



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**CARACTERÍSTICAS DEL FINANCIAMIENTO Y
CAPACITACIÓN EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO RUBRO COMPRA-
VENTA DE CHOCLO DEL DISTRITO DE CHINGAS,
PROVINCIA DE ANTONIO RAYMONDI,
DEPARTAMENTO DE ANCASH 2018.**

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

AUTOR:

PRÍNCIPE RIVERA, MACFARLENE ISABEL

ORCID: 0000 -0002 2804-8650

ASESOR:

SUÁREZ SÁNCHEZ, JUAN DE DIOS

ORCID: 0000-0002-5204-7412

HUARAZ – PERU

2019

CARACTERÍSTICAS DEL FINANCIAMIENTO Y
CAPACITACIÓN EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO RUBRO COMPRA-
VENTA DE CHOCLO DEL DISTRITO DE CHINGAS,
PROVINCIA DE ANTONIO RAYMONDI,
DEPARTAMENTO DE ANCASH 2018

Equipo de Trabajo

AUTOR

Príncipe Rivera, Macfarlene Isabel

ORCID: 0000-0002-2804-8650

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,
Huaraz, Perú

Asesor

Suárez Sánchez, Juan de Dios

ORCID: 0000-0002-5204-7412

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de
Contabilidad, Huaraz, Perú

Jurado

Salinas Rosales, Eladio Germán

ORCID: 0000-0002-6145-4976

Broncano Osorio, Nélida Rosario

ORCID: 0000-0003-8970-5629

Sáenz Melgarejo, Justina Maritza

ORCID: 0000-0001-7876-5992

Jurado de Sustentación

Salinas Rosales, Eladio Germán

ORCID: 0000-0002-6145-4976

Presidente

Broncano Osorio, Nélica Rosario

ORCID: 0000-0003-8970-5629

Miembro

Sáenz Melgarejo, Justina Maritza

ORCID: 0000-0001-7876-5992

Miembro

Suárez Sánchez, Juan de Dios

ORCID: 0000-0002-5204-7412

Asesor

Agradecimiento

A Dios por haberme ayudado durante estos años, el sacrificio fue grande, pero tú siempre me diste la fuerza para continuar y lograrlo, este triunfo también es tuyo mi DIOS.

Mi agradecimiento sincero al Dr. CPCC. Juan de Dios Suárez Sánchez por su apoyo, confianza en mi trabajo, su capacidad para guiarme y por su aporte grandioso en la ejecución del presente trabajo de investigación.

Quiero agradecer también a mis profesores por su importante aporte y participación activa en mi formación profesional.

Príncipe Rivera, Macfarlene Isabel

Dedicatoria

A mis adorados padres Efraín y Felicitas por brindarme buenos ejemplos con valores y formarme una buena persona a mis hermanos Alexander, Jaqueline y Smith por su apoyo incondicional a mi esposo Ivans por su sacrificio y esfuerzo por apoyarme brindándome comprensión, cariño y amor

A mis queridos hijos Fernando y Gianfranco por ser fuente de mi motivación hasta hacer realidad de mi sueño anhelado.

Príncipe Rivera, Macfarlene Isabel

Resumen

El trabajo de investigación se desarrolló bajo la línea de investigación “características del financiamiento, y la capacitación en las Mype, dentro del campo disciplinar promoción de las Mype; cuyo objetivo logrado consistió en: Determinar las características del financiamiento y capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra-venta de choclo del distrito de Chingas, provincia Antonio Raimondi, departamento de Ancash en el 2018.

Metodológicamente, el tipo de investigación fue de enfoque cuantitativo, aplicativo, nivel de investigación descriptivo, cuyo diseño fue no experimental, descriptivo y transeccional. La población muestral estuvo conformada por 22 propietarios o administradores de las Mype de compra venta de choclos del distrito de Chingas, provincia de Antonio Raimondi-Ancash. De acuerdo a la problemática descrita, bajo la línea de investigación se decidió responder a al siguiente **problema de investigación** ¿Cómo son las características del financiamiento y capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra – venta de choclo del distrito de Chingas provincia Antonio Raimondi- departamento de Ancash en el 2018? Se operacionalizaron las variables, la técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento de recolección de datos fue el cuestionario estructurado, se ejecutó el plan de análisis, elaborando la matriz de consistencia; y se consignaron los principios éticos. Resultados: el 45% financiaron su Mype con créditos comerciales, el 68,% obtienen financiamiento por terceros y el 68,2% comercializan los desperdicios como forma de financiamiento, y la mayoría de encuestados consideran que la capacitación es muy importante para crecimiento de una empresa.

