,000.00 (quinientos veinticinco mil y 00/100 Nuevos Soles).

- El valor de los activos fijos afectados a la actividad, con excepción de los predios y vehículos, supere los S/. 126,000.00 (ciento veintiséis mil y 00/100 Nuevos Soles)
- Cuando en el transcurso de cada ejercicio gravable el monto de sus adquisiciones afectadas a la actividad acumuladas supere los S/. 525,000.00 (quinientos veinticinco mil y 00/100 Nuevos Soles).
- Tampoco podrán acogerse al presente Régimen los sujetos que realicen actividades que especifica dicha ley.

### **Cálculo del monto a pagar en el Régimen especial**

Los contribuyentes que se acojan al RER, deben cumplir con declarar y pagar mensualmente el Impuesto a la Renta (Régimen Especial) y el IGV, de acuerdo a las siguientes tasas:

#### **Tasas del Impuesto a la Renta – 3era. Categoría**

<b>Tributo</b>	<b>Tasa</b>
Impuesto a la Renta Tercera Categoría, Cuando sus Rentas de Tercera Categoría provienen exclusivamente de actividades de comercio y/o industria. Pagara	1.5% de sus ingresos netos mensuales
Si sus Rentas de Tercera Categoría provienen exclusivamente de actividades de servicios. Pagara	2.5% de sus ingresos netos mensuales.
Si sus Rentas de Tercera Categoría provienen de las actividades conjuntas señaladas en los párrafos anteriores, pagará	2.5% de sus ingresos netos mensuales.
Impuesto General a las Ventas	18% del valor de las ventas

Fuente: Elaboración propia en base a información de Sunat.

### **Obligaciones en el Régimen Especial**

- Llevar libros contables (Registro de ventas e ingresos, Registro de compras y libro de inventario y balances). Además los Registros de consignaciones y de planillas de pago, de corresponder.

- Emitir comprobantes de pago en las ventas o servicios y solicitarlos en las compras que realice. Puede emitir los siguientes comprobantes de pago: Facturas, boletas de venta, tickets, liquidación de compra, nota de crédito, nota de débito, guías de remisión, entre otros.
- Declarar y pagar sus obligaciones tributarias.
- Efectuar las retenciones a sus trabajadores (dependientes e independientes) y otras acciones que señale la ley.
- Comunicar la suspensión de actividades y mantener actualizado su RUC.
- Efectuar la baja del RUC en caso de cierre o cese de actividades.

### **Régimen General del Impuesto a la Renta**

Están comprendidos aquellas personas que realicen actividades empresariales o de negocios, entre ellas: personas naturales, personas jurídicas, sucesiones indivisas, sociedades conyugales que opten tributar como tal y las asociaciones de hecho de profesionales y similares.

**Comprobantes de pago:** Las empresas que pertenecen a este Régimen, pueden emitir los siguientes tipos de comprobante de pago:

- Factura
- Boletas de venta.
- Ticket o cinta emitidos por máquinas registradoras.
- Notas de débito y Notas de crédito.
- Liquidaciones de Compra.
- Guías de remisión: remitente y transportista.



## LIBROS OBLIGATORIOS

	Volumen de Ingresos brutos anuales	Libros obligados a llevar
Régimen General de Renta	Hasta 150 UIT	Registro de Compras -Registro de Ventas -Libro Diario Simplificado
	Más de 150 UIT hasta 500 UIT	Diario, Mayor, Registro de Compras y Registro de Ventas,
	Más de 500 UIT hasta 1,700 UIT	Libro de Inventario y Balances, Diario, Mayor, Registro de Compras y Reg. De Ventas
	Más de 1,700 UIT	Contabilidad Completa

Fuente: Elaboración propia en base a información de Sunat.

### Tributos afectos del Régimen General del Impuesto a la Renta

Por su actividad económica:

- IGV: 18% de las ventas mensuales con derecho a deducir crédito fiscal.
- Si tiene trabajadores dependientes contribuciones a ESSALUD 9%
- RENTA: Declaración y pagos a cuentas mensuales, de acuerdo con alguno de los siguientes sistemas de cálculo:
  - Sistema A) : Método del Coeficiente sobre los Ingresos Netos mensuales
  - Sistema B) : Método del 2% de los Ingresos Netos mensuales

- Declaración anual y pago de regularización: 30% sobre la renta neta imponible.
- ISC: Sólo si estuviera afecto. La tasa del impuesto, es de acuerdo con las tablas anexas de la Ley del IGV e ISC.
- Retenciones a efectuar: De ser el caso, debe cumplir con efectuar las retenciones correspondientes a las rentas, aportes a la ONP, así como a los contribuyentes no domiciliados.

## **2.3 Marco Conceptual**

### **2.3.1 Financiamiento**

**Etimología de la palabra financiamiento:** La palabra financiamiento viene del sufijo miento (que indica el resultado de la acción del verbo que lo predece) sobre el verbo financiar y este del francés financer (sufragar una deuda) y este del latín finance que significa pago para poner fin a una deuda, Sufragar los gastos de una actividad, obra etc.

**Perdomo, (2010).** Financiamiento es: “La obtención de recursos de fuentes internas o externas, a corto, mediano o largo plazo, que requiere para su operación normal y eficiente una empresa pública, privada, social o mixta”.

**Según Márquez, (2007).** El financiamiento es: “Obtención de dinero a través de la inversión o la emisión de la deuda, y a la administración de los ingresos y gastos de una organización gubernamental. Son los recursos financieros percibidos por concepto de renta O son aquellos recursos provenientes de operaciones empresariales.

**Según Domínguez, (2007).** El financiamiento empresarial puede definirse como la obtención 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 fines. Según su origen, las fuentes financieras suelen agruparse en financiación interna y financiación externa.

**Según Gitman, (1996).** Designa con el término de Financiamiento al conjunto de recursos monetarios financieros que se destinarán para llevar a cabo una determinada actividad o proyecto económico. La principal particularidad es que estos recursos financieros son generalmente sumas de dinero que llegan a manos de las empresas, o bien de algunas gestiones de gobierno, gracias a un préstamo y sirven para complementar los recursos propios. En tanto, en el caso de los gobiernos, una determinada gestión puede solicitarla ante un organismo financiero internacional para poder hacer frente a un déficit presupuestario grave.

- **Banco:** El término banco tiene diferentes usos y significados. En esta oportunidad nos interesa la definición de banco como una entidad financiera cuya función es administrar el dinero. Estas instituciones, que surgieron en el Renacimiento, se encargan de brindar servicios como el préstamo de capital o el depósito de valores.
- **Crédito: Pérez & Gardey (2009).** El origen etimológico de la palabra **crédito** nos remonta al latín *creditum*, que significa “**cosa confiada**”. Por lo tanto, la noción de crédito aparece vinculada con tener confianza. Es una cantidad de dinero que se le debe a una entidad (por ejemplo, un banco) o a una persona, En otro sentido el término crédito se utiliza como sinónimo de autoridad, fama o reputación, confianza.
- **Deuda:** El concepto de deuda hace referencia a la obligación que un sujeto tiene de pagar, reintegrar o satisfacer algo a otro. Lo habitual es que el concepto esté relacionado con el dinero. Para contraer una deuda debe haber un objeto que haga necesaria la transacción entre ambos individuos; el mismo puede ser algo real o abstracto.
- **Fideicomiso: Rosso y Uriarte (2003).** Definen el contrato de fideicomiso como el negocio Jurídico en virtud del cual una persona llamada fiduciante transfiere a título de confianza, a otra persona denominada fiduciario, uno o más bienes (que pasan a formar el patrimonio fideicomitado) para que al vencimiento de un plazo o al cumplimiento de una condición, éste transmita la finalidad o el resultado establecido

por el primero, a su favor o a favor de un tercero llamado beneficiario o fideicomisario.

- **Mype :** Según la ley de desarrollo constitucional de la micro y pequeña empresa la MYPE son las unidades económicas constituidas por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.
- **Préstamo:** Un préstamo es la acción y efecto de prestar, un verbo que hace referencia a entregar algo a otra persona, quien debe devolverlo en un futuro. El prestamista otorga una cosa para que quien recibe el préstamo pueda utilizarla en un periodo de tiempo. Una vez finalizado ese plazo, debe devolver la cosa prestada.

### 2.3.2 Chifles

#### **Definición:**

Son un bocadillo del Perú, originario de la región de Piura. Consiste en lonjas fritas de plátano verde, sazonadas con sal al gusto y fritas en leña de algarrobo, lo que le da un aroma y gusto especial. Según el tipo de plátano el sabor puede ser dulce o salado. A veces se sirve acompañado de cancha serrana o cecina desmenuzada.

#### **Denominación de Chifles en otros países:**

Según Coveñas (2015).

- Bolivia: chipilos
- Colombia: platanitos
- Costa Rica: platanitos o plátanos tostados.
- Cuba: mariquitas o chicharritas.
- Ecuador: chifle.
- El Salvador: platanitos.
- Guatemala: plataninas y plataniñas.
- Honduras: chips de plátano
- México: platanitos.

- Nicaragua: platanitos.
- Panamá: platanitos.
- Perú: chifle.
- Puerto Rico: platanutres.
- República Dominicana: platanitos y chicharritas
- Venezuela: platanitos y tostones.

### **III.- METODOLOGÍA**

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

La investigación utilizó el diseño No experimental- transeccional- descriptivo.

##### **No experimental**

Aquella investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para analizarlos con posterioridad. En este tipo de investigación no hay condiciones ni estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos son observados en su ambiente natural.

##### **Transeccional**

Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un sólo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

##### **Descriptivo**

La investigación descriptiva, tiene como objetivo indagar la incidencia y los valores en que se manifiestan las variables y proporcionar su descripción.

#### **3.2 Población y muestra:**

##### **3.2.1 Población:**

Se entiende por población al conjunto finito o infinito de elementos con características comunes, para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda limitada por el problema y por los objetivos del estudio". Es decir, se utilizará un conjunto de personas con características comunes que serán objeto de estudio.

Los tesistas e investigadores en formación que no cuenten con financiamiento, deben estudiar poblaciones finitas y accesibles. Si la población, por el número de unidades que la

integran, resulta accesible en su totalidad, no será necesario extraer una muestra. (Arias 2006).

La Población considerada correspondió a 50 MYPE comercializadoras de chifles.

#### **Criterios de inclusión:**

- Que opere formalmente en el momento del estudio
- Que se encuentre ubicada en la ciudad de Piura
- Que tenga más de dos trabajadores
- Que tenga dos años o más de funcionamiento formal.

#### **3.2.2 Muestra**

La muestra representativa correspondió a la misma población: 50 MYPE que cumplen con los criterios de inclusión.

#### **Relación de la muestra**

<b>N°</b>	<b>Razón Social</b>
1	Chiflería El Ayabaquino EIRL.
2	Correa Troncos Elizabeth “Chifles José Antonio “
3	Chiflería Reyes E.I.R.L.
4	Castro Guerrero Ernestina
5	Flor Cecilia Castro Benites
6	Calle Montalban Julio Chifleria “Evezezer”
7	Rosa Yanayaco Chamba
8	María Elena Torres Zapata
9	José Antonio Jiménez Troncos
10	Carlos Nole Guerrero
11	Teresa Alejandrina Ordinola Pérez
12	Sarango Culquicondor Luz Edit. chifleria y dulceria jean
13	Chifleria Divina Misericordia
14	La españolita E.I.R.L

- 15 Industrias Agrícolas SRL
- 16 Rosa Mary Requejo chinguel “Chifleria Shalon “
- 17 Chifles Don José E.I.R.L
- 18 Chifles Leo
- 19 Cruz Cornejo García
- 20 Manuela Jacinta Olivares Neira
- 21 Luis Cornejo Sánchez
- 22 Leonor Cunya Moreno
- 23 Rosa Criollo Mauricio
- 24 Juan Estrada zapata
- 25 Ana María Jiménez de Aranda “Chiflería la Colorada “
- 26 Chiflería Raffo
- 27 Susana Canales Lazo
- 28 Cotrina Flores Juan José “ Chifleria Flores”
- 29 Chifles otero
- 30 Adriana Moscol León “Chifles Especiales San Miguel”
- 31 Industrias Alimentarias Olaechea E.I.R.L
- 32 Tomas Campos Huertas
- 33 Cecilia Antón Cruz
- 34 Raúl Vicente Santur
- 35 Vilma Amanda Ancajima Febres
- 36 Chiflería Alexandra
- 37 Luzmila Silvana Jacinto Trelles
- 38 Sarango Culquicondor Luz Edit “chifleria y dulceria jean”
- 39 Gaby Paola Zapata Farfán
- 40 María Josefa Zurita Pozo
- 42 Javier Eduardo Rosado Huertas
- 43 Soledad de los Milagros Reyes Panta



- 44 Chiflería Keylita E.I.R.L.
- 45 Clara Luz Espinoza Gomez
- 46 Víctor Navarro Huertas
- 47 Mayra Flores Jiménez “Chiflería la Piuranita”
- 48 Reyna Nima Benites
- 49 pedro Armando Sosa Bernuy
- 50 Karla Mendoza Flores

### **3.3 Técnicas e instrumentos**

#### **3.3.1 Técnica**

Para el recojo de la información se utilizó la técnica de la revisión bibliográfica y documental.

#### **3.3.2 Instrumento:**

Para el recojo de la información se utilizó la entrevista, la observación directa y el cuestionario, el cual estuvo compuesto por preguntas redactadas de manera sencilla para que sean comprendidas con facilidad por los encuestados.

### 3.4 Operacionalización de variables

Variable Principal	Definición Conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Escala de Medición
<b>Financiamiento</b>	Es la obtención 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 fines	¿Como financia su actividad comercial?	Cualitativa Especificar :
		Si el financiamiento es de terceros a qué tipo de entidad recurre para obtener financiamiento?	Cualitativa Especificar :
		¿Quién le otorga mayores facilidades para la obtención del crédito?	Cualitativa Especificar :
		¿Cuántas veces solicitó crédito en el año anterior?	Cuantitativa: Especificar el tiempo
		¿A quién solicito el crédito?	Cualitativa Especificar :
		¿Cuál fue el plazo de devolución del crédito solicitado?	Cuantitativa: Especificar el tiempo

		¿Cuál fue la tasa de interés que pagó?	Cuantitativa: Especificar la tasa
		¿Cuál fue el requisito solicitado para el otorgamiento del crédito?	Especificar
		¿Cuál fue el monto de crédito otorgado?	Cuantitativa: Especificar el monto
		¿Cuál fue el destino del crédito obtenido?	Especificar
		¿El financiamiento obtenido tubo incidencia de manera positiva en la gestión de su empresa?	Nominal Sí No
		¿El financiamiento afectó el cumplimiento de otras obligaciones?	Nominal Sí No

### 3.5 Matriz de consistencia

Título	Enunciado	Objetivo general	Objetivos específicos	Variables	Metodología
Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, año 2015.	¿Cuáles son las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas comercializadas de chifles en la ciudad de Piura, año 2015?	Describir las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas comercializadas de chifles en la ciudad de Piura, año 2015.	<p>1. Describir las principales características de los propietarios, gerentes y/o representantes legales de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.</p> <p>2. Describir las principales características de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.</p> <p>3. Describir las principales características del financiamiento de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.</p>	<b>Financiamiento</b>	<p><b>Diseño:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-No experimental</li> <li>-Transeccional -</li> <li>Descriptivo</li> </ul> <p><b>Técnica</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Revisión bibliográfica y documental.</li> </ul> <p><b>Instrumento:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrevista</li> <li>- Observación directa</li> <li>- Cuestionario.</li> </ul>

### **3.6 Plan de análisis**

**Para conseguir el objetivo específico 1:** Se realizó una revisión bibliográfica y documental de la literatura pertinente (antecedentes).

**Para conseguir el objetivo específico 2:** Se utilizó un cuestionario, el mismo que fue aplicado a la empresa del caso.

**Para conseguir el objetivo específico 3:** Se realizó un análisis comparativo de los resultados del objetivo específico 1 y el objetivo específico 2.

### **3.7 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 intelectual de los libros de texto y 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 los trabajadores y funcionarios que han colaborado contestando las encuestas a efectos de establecer la relación causa-efecto de las variables. Además, se ha creído conveniente mantener en reserva la identidad de los mismos con la finalidad de lograr objetividad en los resultados.

## IV. RESULTADOS

### 4.1 Resultados

#### 4.1.1 Respecto al objetivo específico 1

Describir las principales características de los propietarios, gerentes y/o representantes legales de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.

TABLA 1

#### 1. Edad del propietario y/o representante legal de la MYPE

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
18 - 25	10	20%
26 - 40	24	48%
41 - 60	16	32%
Más de 60 años	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

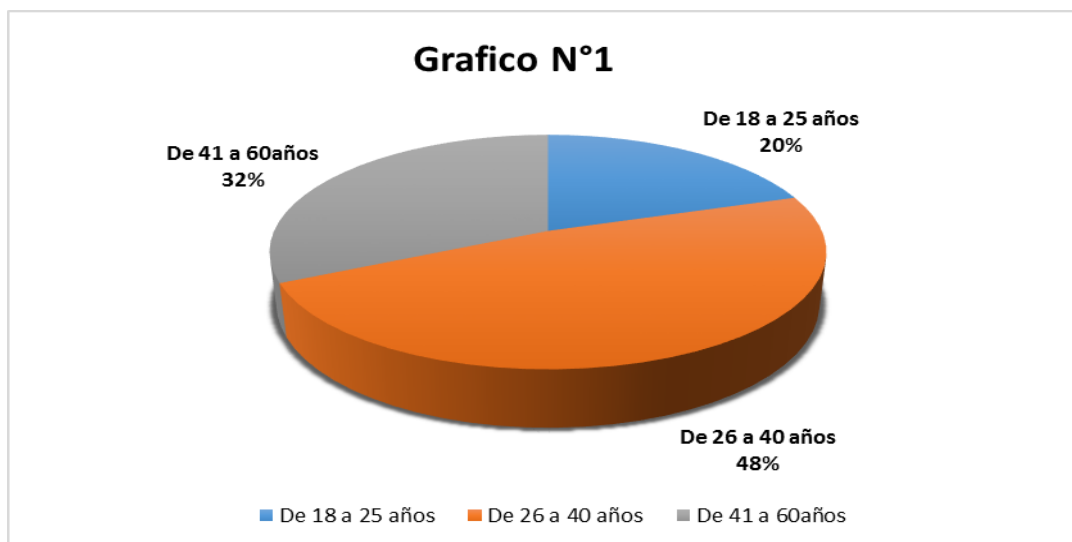


Gráfico 1: Distribución porcentual de la edad del propietario, gerente y/o representante legal. Fuente: Tabla 1

El 20% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, año 2015 tienen entre 18 y 25 años, el 48% está entre 26 y 40 años, el 32% entre 41 y 60 años.

**TABLA 2**

**2. Sexo del representante de la empresa**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
Masculino	16	32%
Femenino	34	68%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

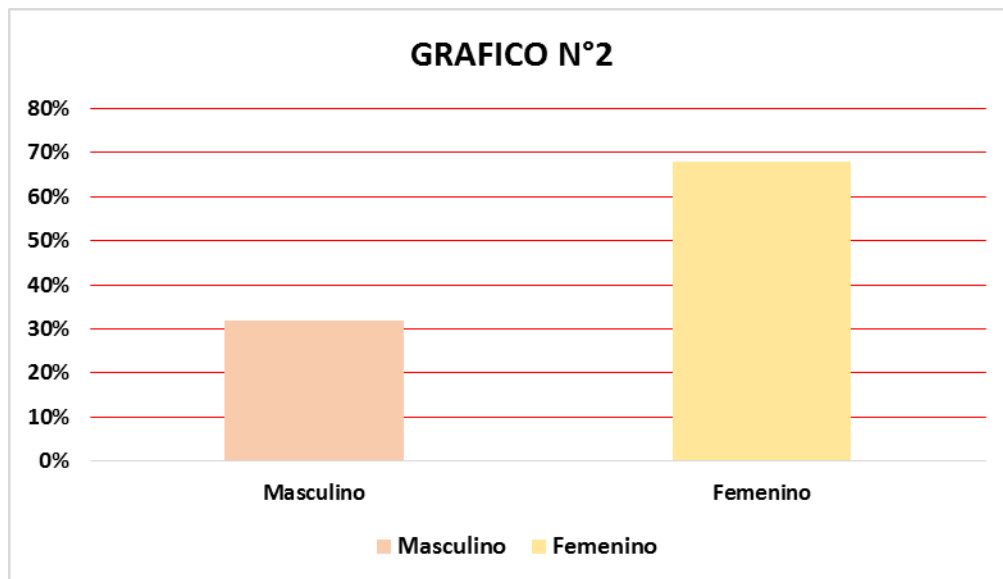


Gráfico 2: Distribución porcentual del sexo del representante de la empresa.

Fuente: Tabla 2

El 32% de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, año 2015 son de sexo masculino y el 68 % son de sexo femenino.

**TABLA 3**

**3. Grado de instrucción del representante de la empresa**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
Secundaria	28	56%
Superior técnica	12	24
Superior Universitaria	10	20
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

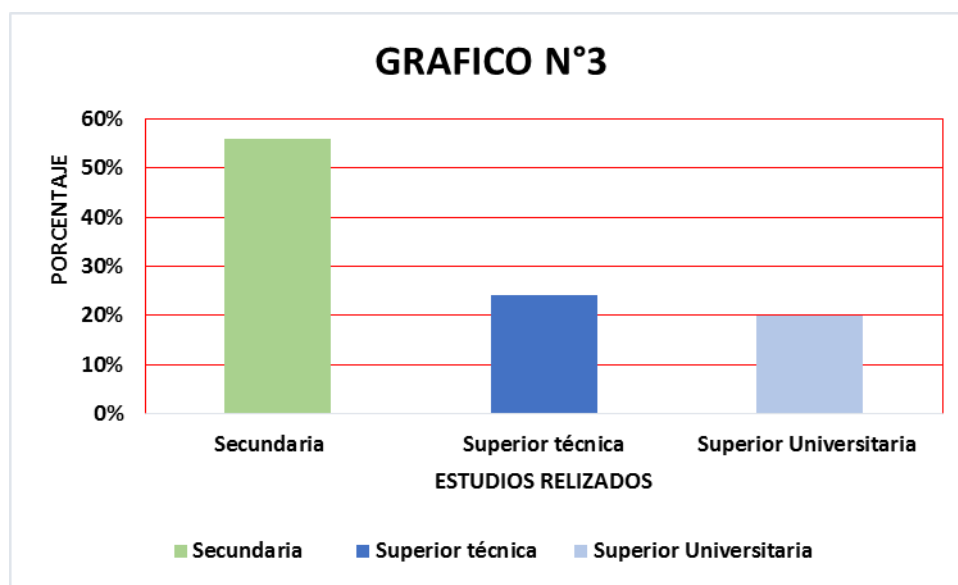


Gráfico 3: Distribución porcentual del grado de instrucción del representante de la empresa.

Fuente: Tabla 3

El 56 % de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, año 2015 tienen estudios secundarios, el 24% tiene estudio superior técnico y el 20% estudios superiores universitarios.



**TABLA 4**

**4. Estado Civil del representante de la empresa**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
Soltero	20	40%
Casado	20	40%
Divorciado	4	8%
Otros	6	12%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

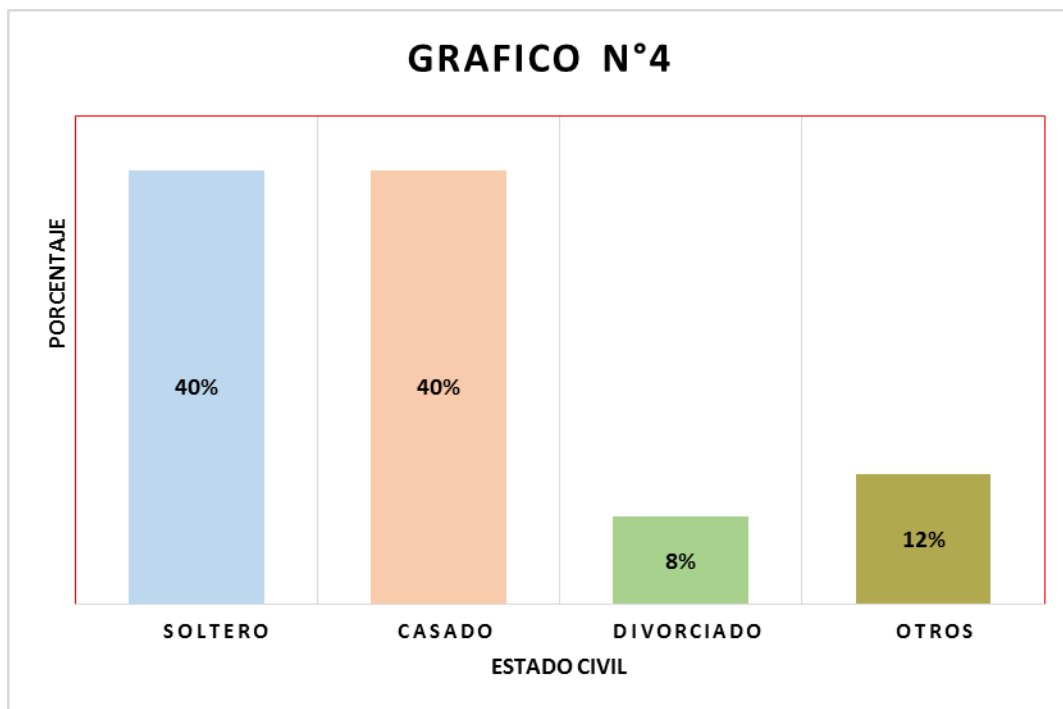


Gráfico 4: Distribución porcentual del Estado Civil del representante de la empresa.

Fuente: Tabla 4

El 40 % de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, año 2015 son solteros, el 40% son casados, el 8% son divorciados y el 12% convivientes

**TABLA 5**

**5. Profesión del propietario y/o representante legal**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
Administrador	30	60%
Contador	0	0%
Economista	0	0%
Abogado	0	0%
Profesor	15	30%
Ingeniero	5	10%
Otro	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

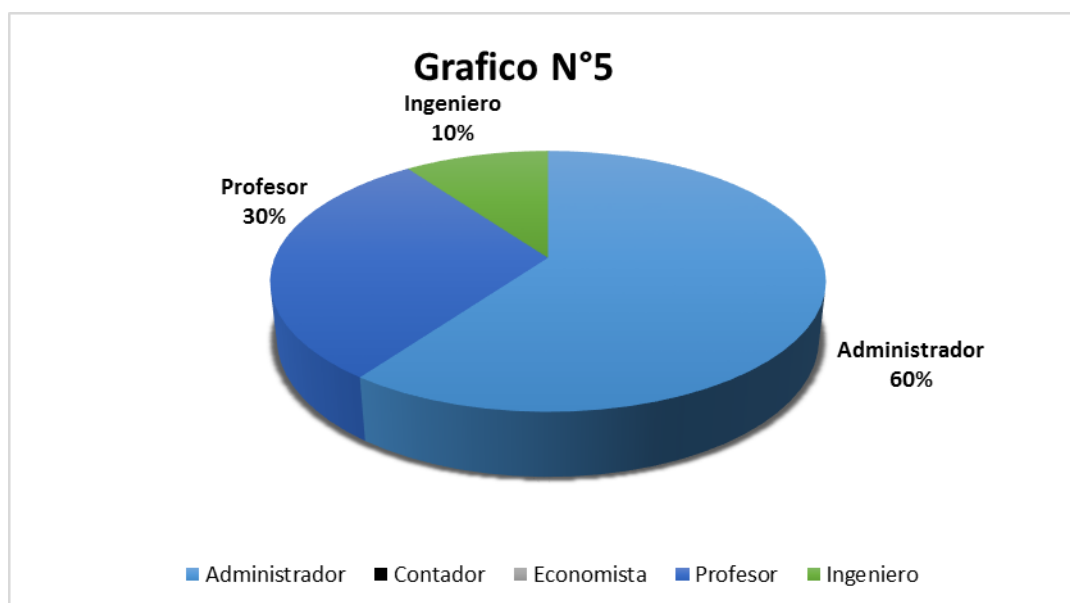


Gráfico 5: Distribución porcentual de la Profesión u ocupación del representante de la empresa. Fuente: Tabla 5

El 60 % de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, año 2015 son administradores, el 30% profesores y el 10% son ingenieros.