Conclusión general

Se concluye determinado las características del financiamiento y capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra-venta de choclo del distrito de Chingas, provincia Antonio Raimondi, departamento de Ancash en el 2018; al menos casi la mitad de los encuestados encontraron financiamiento por entidades bancarias y no bancarias pero la mayoría de ellos trabajan con financiamiento por terceros. El factor de capacitación para este sector es fundamental para que se desarrolla y crean un compromiso social para la modernización.

Conclusiones Específicos.

Los micro y pequeños empresarios del rubro compra/venta de choclo del distrito de Chingas deben organizarse crear una cooperativa y así las autoridades correspondientes deben tomar muy en cuenta esa necesidad y facilitar el financiamiento sin muchos papeleos.

Los micro y pequeños empresarios del rubro compra/venta de choclo deben capacitarse permanentemente en los aspectos comerciales de marketing y publicidad, para identificar y captar más clientes; así como para mejorar su compromiso empresarial y buscar nuevos mercados donde el valor de sus productos sea más rentable.

Palabras Clave: capacitación, comercio, compra-venta, empresas, financiamiento

Abstract

The research work was developed under the line of research "characteristics of financing, and training in Mype, within the field of promotion of Mype; whose objective was to: Determine the characteristics of financing and training in the micro and small enterprises of the commerce sector in the sale and purchase of corn from the district of Chingas, Antonio Raimondi province, department of Ancash in 2018. Methodologically, the type of research It was a quantitative approach, application, level of descriptive research, whose design was not experimental, descriptive and transeccional. The sample population was made up of 22 owners or administrators of the Mype of sale of corn from the Chingas district, province of Antonio Raimondi-Ancash. According to the described problem, under the line of research it was decided to respond to the following research problem. How are the characteristics of the financing and training in the micro and small enterprises of the commerce sector, purchase and sale of corn from the Chingas district, province? Antonio Raimondi-department of Ancash in 2018. The variables were operationalized, the technique used was the survey and the data collection instrument was the structured questionnaire, the analysis plan was executed, elaborating the consistency matrix; and the ethical principles were consigned. Results: 45% financed their Mype with commercial loans, 68% obtained financing from third parties and 68.2% commercialized waste as a form of financing, and the majority of respondents consider that training is very important for the growth of a company

General conclusion

It concludes determined the characteristics of the financing and qualification in the micro and small companies of the sector commerce buy-sale of corn of the district of Chingas, Antonio Raimondi province, department of Ancash in 2018; At least almost half of the respondents found financing by banking and non-banking entities, but most of them work with financing by third parties. The training factor for this sector is essential for it to develop and create a social commitment for modernization.

Specific conclusions.

The micro and small entrepreneurs of the corn buying / selling sector of the Chingas district should organize themselves to create a cooperative and thus the

corresponding authorities should take this need into account and facilitate the financing without much paperwork.

The micro and small entrepreneurs of the corn buying / selling sector must be permanently trained in the commercial aspects of marketing and advertising, to identify and attract more clients; as well as to improve their business commitment and look for new markets where the value of their products is more profitable.

Keywords: training, trade, buying and selling, companies, financing

Índice

| Contenido | Página |
|---|---------------|
| 1. Título de la Tesis | ii |
| 2. Firma del jurado y asesor | iv |
| 3. Agradecimiento | v |
| 4. Dedicatoria | vi |
| 5. Resumen | vii |
| 6. Abstract | ix |
| 7. Índice | xi |
| 8. Índice de tablas | xii |
| I. Introducción | 13 |
| II. Revisión de literatura | 18 |
| III. Metodología | 64 |
| 3.1. Diseño de la investigación | 64 |
| 3.2. Población y muestra | 65 |
| 3.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores | 66 |
| 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos | 68 |
| 3.5. Plan de análisis | 69 |
| 3.6. Matriz de consistencia | 70 |
| 3.7. Principios éticos | 71 |
| IV. Resultados | 73 |
| 4.1. Resultados | 73 |
| 4.2. Análisis de los resultados | 82 |
| V. Conclusiones y Recomendaciones | 86 |
| Aspectos complementarios | |
| Referencias bibliográficas | 89 |
| Anexos | |