**TABLA 6**  
**6. Capacitación en el año 2015**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Si	24	48%
No	26	52%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

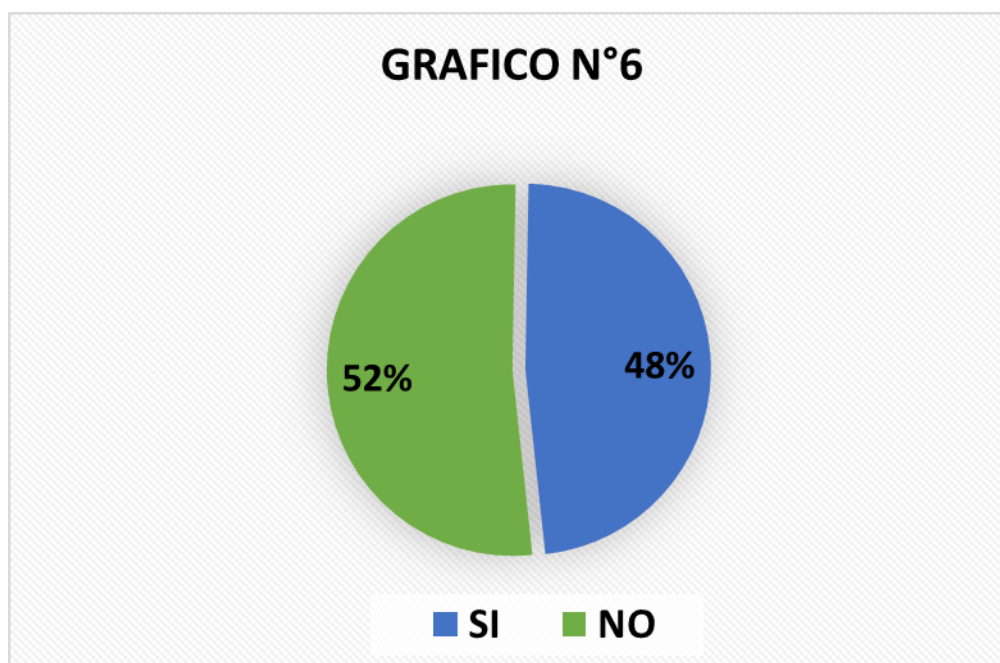


Gráfico 6: Distribución porcentual de la capacitación que recibieron los propietarios y/o representantes de las empresas en estudio. Fuente: Tabla 6

El 48 % de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, año 2015 si recibieron capacitación y el 52% no recibió capacitación.

**TABLA 7**

**7. Tema de capacitación del propietario y/o representante legal de la empresa**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
Técnica de ventas	4	8%
Administración de negocios	4	8%
Manejo de personal	8	16%
Otro.	34	68%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

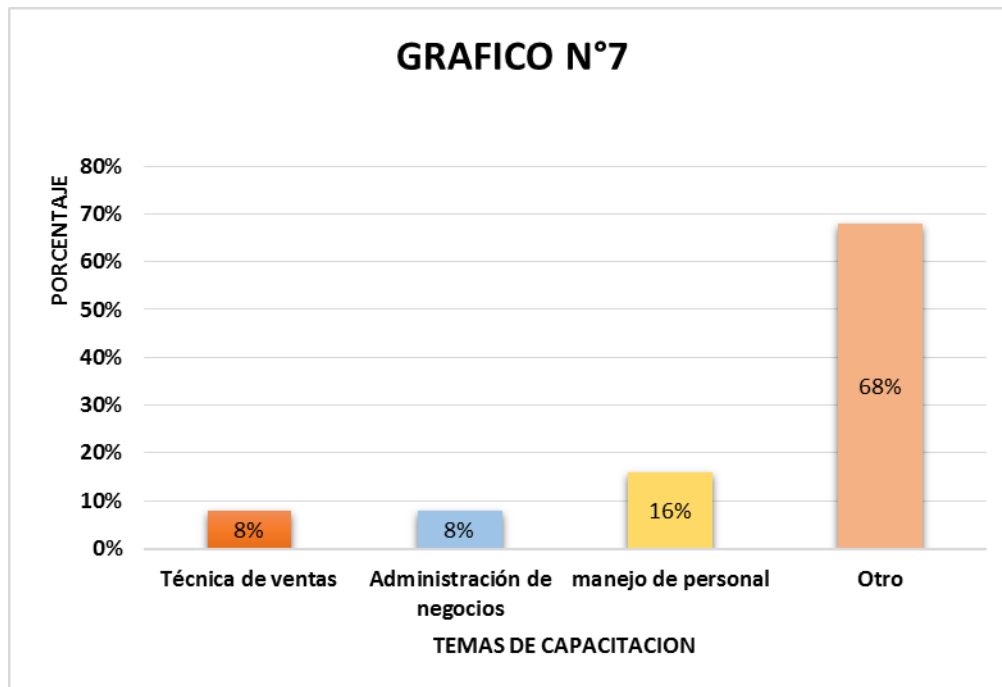


Gráfico 7: Distribución porcentual del tema de capacitación que recibieron los propietario y/o representante legal de la empresa. Fuente: Tabla 7

El 8 % de los propietarios y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, año 2015 se capacitaron en técnicas de ventas, el 8% en administración de negocios, el 16% en manejo de personal y el 68% recibió otro tipo de capacitación .

#### 4.1.2 Respecto al objetivo específico 2

Describir las principales características de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.

**TABLA 8**

#### 8. Tiempo que se encuentra la empresa en el sector y rubro

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
1 - 3 años	20	40%
5 – 10 años	24	48%
Más de 10 años	6	12%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

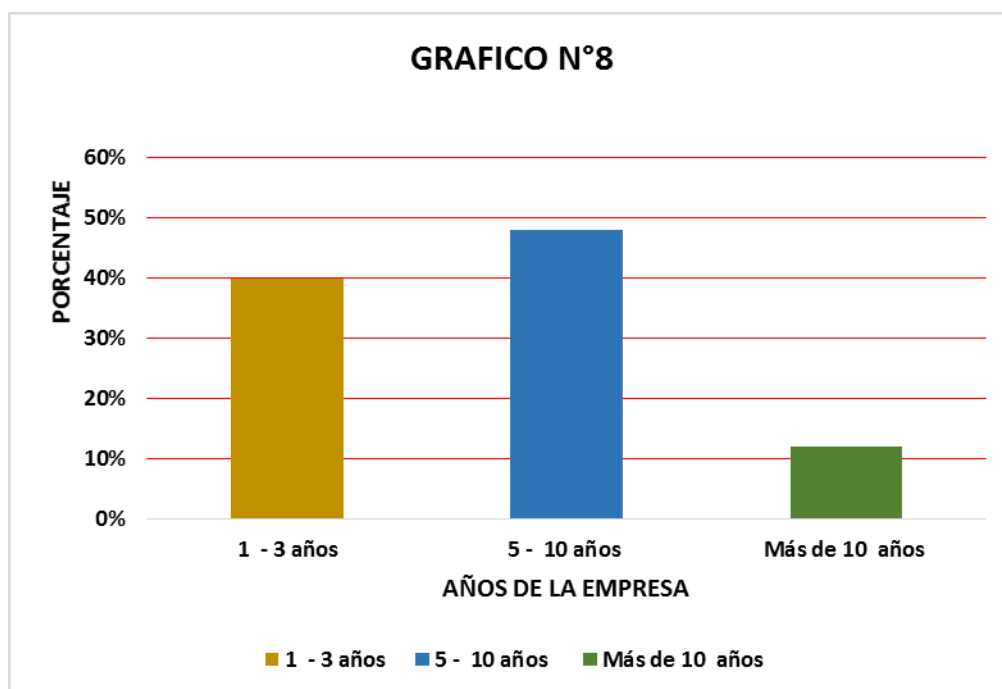


Gráfico 8: Distribución porcentual de los años que se encuentra la empresa en el sector y rubro. Fuente: Tabla 8

El 40 % de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, año 2015 tienen entre 1-3 años en el sector y rubro, el 48% tiene entre 5-10 años y el 12% tiene más de 10 años.

**TABLA 9**  
**9. Situación legal de la Empresa**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Formal	44	88%
Informal	6	12%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

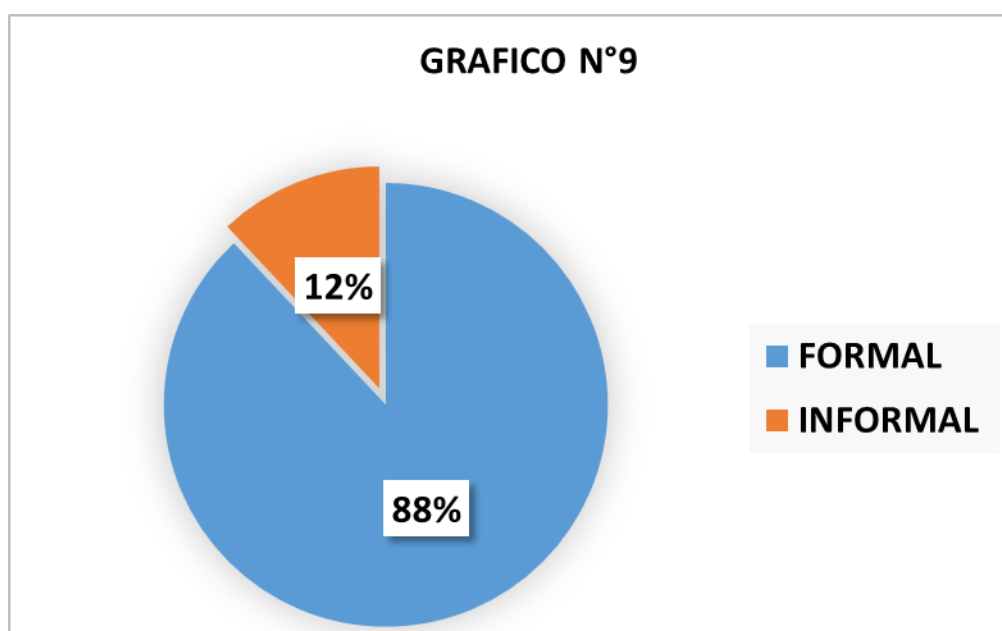


Gráfico 9: Distribución porcentual de la Situación legal de la Empresa. Fuente: Tabla 9

El 88 % de las de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, año 2015 son formales y el 12% son informales

**TABLA 10**  
**10. Número de trabajadores**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
1 a 3 trabajador	50	100%
4 a 10 trabajadores	00	00%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.



Gráfico 11: Distribución porcentual del Número de trabajadores. Fuente: Tabla 10

El 100 % de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, en estudio, tiene entre 1- 3 trabajadores.

**TABLA 11**  
**11. Objeto de creación de la Empresa**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Obtener ganancias	50	100%
Generar empleo	0	0%
Por Subsistencia	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

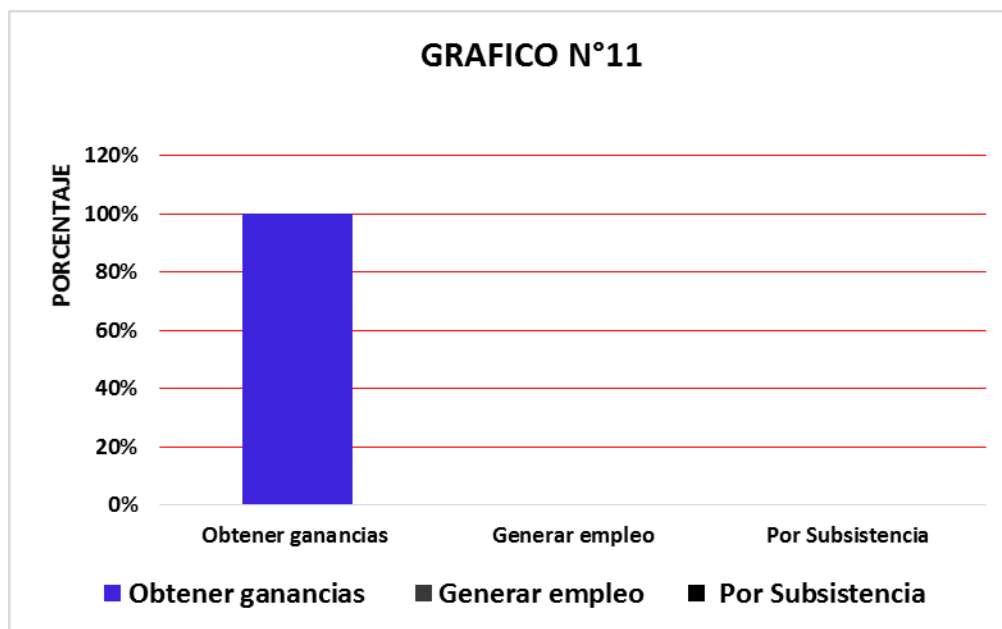


Gráfico 11: Distribución porcentual del Objeto de creación de la Empresa.  
Fuente: Tabla 11

El 100 % de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, en estudio iniciaron sus actividades comerciales con el objetivo obtener ganancias.



### 4.1.3 Respecto al objetivo específico 3

Describir las principales características del financiamiento de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.

**TABLA 12**  
**12. Financiamiento de su actividad comercial**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Con autofinanciamiento	0	0%
Con financiamiento de terceros	50	100%
Financiamiento mixto.	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

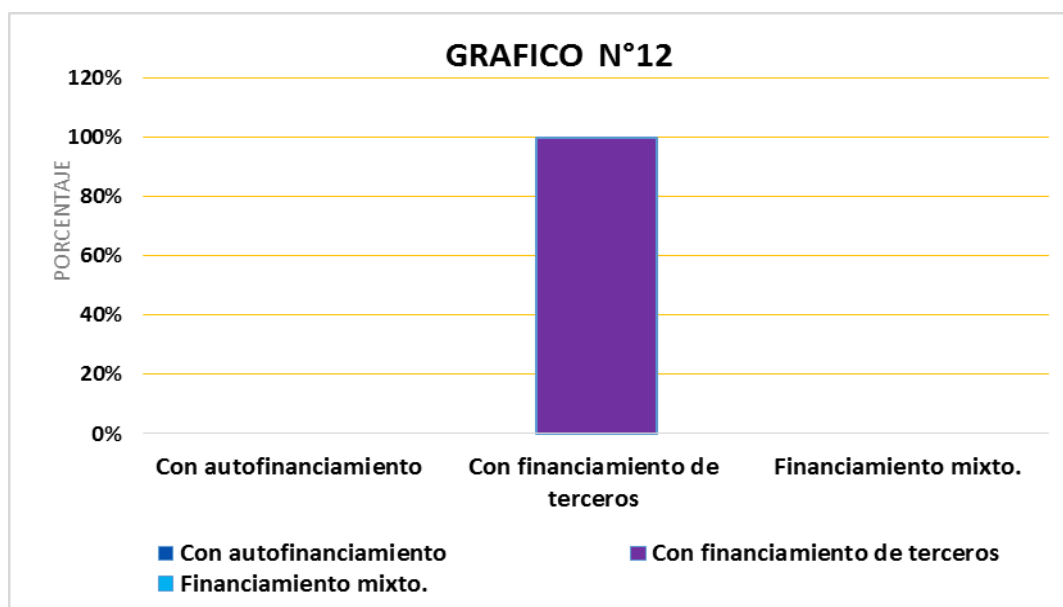


Gráfico 12: Distribución porcentual del financiamiento de la actividad comercial de la Empresa. Fuente: Tabla 12

El 100% de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, año 2015 realizan sus actividades con financiamientos de terceros.

**TABLA 13**

**13. Entidad que recurrió para obtener financiamiento.**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
Entidades bancarias	20	40%
Entidades no bancarias	28	56%
Sector informal	2	4%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

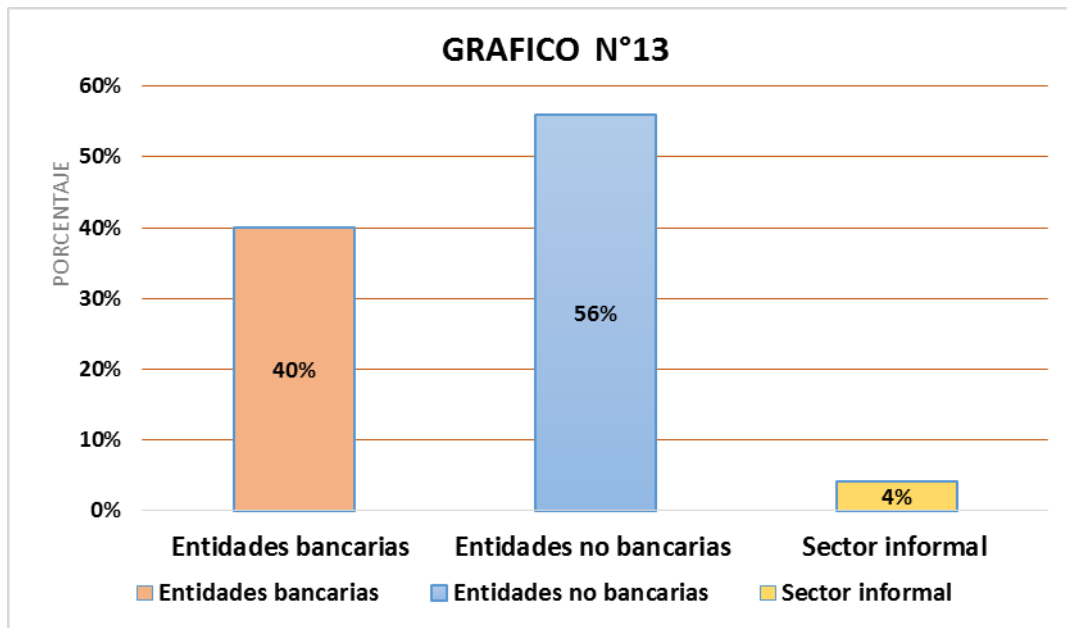


Gráfico 13: Distribución porcentual de la entidad que recurrió la empresa para obtener financiamiento. Fuente: Tabla 13

El 40 % de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en estudio, recurrieron a las entidades bancarias para obtener financiamiento, el 56% con financiamientos de entidades no bancarias (Cajas Municipales) y el 4% recurrió al sector informal para la obtención de financiamiento.

**TABLA 14**

**14. Mayores facilidades para la obtención del crédito**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
Entidades bancarias	20	40%
Entidades no bancarias	24	48%
Sector informal	6	12%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

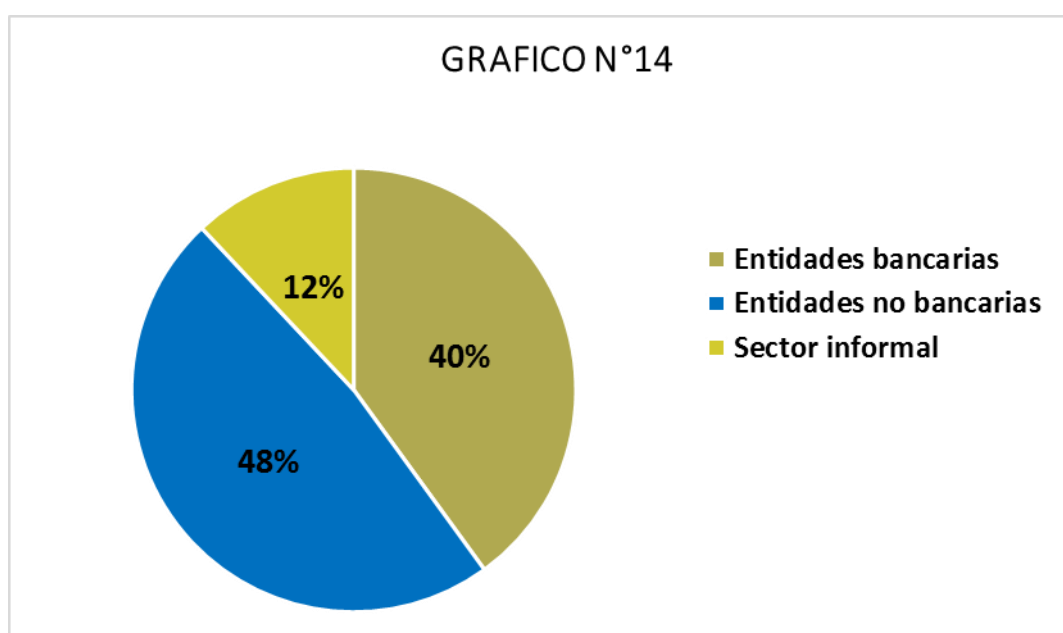


Gráfico 14: Distribución porcentual de las facilidades para la obtención del crédito. Fuente: Tabla 14

El 48 % de las de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, año 2015 manifestaron que quienes otorgan mayor facilidades para la obtención de un crédito son las entidades no bancarias, el 40% son las entidades bancarias y el 12% sector informal.

**TABLA 15**

**15. Las veces que solicitó crédito en el año anterior**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
1 vez	32	64%
2 veces	12	24%
3 veces	6	12%
Más de 3 veces	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

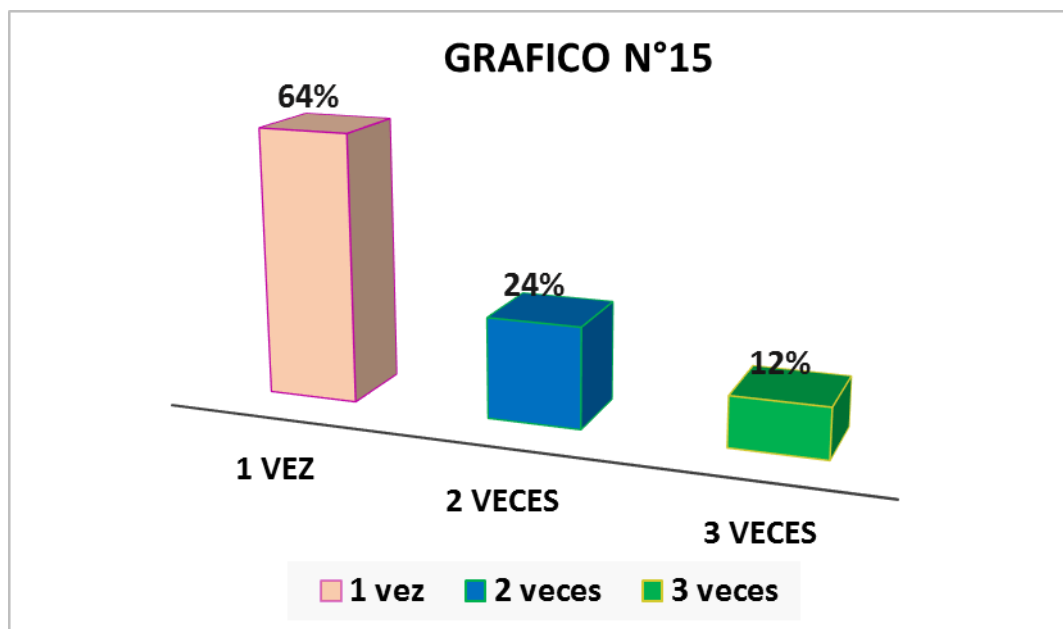


Gráfico 15: Distribución porcentual de las veces que solicitó crédito en el año anterior.

Fuente: Tabla 15

El 64 % de las de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, solicitaron una vez crédito en el año anterior, el 24% solicitó dos veces y el 12% lo hizo tres veces.

**TABLA 16**  
**16. A quién solicito el crédito**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
Bancos	20	40%
Cajas Municipales.	28	56%
Sector informal	2	4%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

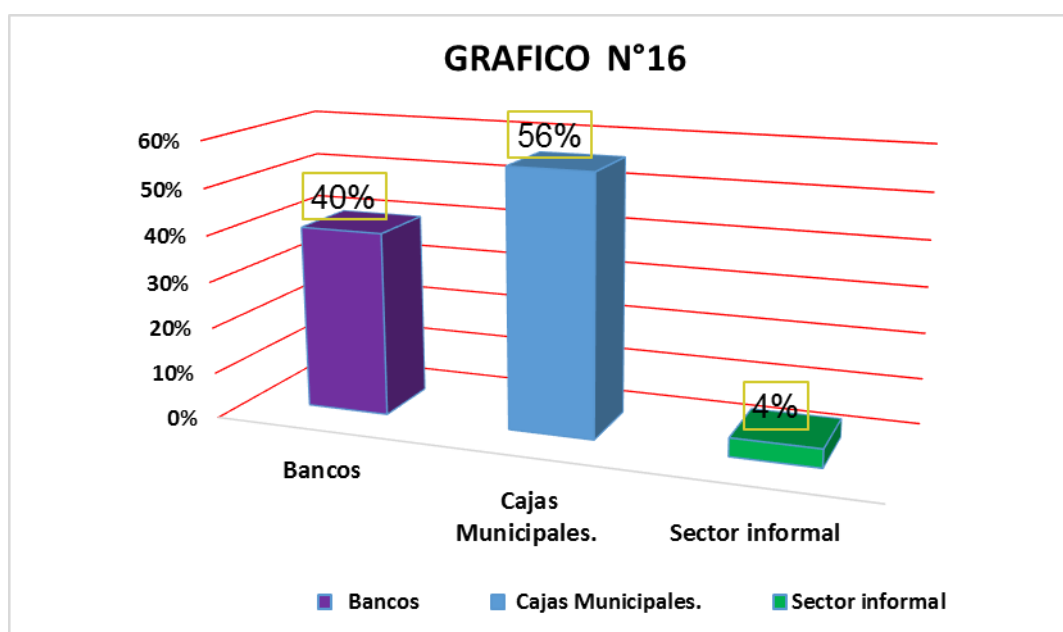


Gráfico 16: Distribución porcentual de la entidad financiera que solicito el crédito. Fuente: Tabla 16

El 40 % de las de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, año 2015 manifestaron que solicitaron crédito al banco, el 56% a las cajas municipales y el 4% al sector informal.