Índice de Tablas

| | | |
|------------|-------|----|
| - Tabla 1 | | 73 |
| - Tabla 2 | | 73 |
| - Tabla 3 | | 74 |
| - Tabla 4 | | 74 |
| - Tabla 5 | | 74 |
| - Tabla 6 | | 75 |
| - Tabla 7 | | 75 |
| - Tabla 8 | | 76 |
| - Tabla 9 | | 76 |
| - Tabla 10 | | 76 |
| - Tabla 11 | | 77 |
| - Tabla 12 | | 77 |
| - Tabla 13 | | 78 |
| - Tabla 14 | | 78 |
| - Tabla 15 | | 78 |
| - Tabla 16 | | 79 |
| - Tabla 17 | | 79 |
| - Tabla 18 | | 79 |
| - Tabla 19 | | 80 |
| - Tabla 20 | | 80 |
| - Tabla 21 | | 81 |

I. Introducción

El financiamiento y la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra-venta de choclo en el distrito de Chingas, provincia de Antonio Raimondi en el departamento de Ancash experimentan una serie de factores condicionantes como las deficiencias o limitaciones en la capacitación para el cultivo, producción y venta de choclo dulce en el departamento de Ancash, debido a la falta de capacitación permanente y sistemática y que el problema se profundiza más por la falta de manejo de un financiamiento disponible en las instituciones financieras bancarias y no bancarias.

En Argentina las Mype dedicadas al cultivo de choclo dulce cuentan con financiamiento disponible de empresas para capital de trabajo e inversiones sean para empresas bajo cualquier forma societaria o unipersonal, de todo los sectores económicos agropecuarios, especialmente para productores agropecuarios asociados a cooperativas de producción de maíz choclero; así como para los regímenes de prefinanciación de exportaciones del banco nacional argentino, en el sector agropecuario a una tasa nominal 12% anual. (INTA, 2013 p.167).

Según Sevilla (2008), la producción nacional de Maíz experimentó una variación en el período 2000-2006, siendo el año 2006 en que la producción de maíz choclero llegó a un millón noventa y siete mil cuatrocientos treinta y seis toneladas métricas, y otros años siguientes bajaron la producción debido a la falta de semilla de calidad, insectos: cortadores, picadores, cogollero; falta de nutrientes, sequía que generó la proliferación de chinche en la panoja y hojas superiores y fallas en la traslocación de fotosíntesis y la aparición de predadores como los pájaros y las ratas. A pesar de

existir un financiamiento disponible bancario y no bancario, en el sistema financiero nacional.

Esta misma situación se produjo en la localidad de Chingas en los últimos años la producción de maíz choclero bajó la producción generado por factores consistentes en la limitada capacitación de los productores y la poca colaboración de los trabajadores del agro con el dueño y/o administrador de la producción de maíz choclero al no cumplirse con los objetivos de la capacitación sistemática y permanente por lo que no se pudo internalizar los propósitos, el acuerdo con los valores microempresariales y objetivos de la organización complementado por el proceso de comercialización que por la lejanía de los mercados de venta y la falta de medios de transporte han ido desmejorando la producción y ventas del producto.

Estas circunstancias se estarían generando por la falta de la utilización de un financiamiento adecuado para la compra de maquinarias y equipos, insumos, fertilizantes, insecticidas y pesticidas o realizar un refinanciamiento del crédito a corto plazo y/o utilizando financiamiento a largo plazo a través de hipotecas; en otros términos según las fuentes de financiamiento internas como los activos fijos susceptibles de ser vendidos, los excedentes de la producción de maíz y otras posibilidades de financiamiento como aumentando el capital o la aceptación de nuevos socios para la inversión; y en otros casos proponiendo préstamos de habilitación, hipotecarios, préstamos prendarios o arrendamiento financiero; apalancando la Mype sobre ahorros personales, de parientes o de las amistades.