**TABLA 17**

**17. Plazo de la devolución del crédito solicitado**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
Hasta 6 meses	8	16%
Hasta 12 meses	32	64%
Hasta 18 meses	0	0%
Hasta 24 meses	4	8%
Más de 24 meses	9	12%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

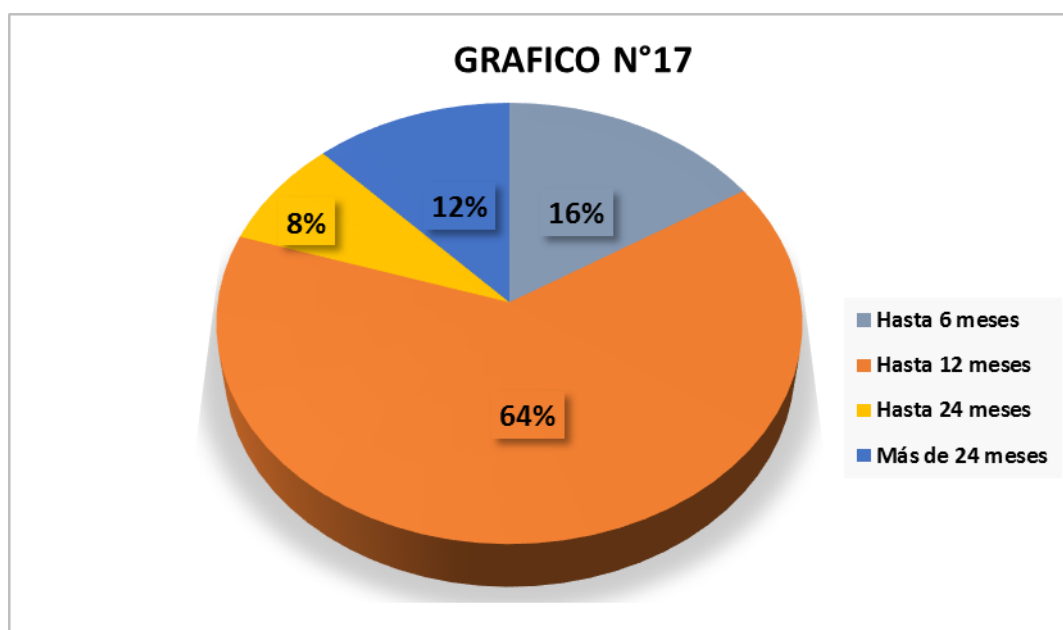


Gráfico 17: Distribución porcentual del plazo de la devolución del crédito solicitado.

Fuente: Tabla 17.

El 16 % de las de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, año 2015 manifestaron que el plazo de devolución del préstamo fue has 6 meses, 64% hasta 12 meses, 8% hasta 24 meses y el 12% más 24 meses.

**TABLA 18**

**18. Tasa de interés que pagó por el crédito**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
De 20 % a 40% anual	32	64%
De 41% a 60% anual	0	0%
Más del 60% anual	0	0%
No precisa	18	36%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

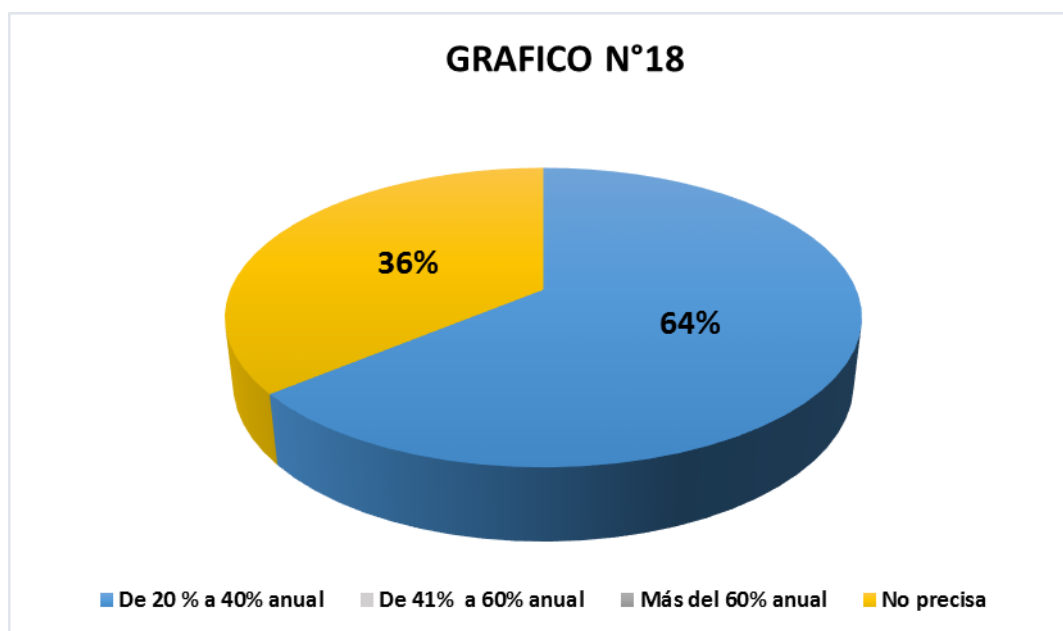


Gráfico 18: Distribución porcentual de la tasa de interés que pagó por el crédito.

Fuente: Tabla 18.

El 64 % de las de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, año 2015 manifestaron que la tasa de interés que pagaron por el préstamo fue de 20% a 40% y el 36% no precisa no sabe.

**TABLA 19**

**19. Requisito solicitado para el otorgamiento del crédito**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
Estados financieros	0	0%
Flujo de caja proyectado	12	24%
Garantía hipotecaria	4	8%
Aval	8	16%
Capacidad de pago	16	32%
Otros.	10	20%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

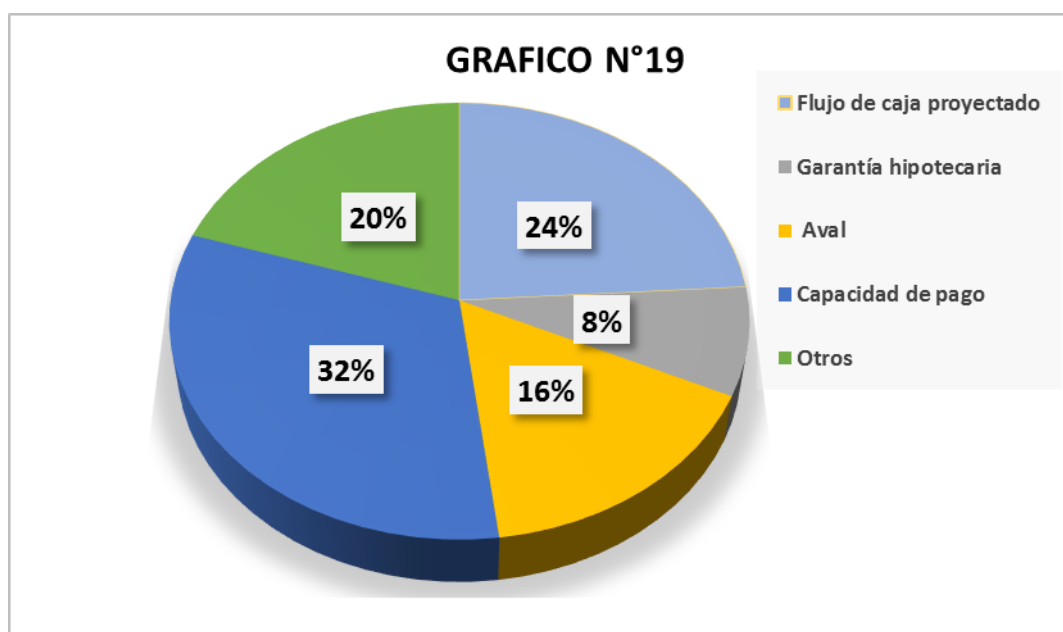


Gráfico 19: Distribución porcentual de los requisitos solicitados para el otorgamiento del crédito. Fuente: Tabla 19.

El 24 % de las de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, año 2015 manifestaron que el requisito solicitado para el otorgamiento del crédito fue Flujo de caja proyectado, el 8% garantía hipotecaria, el 16% aval, el 32% capacidad de pago y al 20% le solicitaron otros requisitos.



**TABLA 20**  
**20. Monto de crédito otorgado**

Alternativas	Frec. Relat.	Frec. Abs.
De S/. 1,000.00 a 2,000.00	24	48%
De S/. 2,001.00 a 3,000.00	16	32%
Más de S/. 3,000.00	10	20%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

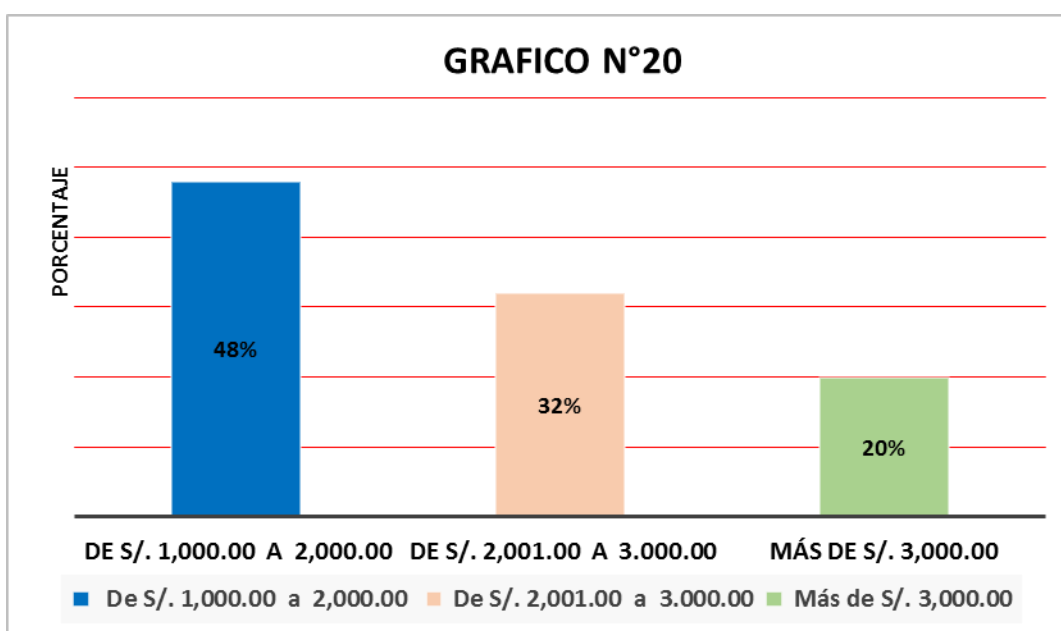


Gráfico 20: Distribución porcentual del monto de crédito otorgado.  
Fuente: Tabla 20.

El 48 % de las de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, año 2015 manifestaron que el monto de crédito otorgado fue entre 1,000.00 a 2,000.00, el 32% entre 2,001.00 a 3,000.00 y el 20% más 3,000.00.

**TABLA 21**  
**21. Destino del crédito obtenido**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
Compra de activos fijos	4	8%
Capital de trabajo	24	48%
Mejoramiento del local	16	32%
Programas de capacitación	0	0%
Otros.	6	12%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.



Gráfico 21: Distribución porcentual del destino del crédito obtenido  
Fuente: Tabla 21.

El 8 % de las de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, año 2015 manifestaron que el destino del crédito obtenido fue para la compra de activos fijos, el 48% para capital de trabajo, el 32% para el mejoramiento del local y el 12% para otros fines.

**TABLA 22**

**22. El financiamiento y su incidencia de manera positiva en la gestión de su empresa**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
<b>Si</b>	40	80%
<b>No</b>	10	20%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

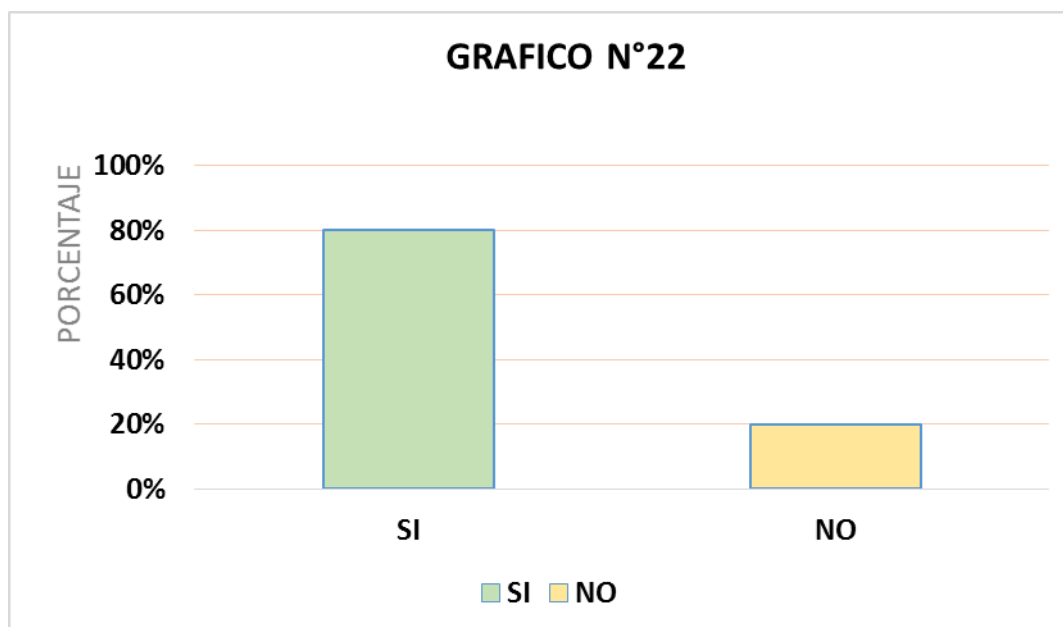


Gráfico 22: Distribución porcentual de la incidencia positiva del financiamiento en la Gestión de la empresa. Fuente: Tabla 22

El 80 % de las de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura en estudio, manifestaron que el financiamiento tuvo incidencia positiva en la gestión del año 2015, y el 20% manifestó que no tuvo incidencia positiva.

**TABLA 23**

**23 El financiamiento afectó el cumplimiento de otras obligaciones**

<b>Alternativas</b>	<b>Frec. Relat.</b>	<b>Frec. Abs.</b>
<b>Si</b>	10	20%
<b>No</b>	40	80%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia, en base a cuestionario aplicado.

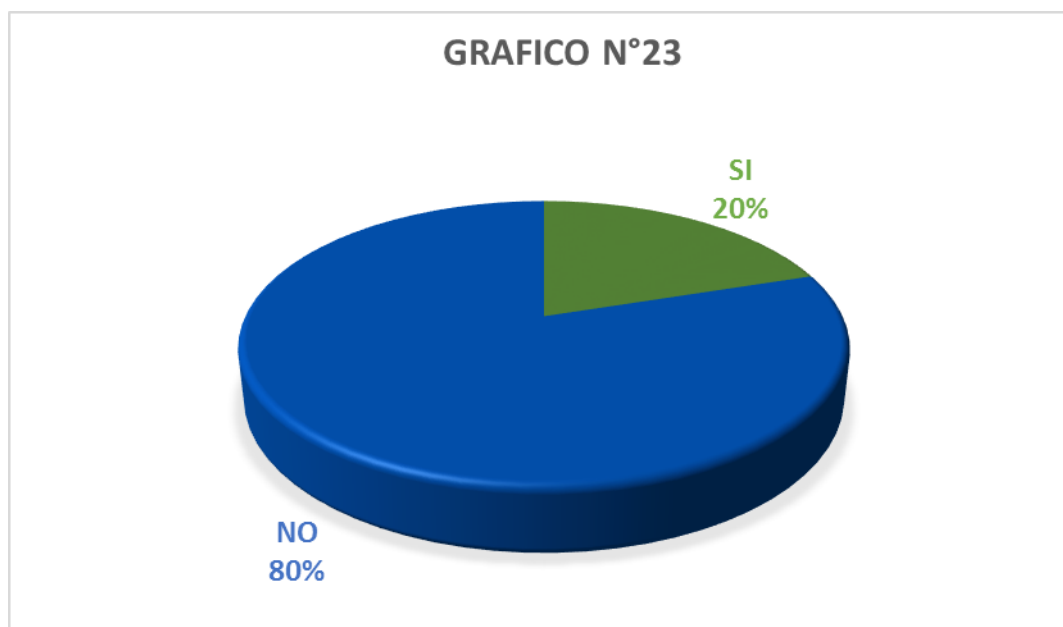


Gráfico 23: Distribución porcentual si el financiamiento afectó el cumplimiento de otras obligaciones. Fuente: Tabla 23

Al 20% de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, en estudio, el financiamiento afectó el cumplimiento de otras obligaciones, mientras que al 80% no le afectó.

## **4.2 Análisis de los Resultados**

### **4.2.1 Respecto al Objetivo específico 1**

**Describir las principales características de los propietarios, gerentes y/o representantes legales de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.**

**Tabla 1:** La investigación determinó que el 20% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas en investigación, tienen entre 18 y 25 años, el 48% está entre 26 y 40 años, el 32% entre 41 y 60 años. Se observa que el porcentaje mayor de empresarios son jóvenes emprendedores, que empezaron el negocio a temprana edad.

**Tabla 2:** El 32% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas en estudio, son de sexo masculino y el 68 % son de sexo femenino, Se aprecia que la mayoría de empresarios en esta actividad son mujeres.

**Tabla 3:** El 56 % respondieron que tienen estudios secundarios, el 24% tiene estudio superior técnico y el 20% estudios superiores universitarios. Observándose que la mayoría de empresarios cuenta con educación básica secundaria y que no ha sido impedimento para administrar su propia empresa, pero sin embargo es muy importante recalcar que estas personas necesitan de una constante capacitación para el mejor desarrollo de sus empresas.

**TABLA 4:** En el estudio realizado se determinó que el 40 % de los propietarios y/o representantes de las empresas en investigación son personas solteras, el 40% casados, el 8% son divorciados y el 12% convivientes, ello evidencia que el estado civil de los propietarios no influye en la realización de sus metas.

**TABLA 5:** El 60 % de los propietarios y/o representantes legales de las de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, año 2015 son administradores, el 30% profesores y el 10% son ingenieros.

**TABLA 6:** De acuerdo a la investigación realizada a las empresas en estudio se determinó que el 48 % de las personas encuestadas si recibieron capacitación y el 52% no recibió capacitación, lo que confirma que a pesar del bajo porcentaje de instrucción estas personas no reciben capacitación constante, pues ello es una herramienta muy importante para estar a la vanguardia de la tecnología y poder ser una empresa competitiva.

**TABLA 7:** los resultados obtenidos en la investigación muestran que el 8 % de las personas encuestadas se capacitaron en técnicas de ventas, el 8% en administración de negocios, el 16% en manejo de personal y el 68% recibió otro tipo de capacitación.

#### **4.2.2 Respecto al Objetivo específico 2**

**Describir las principales características de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.**

**TABLA 8:** el 40 % de las empresas encuestadas tienen entre 1-3 años en el sector y rubro realizando sus operaciones, es decir que la mayoría de ellas son empresas jóvenes que buscan sobrevivir ante cambios adversos, tratando de hacerle frente a su competencia posicionándose en la mente del consumidor. El 48% tiene entre 5-10 años Mientras que el 12% tiene más de 10 años realizando sus operaciones, las mismas que han sabido mantenerse en el tiempo.

**TABLA 9:** El 88 % de las empresas encuestadas son formales, lo cual nos da entender que estas empresas buscar crecer e insertarse en nuevos mercados y relacionarse con otras empresas con el fin de ampliar su negocio, aunque todavía queda un pequeño porcentaje del 12% que tiene miedo a la formalización o que desconoce de sus ventajas

**TABLA 10:** El 100 % de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, en estudio, tiene entre 1- 3 trabajadores.

**Tabla 11:** El 100 % de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, en estudio iniciaron sus actividades comerciales con el objetivo obtener ganancias.

#### **4.2.3 Respecto al Objetivo específico 3**

**Describir las principales características del financiamiento de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.**

**Tabla 12:** El 100% de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, año 2015 realizan sus actividades con financiamientos de terceros.

**Tabla 13:** El 40 % de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en estudio, recurrieron a las entidades bancarias para obtener financiamiento, el 56% con financiamientos de entidades no bancarias (Cajas Municipales) y el 4% recurrió al sector informal para la obtención de financiamiento.

**Gráfico 14:** El 48% de las de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, año 2015 manifestaron que quienes otorgan mayor facilidades para la obtención de un crédito son entidades no bancarias, el 40% son las entidades bancarias y el 12% sector informal.

**Tabla 15:** De acuerdo a la investigación realizada se demostró que el 64 % de las de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, solicitaron una vez crédito en el año anterior, el 24% solicitó dos veces y el 12% lo hizo tres veces, esto demuestra que las empresas no buscan endeudarse de manera innecesaria .

**Tabla 16:** De acuerdo a la investigación realizada se estableció que el 40 % de las empresas manifestaron que solicitaron crédito al banco, el 56% a las cajas municipales y el 4% al sector informal, lo que demuestra que las empresas recurren a la Cajas Municipales, por la flexibilidad en los requisitos y trámites rápidos. Corroborando a Tello (2014) quien

determinó en su investigación que 32% solicitó crédito a instituciones bancarias, el 68% a instituciones no bancarias, como cajas municipales.

**Tabla 17:** De acuerdo a la investigación realizada se estableció que el 16 % de las empresas encuestadas manifestaron que el plazo de devolución del préstamo fue hasta 6 meses, 64% hasta 12 meses, 8% hasta 24 meses y el 12% más de 24 meses, ello demuestra que las empresas devolvieron su préstamo en su mayoría en un periodo de 1 año y eso es bueno porque quiere decir que las empresas sí lograron hacer buen uso del dinero.

**Tabla 18:** De acuerdo a la investigación realizada se estableció que el 64 % de las empresas encuestadas manifestaron que la tasa de interés que pagaron por el préstamo fue de 20% a 40% y el 36% no precisa no sabe, lo que demuestra que las tasas de interés que pagaron las empresas son muy altas y ello es uno de los grandes obstáculos que tiene las PYMES.

**Tabla 19:** El 24 % de las empresas encuestadas manifestaron que el requisito solicitado para el otorgamiento del crédito fue Flujo de caja proyectado, el 8% garantía hipotecaria, el 16% aval, el 32% capacidad de pago y al 20% le solicitaron otros requisitos, lo que demuestra que lo que buscan las entidades financieras es garantizar el pago del préstamo

**Tabla 20:** El 48 % de las de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, año 2015 manifestaron que el monto de crédito otorgado fue entre 1,000.00 a 2,000.00, el 32% entre 2,001.00 a 3,000.00 y el 20% más de 3,000.00. Lo que nos demuestra que la mayoría de las empresas encuestadas no buscan endeudarse mucho, para no afectar su liquidez con las amortizaciones del crédito.

**Tabla 21:** El 8 % de las empresas manifestaron que el destino del crédito obtenido fue para la compra de activos fijos, tales como vitrinas mostradores, balanzas etc., el 48% para capital de trabajo, el 32% para el mejoramiento de la infraestructura del local que permita dar un servicio de calidad a los clientes según sea el caso, y el 12% para otros fines como publicidad, y marketing, para publicitar su negocio.



**Tabla 22:** El 80 % de las de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura en estudio, manifestaron que el financiamiento tuvo incidencia positiva en la gestión del año 2015, y el 20% manifestó que no tuvo incidencia positiva.

**Tabla 23:** Al 20% de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, en estudio, el financiamiento afectó el cumplimiento de otras obligaciones, mientras que al 80% no le afectó. Debido a que su liquidez se vio disminuida para afrontar otros pasivos corrientes.

## **V. CONCLUSIONES**

### **5.1 Conclusiones**

#### **5.1.1 Respecto al Objetivo específico 1**

**Describir las principales características de los propietarios, gerentes y/o representantes legales de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.**

a) La investigación determinó que el 20% de los propietarios y/o representantes legales de las empresas en investigación, tienen entre 18 y 25 años, el 48% está entre 26 y 40 años, el 32% entre 41 y 60 años. Se observa que cada vez los empresarios inician sus actividades muy jóvenes, debido a la falta de empleo en empresas y a la falta de preparación, ya que el 56% solo cuentan con estudios secundarios. El 32% de los propietarios son de sexo masculino y el 68 % son de sexo femenino, evidenciándose la presencia de la mujer emprendedora en las actividades comerciales. Siendo el 40 % de los empresarios personas solteras, el 40% casados, el 8% son divorciados y el 12% convivientes. (Ver Tablas 1, 2,3 y 4).

b) El 60 % de los propietarios y/o representantes legales de las de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, año 2015 son administradores, el 30% profesores y el 10% son ingenieros. El 48 % recibieron capacitación y el 52% no. El 8 % de las personas encuestadas se capacitaron en técnicas de ventas, el 8% en administración de negocios, el 16% en manejo de personal y el 68% recibió otro tipo de capacitación. lo que da como resultado un bajo porcentaje en lo que respecta a la administración de un negocio y técnicas de ventas. (Ver Tablas 5, 6, y 7).

#### **4.2.2 Respecto al Objetivo específico 2**

**Describir las principales características de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.**

a) El 40 % de las empresas encuestadas tienen entre 1-3 años en el sector y rubro realizando sus operaciones, es decir que la mayoría de ellas son empresas jóvenes que buscan sobrevivir ante cambios adversos, tratando de hacerle frente a su competencia posicionándose en la mente del consumidor. El 48% tiene entre 5-10 años Mientras que el 12% tiene más de 10 años realizando sus operaciones, las mismas que han sabido mantenerse en el tiempo. El 88 % de las empresas encuestadas son formales, lo cual nos da entender que estas empresas buscar crecer e insertarse en nuevos mercados y relacionarse con otras empresas con el fin de ampliar su negocio, aunque todavía queda un pequeño porcentaje del 12% que tiene miedo a la formalización o que desconoce de sus ventajas. (Ver Tablas 8,9).

b) El 100 % de las empresas en estudio, tiene entre 1- 3 trabajadores, como se puede apreciar estas empresas son pequeñas por ello es que cuentan con pocos trabajadores, pero son los necesarios para la realización de su actividad. Así mismo el 100 % de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, en estudio iniciaron sus actividades comerciales con el objetivo obtener ganancias. (Ver Tablas 10, 11).

### **4.2.3 Respecto al Objetivo específico 3**

#### **Describir las principales características del financiamiento de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.**

a) De acuerdo a la investigación realizada se pudo establecer que el 100% de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, en estudio realizaron sus actividades con financiamientos de terceros. Siendo el 40 % que recurrieron a las entidades bancarias, el 56% a entidades no bancarias (Cajas Municipales) y 4% recurrió al sector informal para la obtención de financiamiento. El 48% de las empresas en estudio consideran que quienes otorgan mayor facilidades para la obtención de un crédito son entidades no bancarias, el 40% son las entidades bancarias y el 12% sector informal. (Ver Tablas 12,13, 14).

b) De acuerdo a la investigación realizada se concluye que el 64 % de las empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, en estudio, solicitaron crédito una vez en el año 2015; el 24% solicitó dos veces y el 12% lo hizo tres veces. De acuerdo a la investigación realizada se estableció que el 40 % de las empresas manifestaron que solicitaron crédito al banco, el 56% a las cajas municipales y el 4% al sector informal, lo que demuestra que las empresas recurren a la Cajas Municipales, por la flexibilidad en los requisitos y trámites rápidos. Lo que permite corroborar a Tello (2014) quien determinó en su investigación que 32% solicitó crédito a instituciones bancarias, y el 68% a instituciones no bancarias, como cajas municipales.(Ver Tablas 15, 16).

c) De acuerdo a la investigación realizada se estableció que el 16 % de las empresas encuestadas realizó la devolución del préstamo en 6 meses, el 64% en 12 meses, el 8% en 24 meses y el 12% más 24 meses. Ello demuestra que las empresas devolvieron su empréstitos en su mayoría en un periodo de 1 año y eso es bueno porque se percibe que las empresas lograron hacer buen uso del financiamiento. El 64 % de las empresas encuestadas manifestaron que la tasa de interés que pagaron por el préstamo fue de 20% a 40% y el 36% no precisa no sabe, lo que demuestra que las tasas de interés que pagaron las

empresas son muy altas, debido a los créditos en su mayoría corresponden a entidades no bancarias y sector informal. Este es uno de los grandes obstáculos que tienen las MYPE. (Ver Tablas 17, 18).

d) El 24 % de las empresas presentó como requisito solicitado para el otorgamiento del crédito un Flujo de caja proyectado, para asegurar el cumplimiento de los pagos, el 8% presentó garantía hipotecaria, el 16% un aval, el 32% demostró capacidad de pago a través de sus boletas de pago y el 20% presentaron otros requisitos. Lo que demuestra que lo que buscan las entidades financieras es asegurar la recuperación del crédito otorgado. El 48 % del monto de crédito otorgado a las empresas fue entre 1,000.00 a 2,000.00, el 32% entre 2,001.00 a 3,000.00 y el 20% más 3,000.00, lo que nos demuestra que la mayoría de las empresas encuestadas no buscan endeudarse mucho, para no afectar su liquidez con las amortizaciones del crédito. (Ver Tablas 19,20).

e) El 8 % de las empresas manifestaron que el destino del crédito obtenido fue para la compra de activos fijos, tales como vitrinas mostradores, balanzas etc., el 48% para capital de trabajo, etc., el 32% para el mejoramiento de la infraestructura del local que permita dar un servicio de calidad a los clientes según sea el caso, y el 12% para otros fines como publicidad, y marketing, para publicitar su negocio. Para el 80 % de las empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura en estudio, el financiamiento tuvo incidencia positiva en la gestión del año 2015, ya que posibilitó la adquisición de mercadería, la compra de activos fijos para el negocio, mejoró su local comercial y publicitó su negocio, lo que permitió mejorar las ventas y obtener mayores ingresos en el año 2015. El 20% manifestó que el financiamiento no tuvo incidencia positiva en el año en estudio. (Ver Tablas 21,22).

f) Al 20% de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, en estudio, el financiamiento afectó el cumplimiento de otras obligaciones, mientras que al 80% no le afectó. Debido a que su liquidez se vio disminuida para afrontar otros pasivos corrientes. (Ver Tabla 23).