Sin embargo, es importante cuidar toda clase de riesgos financieros como el riesgo del mercado, de crédito, riesgos de liquidez, operacional y legal, los riesgos de transacción, económico, las tasas de interés y riesgo cambiario; que en muchos casos son variables no manejables por el propietario o administrador de las Mype de producción choclera; aunque es aconsejable el financiamiento de corto plazo como el crédito comercial, bancario, línea de crédito o papeles comerciales; que probablemente por la falta de un conocimiento adecuado no se estén utilizando en las Mypes de producción de maíz choclero en el distrito de Chingas.

De acuerdo a la problemática descrita y bajo la línea de investigación establecida por la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote se decidió responder al siguiente **problema de investigación**: ¿Cómo es la caracterización del financiamiento y capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra-venta de choclo del distrito de Chingas, provincia Antonio Raimondi, Departamento de Ancash en el 2018?. Como propósito de logro, se propusieron los siguientes objetivos: **objetivo general**: Determinar las características del financiamiento y capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra-venta de choclo en el distrito de Chingas, provincia Antonio Raimondi, departamento de Ancash en el 2018; y para lograr el objetivo general se desagregaron en los siguientes **objetivos específicos**: 1.Describir las principales caracterización del financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra-venta de choclo del distrito de Chingas, provincia Antonio Raimondi, departamento de Ancash en el 2018; 2. Describir las principales características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector

comercio rubro compra-venta de choclo del distrito de Chingas, provincia Antonio Raimondi, departamento de Ancash en el 2018.

Por la importancia y trascendencia alimentaria que tiene el tema de investigación, se justificó desde los siguientes puntos de vista: **Justificación teórica:** el trabajo de investigación adoptó una serie de teorías, conceptos, definiciones y postulados para darle un sustento teórico al estudio de cada una de las variables; considerando que sus resultados llenarán un vacío existente en el sistema de conocimientos teóricos, carentes en este campo del conocimiento. **Justificación práctica:** los hallazgos científicos constituirán un aporte valioso de la universidad para los productores de maíz choclo dulce del distrito de Chingas, para que tomen decisiones favorables en beneficio del desarrollo micro empresarial. **Justificación metodológica:** por su misma naturaleza de la investigación y constituir un estudio inédito, se elaboraron los instrumentos de medición del hecho o fenómeno del financiamiento y la capacitación, con base al cuadro de operacionalización de variables, sin perder de vista el problema, los objetivos. **Viabilidad:** el trabajo de investigación contable fue posible su gestión y ejecución del proyecto hasta la redacción del proyecto final; porque la responsable del trabajo de investigación contó con los recursos adecuados: humanos, considerando al asesor de Tesis y las unidades de análisis de la muestra; materiales referentes a los de inversión, de impresión; así como los recursos financieros, que fueron autofinanciados por la investigadora.

Se ha determinado las características del financiamiento y capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra-venta de choclo del distrito de Chingas, provincia Antonio Raimondi, departamento de Ancash en el 2018; porque el 45% afirmaron haber conseguido financiamiento, el 68% consiguieron financiamiento por terceros, el 68.2% vendían los desperdicios como forma de financiamiento. La capacitación también se caracteriza en el siguiente orden, el 86%

consideraban a la capacitación como herramienta para mejorar la microempresa, el 64% aceptaron que la capacitación fortalece la dinámica laboral en la Mype, el 59% indicaron que la capacitación en los microempresarios un compromiso social; y el 64% opinaron que crea un compromiso social, así como el 64% dijeron que la capacitación contribuye a la modernización de la microempresa.

II. Revisión de literatura

2.1. Antecedentes

Internacionales

Álvaro (2013) en su tesis sobre Determinación del comportamiento de las actividades de financiamiento de las Pequeñas y Medianas Empresa. Universidad Nacional de la Plata. El enfoque de la investigación fue cuantitativo de nivel descriptivo, con diseño descriptivo simple; la población estuvo conformada por 2800 pymes y la muestra no probabilística intencional fue igual a 120. El 80% de encuestados afirmaron haber logrado financiamiento para su pyme, el 78% de microempresarios de pequeños y medianos empresarios consiguieron financiamiento de las entidades bancarias, el 90% afirmaron que las pequeñas y medianas empresas abarcan diferentes sectores de la actividad comercial. Concluyó: si bien las pequeñas y medianas empresas se pueden encontrar en todos los sectores de la actividad comercial, por sus características pueden no ser consideradas para la emisión de bono. Esto ocurre principalmente porque no logran cumplir los requisitos contemplados en la legislación correspondiente para poder acceder al mercado de capitales.