**TABLA REFERENCIAL DE CREDITOS PARA CAPITAL DE TRABAJO  
Y TASAS DE INTERES PARA MYPE**

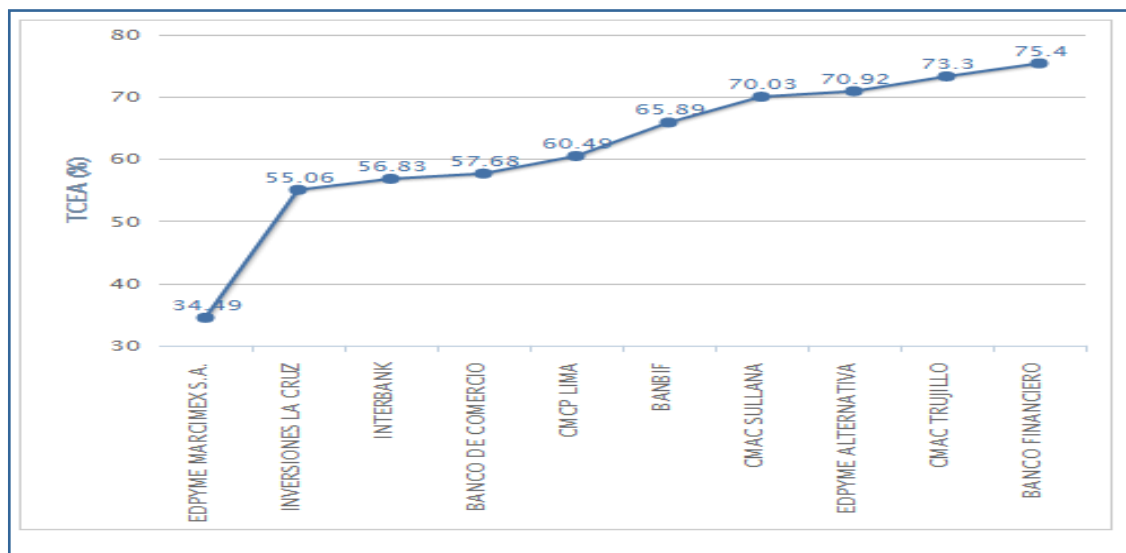
**DEPARTAMENTO:** PIURA  
**TIPO DE PRODUCTO:** CREDITOS  
**PRODUCTO:** CAPITAL DE TRABAJO  
**CONDICION:** PRESTAMO CAPITAL DE TRABAJO  
 POR S/. 1,000 a 12 MESES

**FECHA:** Al 27/09/2016

<b>ENTIDAD QUE FINANCIA</b>	<b>TCEA</b>
EDPYME MARCIMEX S.A.	<b>34.49</b>
INVERSIONES LA CRUZ	<b>55.06</b>
INTERBANK	<b>56.83</b>
BANCO DE COMERCIO	<b>57.68</b>
CMCP LIMA	<b>60.49</b>
BANBIF	<b>65.89</b>
CMAC SULLANA	<b>70.03</b>
EDPYME ALTERNATIVA	<b>70.92</b>
CMAC TRUJILLO	<b>73.3</b>
BANCO FINANCIERO	<b>75.4</b>
CREDISCOTIA	<b>78.72</b>
MIBANCO	<b>81.68</b>
FINANCIERA CONFIANZA	<b>83.42</b>
CREDIRAIZ S.A.A	<b>94.93</b>
EDPYME RAIZ	<b>94.93</b>
CMAC PIURA	<b>100.36</b>
FINANCIERA TFC S A	<b>107.36</b>
CMAC PAITA	<b>127.3</b>

Fuente: SBS. Elaboración: Propia.

**CUADRO 1**  
**TABLA REFERENCIAL DE CREDITOS PARA CAPITAL DE TRABAJO**  
**Y TASAS DE INTERES PARA MYPE**



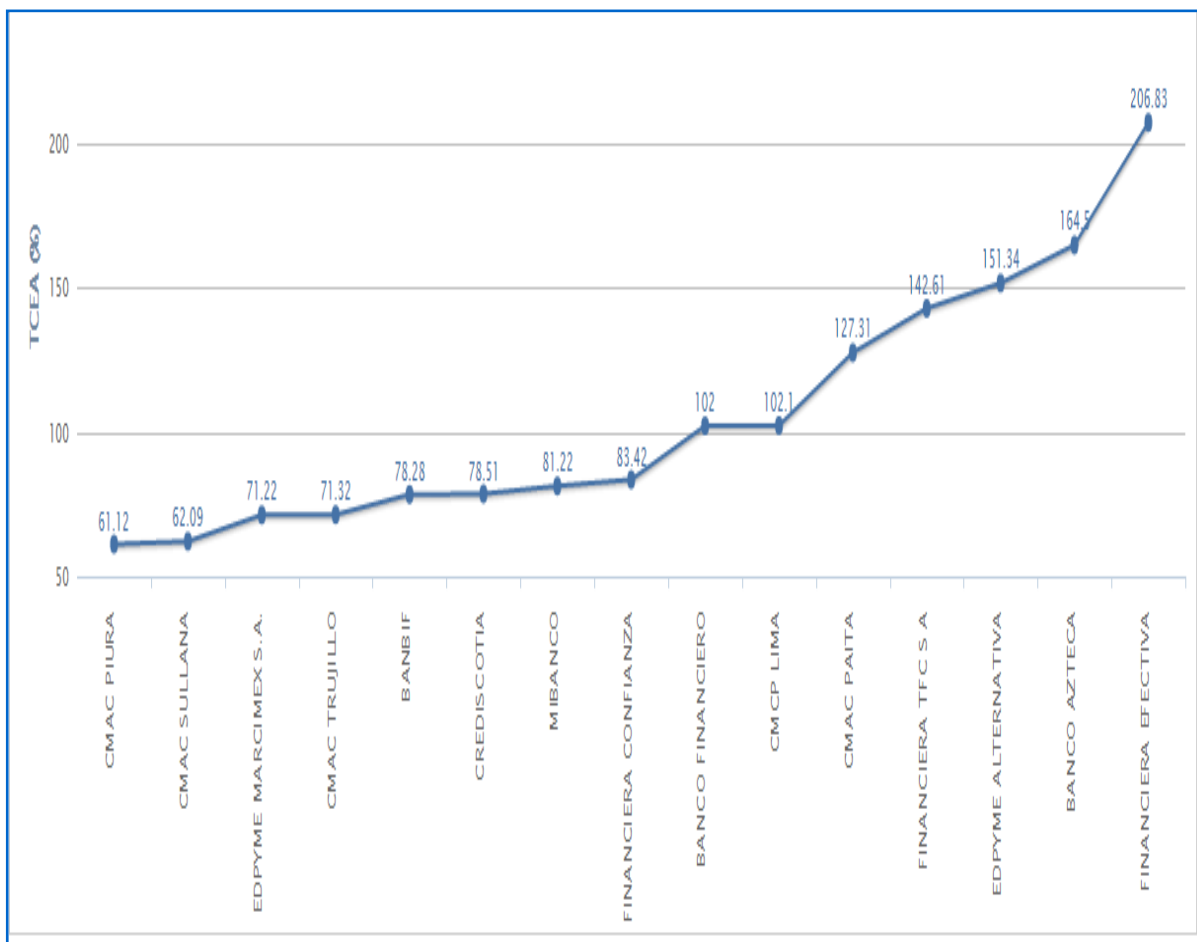
Representación gráfica de tabla referencial de créditos y tasas de interés para MYPE

**TABLA REFERENCIAL DE TABLA REFERENCIAL DE PRESTAMO DE  
CONSUMO Y TASAS DE INTERES PARA MYPE**

<b>DEPARTAMENTO:</b>	<b>PIURA</b>
<b>TIPO DE PRODUCTO:</b>	<b>CREDITOS</b>
<b>PRODUCTO:</b>	<b>PRESTAMO DE CONSUMO</b>
<b>CONDICION:</b>	<b>PRESTAMO DE CONSUMO POR S/. 500 A 12 MESES</b>
<b>FECHA:</b>	<b>Al 27/09/2016</b>
ENTIDAD	TCEA
CMAC PIURA	<b>61.12</b>
CMAC SULLANA	<b>62.09</b>
EDPYME MARCIMEX S.A.	<b>71.22</b>
CMAC TRUJILLO	<b>71.32</b>
BANBIF	<b>78.28</b>
CREDISCOTIA	<b>78.51</b>
MIBANCO	<b>81.22</b>
FINANCIERA CONFIANZA	<b>83.42</b>
BANCO FINANCIERO	<b>102.001</b>
CMCP LIMA	<b>102.1</b>
CMAC PAITA	<b>127.31</b>
FINANCIERA TFC S A	<b>142.61</b>
EDPYME ALTERNATIVA	<b>151.34</b>
BANCO AZTECA	<b>164.5</b>
FINANCIERA EFECTIVA	<b>206.83</b>



**CUADRO 2**  
**TABLA REFERENCIAL DE PRESTAMOS DE CONSUMO**  
**Y TASAS DE INTERES PARA MYPE**



Representación gráfica de tabla referencial de créditos y tasas de interes para MYPE

## VI. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

### 6.1 Referencias bibliográficas

**Academia (2011).** Edición digital “Factores que Limitan el Crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas en el Perú” Disponible en: <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/strategia/article/download/4126/4094>.

**Academia (2016)** Edición digital “Las teorías de la estructura financiera óptima” Disponible en: [http://www.academia.edu/24371471/LAS\\_TEOR%C3%8DAS\\_DE\\_LA\\_ESTRUCTURA\\_FINANCIERA\\_%C3%93PTIMA](http://www.academia.edu/24371471/LAS_TEOR%C3%8DAS_DE_LA_ESTRUCTURA_FINANCIERA_%C3%93PTIMA) .

**Agencia peruana de noticias Andina (2009),** Edición digital del 25 de noviembre “Piura celebra semana regional del chifle con variadas actividades “Disponible en: <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-piura-celebra-semana-regional-del-chifle-variadas-actividades-266115.aspx>.

**Arias, F. (2006).** El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica. (5°. ed.) Caracas - Venezuela: Episteme. Disponible en: <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2012/01/poblacion-y-muestra.html>

**Caballero Bustamante (2013)** “Modifican la ley de Régimen MYPE” Disponible en: [http://www.caballeroBustamante.com.pe/plantilla/2013/julio13\\_novedades\\_090713\\_mype.pdf](http://www.caballeroBustamante.com.pe/plantilla/2013/julio13_novedades_090713_mype.pdf).

**Cecreda (2012).** Edición digital “Importancia & Financiamiento de las Pequeñas y Medianas Empresas” Disponible en: <http://www.cecreda.org.ar/index.php/economia/item/515-importancia-a-financiamiento-de-las-pequenas-y-medianas-empresas>

**CreceMYPE (2012).** Edición digital “¿Sabes quienes otorgan créditos?” Disponible en: <http://www.crecemype.pe/portal/mype/www/pdf/2012/enero/articulos-y-noticias/sabes-quienes-otorgan-creditos.pdf>

**Coveñas, M. (2015).** “Caracterización del Financiamiento, de las micro y pequeñas empresas comerciales en el Perú caso: Chiflería el Ayabaquino de la ciudad de Piura” Disponible en: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039413>

**Diario Gestión (2013),** Edición digital del 29 de octubre “Todo lo que se necesita conocer sobre el financiamiento para mypes y pymes” Disponible en: <http://gestion.pe/empresas/todo-lo-que-necesita-conocer-sobre-financiamiento-pymes-2079680>

**Diario el Comercio** (2012). Edición digital del 06 de octubre “450 familias exportan chifles a dos países” Disponible en: <http://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/450-familias-exportan-chifles-a.html>.

Domínguez, E. (2007). Edición digital “fuentes de financiamiento empresarial”. Disponible en: <http://monografias.umcc.cu/monos/2007/indeco/m07186.pdf>.