Considerando el común de las pequeñas y medianas empresas se concluye que el principal problema para poder cumplir los requisitos es su tipo societario, ya que éste tipo de empresas están registradas como sociedades de hecho, sociedades colectivas o como sociedades de responsabilidad limitadas. En caso de cumplir con el tipo societario y realizando un análisis sociológico, se afirma que al ser en su gran mayoría empresas controladas y dirigidas por familias no es deseado perder el control sobre el desarrollo del plan familiar establecido por sus dueños y los sucesores. en el desarrollo del tema y por lo expuesto anteriormente se desarrollaron los principales

puntos del contrato de leasing. Dicho contrato resulta sumamente ventajoso para una pequeña y mediana empresa. Esto ocurre ya que otorga con el pago de la primera cuota, se logra disponer del bien en forma inmediata, diferenciándose así de otros métodos de financiación en lo que hay que esperar el pago de determinado porcentaje para poder tomar posesión del bien. Considerando que las pequeñas y medianas empresas buscan el total financiamiento de los bienes, este método los favorece completamente ya que les posibilita financiar el 100% de la operación, además de poder tener flexibilidad en los plazos, cantidad y acceso a los bienes. Por último, es importante remarcar que se obtienen menores costos financieros para adquirir el bien que en el caso de un crédito, y el dador conserva la propiedad del bien; lo cual es una importante garantía ante la imposibilidad de tomador de cumplir con el canon pactado.

Carvajal & García (2011) Investigación sobre impactos de los programas de asesoría y capacitación a microempresarios- desarrollado en la Universidad de Chile.

Santiago, Chile. El tipo de investigación fue de enfoque cualitativo, de diseño descriptivo, la población estuvo conformada por 20 microempresarios; utilizando la técnica de la encuesta y la entrevista a profundidad para la recopilación de datos

Concluyó: el enfoque técnico de los impactos influye en el cambio del auto concepto.

Conviene mejorar el diseño y la efectividad de las futuras iniciativas de apoyo de la empresa de menor tamaño; específicamente a los microempresarios del participante,

definido como proceso de error El siguiente Seminario de Título tiene por objetivo identificar los impactos de los programas de capacitación y asesoría a

microempresarios. Está basado en experiencias de participantes del programa

Créeme desarrollado por la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de

Chile. Se origina en la necesidad de descubrir el fenómeno asociado a la participación de los microempresarios en este programa, por la experiencia de sus encargados, se observa que participar en alguna de estas iniciativas, generaría un impacto que trasciende al desarrollo de la microempresa, siendo éste el principal objetivo del programa investigado. Debido a la escasa información existente en relación a este fenómeno, se recurrió a una herramienta cualitativa que permite la construcción de teoría a partir de los datos. De este modo la Teoría Fundamentada es la base para el desarrollo de esta investigación. En congruencia con la metodología elegida, se realizaron entrevistas y grupos focales con microempresarios que habían participado del “Créeme”. El estudio alcanza la meta propuesta, al identificar los impactos del programa tanto sobre el negocio, como sobre el microempresario. En particular, logra establecer cuáles fueron las competencias desarrolladas y las áreas del negocio impactadas. Finalmente, se advierte un efecto a nivel de desarrollo personal, que trasciende el enfoque técnico de los anteriores impactos, ya que este último refiere a un cambio en el Auto concepto del participante.

Hidalgo. & Ponce (2011) desarrollaron su tesis sobre Capacitación y empleo para la MYPE a través del SENCE, realizado en la Universidad Austral de Chile. El trabajo de investigación fue de nivel descriptivo, con un diseño descriptivo simple; la población muestral estuvo conformado por 60 trabajadores y microempresarios. La técnica que se utilizó consistió en la encuesta y el instrumento utilizado fue el cuestionario. Se aplicó el cuestionario o post prueba antes de iniciar las jornadas de capacitación y posteriormente terminada. resultados: el 88% de participantes en la capacitación, tuvieron un resultado muy relevante en la pos prueba con relación al pre prueba; considerando que el 100% de participantes eran becarios por SENCE.