**El comercio** (2011) Edición digital del 30 de agosto “Chifles de exportación: ventas suman US\$1,3 millones en primer semestre” Disponible en: <http://elcomercio.pe/economia/peru/chifles-exportacion-ventas-suman-us13-millones-primer-semestre-noticia-1260975>

**Francis, K. (2016)**. Edición digital “La importancia del financiamiento para las empresas” Disponible en: <http://pyme.lavoztx.com/la-importancia-del-financiamiento-para-las-empresas-9870.html>

**Gananci, (2015)**. Edición digital del 16 de junio “Cómo conseguir un préstamo para iniciar tu negocio con éxito” Disponible en: <http://gananci.com/como-conseguir-un-prestamo-para-iniciar-tu-negocio-con-exito/>

**Gestión** (2014). Edición digital del 7 de octubre “SBS: Actualmente se financia el 60% de mypes en el país” Disponible en: <http://gestion.pe/mercados/sbs-actualmente-se-financia-60-mypes-pais-2110516>.

Gitman, (1996) “fuentes de financiamiento utilizadas por las empresas del sector panadero del municipio Trujillo”. Disponible en: [http://tesis.ula.ve/pregrado/tde\\_arquivos/25/TDE-2012-09-28T19:48:27Z-1832/Publico/saavedrarossana.pdf](http://tesis.ula.ve/pregrado/tde_arquivos/25/TDE-2012-09-28T19:48:27Z-1832/Publico/saavedrarossana.pdf).

**Gonzales, S. (2015)**. “La gestión financiera y el acceso a financiamiento de las pymes del sector comercio en la ciudad de Bogotá” Disponible en: [www.bdigital.unal.edu.co/.../Tesis%20La%20Gestión%20Financiera%20y%20el%20a](http://www.bdigital.unal.edu.co/.../Tesis%20La%20Gestión%20Financiera%20y%20el%20a).

<http://etimologias.dechile.net/?financiero>.

**Kong & Moreno (2014)**. “Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las mypes del distrito de san José –Lambayeque en el período 2010-2012” Disponible en: <http://tesis.usat.edu.pe/jspui/handle/123456789/338>

**La Republica** (2011). Edición digital del 29 de agosto “Chifles peruanos son exportados principalmente a los Estados Unidos” Disponible en: <http://larepublica.pe/29-08-2011/chifles-peruanos-son-exportados-principalmente-los-estados-unidos>

**La Republica** (2015). Edición digital del 20 de mayo “Las pymes y la economía peruana” Disponible en: <http://larepublica.pe/imprensa/economia/1409-las-pymes-y-la-economia-peruana>

**Márquez. (2007)** “Efectos del financiamiento en las medianas y pequeñas empresas” Disponible en:[http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/368/1/marquez\\_cl.pdf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/368/1/marquez_cl.pdf).

**Martínez, F. (2010).** “exportación de chifles de plátano” Universidad del Azuay – Cuenca Disponible en: <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/1779/1/07873.pdf>.

**Ministerio de trabajo (2014).** Edición digital del 13 de octubre “Información General - Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa” Disponible en: <http://www.trabajo.gob.pe/mostrarContenido.php?id=541&tip=9> (kk).

**Nunes, (2016).** Edición digital del 09 de febrero “fuente financiamiento” Disponible en: <http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/fuente-de-financiamiento/>

**Perdomo, A. (2010).** edición digital “Fuentes de financiamiento para un plan de negocio” Disponible en: <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/17740/capitulo3.pdf>.

**Pérez & Gardey (2009).** “definición de crédito” Disponible en: <http://definicion.de/credito/>

**Perú 21(2014),** edición digital del 10 de junio del 2014 “Los chifles: Un bocado de negocio” Disponible en: <http://peru21.pe/emprendedores/chifles-bocado-negocio-2187010>.

**Produce (2012).** Edición digital “Constitución y formalización” Disponible en:<http://www2.produce.gob.pe/RepositorioAPS/3/jer/-1/I-taller/02%20Importancia%20del%20establecimiento%20de%20MYPES%20de%20acuicultura.pdf>.

**Pro Ecuador (2015).** Edición digital del 21 de septiembre “El Ecuador cuenta con el primer chifle orgánico en el mundo” Disponible en: <http://www.proecuador.gob.ec/2015/09/21/el-ecuador-cuenta-con-el-primer-chifle-org%C3%A1nico-en-el-mundo/>

**Revista Científica Estudiantil Innovación Contable (2011),** Edición digital de agosto – diciembre 2011 volumen 1 "El financiamiento como estrategias de optimización de gestión en las mypes del sector comercial de Huancayo” Disponible en: [http://www.uncp.edu.pe/sites/uncp.edu/files/institucional/oficina/investigacion/publicaciones/innovacion\\_contable.pdf](http://www.uncp.edu.pe/sites/uncp.edu/files/institucional/oficina/investigacion/publicaciones/innovacion_contable.pdf)

**Rodríguez, J. (2014).** Edición digital del 31 de diciembre “Proyecto comercial para la exportación de chifles piuranos al mercado mexicano “Universidad Nacional de Piura Disponible en: <http://documents.mx/documents/guia-de-inmforme-de-investigacion-trabajo-chifles-autoguardado.html>.

**RPP NOTICIAS (2011).** Edición digital del 04 de diciembre del 2011 “El chifle de Piura se prepara para conquistar el mundo” Disponible en: <http://rpp.pe/peru/actualidad/el-chifle-de-piura-se-prepara-para-conquistar-el-mundo-noticia-428502>

**Rosso, A & Uriarte, C. (2003).** “Financiamiento agropecuario. IICA” Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/que-es-un-fideicomiso/>

**Sánchez, (2006).** “Las mypes en Perú, su importancia y propuesta tributaria”. Disponible en: <http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/quipukamayoc/2006/primer/a13.pdf>.

**(SUNAT 2012).** “Nuevo Régimen Único Simplificado - Nuevo RUS” Disponible en <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/nuevo-regimen-unico-simplificado-nuevo-rus/3099-03-acogimiento>

**Tello, L. (2014)** "Financiamiento del capital de trabajo para contribuir al crecimiento y desarrollo la micro y pequeña empresas comerciales en el distrito de Pacasmayo" Universidad Nacional de Trujillo Disponible en: [http://dspace.unitru.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/123456789/760/tello\\_lesly.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.unitru.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/123456789/760/tello_lesly.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

**Vasquez, J. (2013)** Edición digital del 24 de septiembre “Importancia de las MYPEs en el Perú” Disponible en: <http://pymesperuana.blogspot.pe/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>

**Velecela , N. (2013).** “Análisis de las fuentes de financiamiento para las pymes” Cuenca-Ecuador Disponible en: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/5269/1/Tesis.pdf>

**Zorrilla (2006)** Edición digital “Teorías Financieras fundamentales en las Pymes” Disponible en: <http://www.eumed.net/tesisdoctorales/2011/meeec/Teorias%20Financieras%20fundamentales%20en%20las%20PyMES.htm>.

## Anexo 1



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**CUESTIONARIO**

**Sr. Empresario:**

La información que usted proporcionara será utilizado solo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración, para desarrollar mi informe de tesis titulado:

**CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE CHIFLES EN LA CIUDAD DE PIURA, AÑO 2015.**

**Encuestador(a): Marleni del Pilar Chávez Montalbán. Fecha:..... 2016**

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

### **I. DATOS GENERALES**

**1. Edad del representante de la empresa:**

- 18 – 25
- 26 – 40
- 41-60
- Más de 60 años

**2. Sexo:**

- a) Masculino
- b) Femenino

**3. Grado de instrucción:**

Secundaria

Superior técnica  
Superior Universitaria

**4. Estado Civil:**

- Soltero
- Casado
- Divorciado
- Otros

**5. Profesión u ocupación del propietario y/o representante legal:**

9. Administrador
10. Contador
11. Economista
12. Abogado
13. Profesor
14. Ingeniero
15. Otro

**6. ¿Recibió capacitación en el año 2015?**

SI

NO

**7. ¿En qué fue capacitado?**

- a) Técnica de ventas
- b) Administración de negocios
- c) manejo de personal
- d) Otro.

**II. PRINCIPALES CARACTERISTICAS DE LA EMPRESA.**

**8. Tiempo en años que se encuentra en el sector y rubro:**

- 1 - 3 años
- 5 - 10 años
- Más de 10 años

**9. ¿Cuál es la situación legal de la empresa?**

- Formal
- Informal

**10. ¿Cuál es el número de trabajadores?**

- 1 a 3 trabajador
- 4 a 10 trabajadores

**11. La empresa fue formada con el objetivo de:**

- **Obtener ganancias**
- **Generar empleo**
- **Por Subsistencia**

### **III. DEL FINANCIAMIENTO DE LA EMPRESA:**

**12. Como financia su actividad comercial**

- **Con autofinanciamiento**
- **Con financiamiento de terceros**
- **Financiamiento mixto.**

**13. Si el financiamiento es de terceros a qué tipo de entidad recurre para obtener financiamiento:**

- **Entidades bancarias**
- **Entidades no bancarias**
- **Sector informal (familiares, prestamistas usureros)**

**14. Quién le otorga mayores facilidades para la obtención del crédito:**

- **Entidades bancarias**
- **Entidades no bancarias**
- **Sector informal (familiares, prestamistas usureros)**

**15. ¿Cuántas veces solicitó crédito en el año anterior?**

- **1 vez**
- **2 veces**
- **3 veces**
- **Más de 3 veces**

**16. ¿A quién solicito el crédito?**

- **Bancos**
- **Cajas Municipales.**
- **Sector informal (familiares, prestamistas usureros)**

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

- **Hasta 6 meses**
- **Hasta 12 meses**
- **Hasta 18 meses**
- **Hasta 24 meses**
- **Más de 24 meses**



**18. ¿Cuál fue la tasa de interés que pagó?**

- De 20 % a 40% anual**
- De 41% a 60% anual**
- Más del 60% anual**
- No precisa**

**19. ¿Cuál fue el requisito solicitado para el otorgamiento del crédito?**

- Estados financieros**
- Flujo de caja proyectado**
- Garantía hipotecaria**
- Aval**
- Capacidad de pago**
- Otros.**

**20. ¿Cuál fue el monto de crédito otorgado?**

- De S/. 1,000.00 a 5,000.00**
- De S/. 6,000.00 a 10.000.00**
- Más de S/. 10,000.00**

**21. ¿Cuál fue el destino del crédito obtenido?**

- Compra de activos fijos**
- Capital de trabajo**
- Mejoramiento del local**
- Programas de capacitación**
- Otros.**

**22. ¿El financiamiento incidió de manera positiva en la gestión de su empresa?**

- a) Si**    **b) No**

**23 ¿El pago del financiamiento afectó el cumplimiento de otras obligaciones?**

- a)Si**    **b) No**

***Gracias por su apoyo en la investigación***

## VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

### I. DATOS DEL EXPERTO

Nombre y Apellidos: ALEJANDRO ARTURO SAAVEDRA CHIROQUE  
Profesión : CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO - ABOGADO  
Grado Académico : MAESTER  
Centro Trabajo : ULADECH Y LABORES INDEPENDIENTES  
DNI : 02618490  
Nº Matricula : 07-484      ICAP N° 3459

### 2.- RESPONSABLE DE LA INVESTIGACIÓN

DOCENTE TUTOR INVESTIGADOR: Mgtr. CPC. María Fany Martínez Ordinola

### 3.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. OBJETIVO GENERAL: Describir las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas comercializadoras de chifles en la ciudad de Piura, año 2015.

#### 3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Describir las principales características de los propietarios, gerentes y/o representantes legales de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.
2. Describir las principales características de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.
3. Describir las principales características del financiamiento de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.

4.- JUICIO DEL EXPERTO RESPECTO AL CUESTIONARIO DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Considera que las dimensiones de las variables están inmersas en el contexto teórico, de forma:

- a) Suficiente (  )    b) Medianamente suficiente (  )    c) Insuficiente (  )

4.2 Considera que los indicadores de las variables están inmersos en el contexto teórico, de manera:

- a) Suficiente (  )    b) Medianamente suficiente (  )    c) Insuficiente (  )

4.3 Considera que las preguntas del cuestionario miden los indicadores seleccionados por las variables de manera:

- a) Suficiente (  )    b) Medianamente suficiente (  )    c) Insuficiente (  )

4.4 El instrumento diseñado mide las variables de manera:

- a) Suficiente (  )    b) Medianamente suficiente (  )    c) Insuficiente (  )

4.5 El instrumento diseñado a su juicio es:

- a) Válido (  )    b) No Válido (  )

Observaciones: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

  
\_\_\_\_\_  
Firma del experto

## Anexo 2

### CRONOGRAMA GANTT

#### I.- ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	Meses / 2016			
	JUN	JUL	AGO	SET
Recolección de información	x	x		
Trabajo de campo		x		
Elaboración del informe de Tesis		x	x	x
Presentación del Informe de Tesis				x
Presentación de Artículo Científico				
Empastado de la tesis				
Sustentación y Defensa de la Tesis				

#### II.- PRESUPUESTO

##### BIENES

Detalle	Cantidad	Unidad de Medida	Precio S/.
Dispositivo USB	01	Unidad	21
Laptop	0	Unidad	0
<b>TOTAL S/.</b>			21

## SERVICIOS

Detalle	Cantidad	Unidad de Medida	Precio
			Unitario
Internet		Horas	
Movilidad		Pasajes	15
Fotocopias		Unidad	0
Impresiones		Unidad	70
Grabación de CD		Unidad	5
Empastado		Unidad	40
<b>TOTAL S/.</b>			<b>130</b>

## III.- RESUMEN DEL PRESUPUESTO

RUBRO	IMPORTE
Bienes	21
Servicios	130
<b>TOTAL S/.</b>	<b>151</b>

## IV. FINANCIAMIENTO

Totalmente Autofinanciado por el alumno investigador.

Hojas para imprimir de nuevo

Índice (viii)

Matriz 51

Matriz 52

Matriz 53

Operacionalización 54

Sigue operacionalización 55

cuadro para preguntar 56 8 lo quiere igual al de la página 91)