Concluyó: que SENCE entrega programas de apoyo para las microempresas a través de becas de capacitación para Mypes y la línea especial para Mypes. Se evalúan mediante encuestas y se analizan los resultados encontrados en las dos becas evaluadas por este medio; la capacitación está enfocada en los trabajadores y microempresarios-, tienen un impacto positivo tanto en el aspecto de empleabilidad de los trabajadores en los niveles de productividad y competitividad.

Vera, Melgarejo y Mora (2014) desarrollaron un estudio acerca del: “Acceso a la financiación en Pymes colombianas: una mirada desde sus indicadores financieros” en donde se presenta un análisis de las fuentes de financiación utilizada por las Pymes colombianas y su relación con indicadores de gestión financiera, con la finalidad de identificar algunas de las causas que pueden estar originando situaciones problemáticas en su desempeño. Se realizó una investigación cuantitativa, de tipo explicativo, no experimental, longitudinal, exploratorio y correlacional; la población estuvo conformada por 4168 Pymes colombianas que reportan sus estados financieros a la Superintendencia de Sociedades en el período 2004-2009. Los resultados muestran que las Pymes se financian principalmente con recursos propios, en menor grado con pasivos de corto plazo y en baja proporción con pasivos de largo plazo, siguiendo un patrón similar al explicado por la teoría de selección jerárquica (pecking order theory); igualmente, los estadísticos sugieren limitaciones importantes para generar ingresos y atraer fuentes de financiación que fortalezcan su desempeño. Los indicadores de liquidez, eficiencia y rentabilidad evidencian una situación desfavorable para el sector, obstaculizando la obtención de nuevos recursos.

Finalmente, del análisis correlacional se infiere que los indicadores de eficiencia en la gestión empresarial son los que más se asocian significativamente con el acceso a fuentes de financiación externas a las organizaciones.

Concluye que las Pymes colombianas se financian primordialmente con recursos propios, pasivos de corto plazo y en menor proporción con deuda de largo plazo.

Herrera, Limón y Soto (2010) en su investigación titulada: fuentes de financiamiento en época de crisis realizado en las Empresas de la zona conurbada Veracruz - Boca del Río – México. El objetivo general fue analizar si en las PYME de San Luis Potosí, los recursos propios, el financiamiento externo (bancos) y proveedores son significativos. El tipo y nivel de la investigación fue cualitativo descriptivo y para recoger información se utilizó la técnica de la encuesta aplicada a gerencia general, administración, tesorería, créditos, cobranza, ventas de la microempresa. Llegaron a las siguientes conclusiones: En la muestra aleatoria de empresas incluidas en la investigación los administradores o dueños de las empresas deciden financiar sus proyectos o inversiones con recursos propios, aunque los administradores muestran una preferencia a recurrir a pasivos de bajo costo 70%, por encima de los dueños 30%; En la muestra aleatoria de empresas incluidas en la investigación, la mayoría de los administradores o dueños consideran que la estructura óptima está determinada por la interacción de fuerzas competitivas.

Además, se describe, que, en sus decisiones, consideraron como una opción. En resumen: 47% tomaron las ventajas impositivas; 61% los costos que acarrear utilizar dinero ajeno y 59% las ventajas que representa no utilizar su propio dinero; En la muestra aleatoria de empresas incluidas en la investigación, la prueba estadística utilizada permitió afirmar que más del 60% de administradores y/o dueños de las

empresas ubicadas en el área conurbada Veracruz-Boca del Río, se financian con recursos propios; En la muestra aleatoria de empresas incluidas en la investigación los administradores o dueños de las empresas, si dan un orden de importancia a las fuentes de financiamiento, prefiriendo en primera instancia los recursos propios seguidos de los externos y de éstos, prefiriendo primero a los de bajo riesgo y costo. La evasión de impuestos surge debido a una decisión del contribuyente de no declarar, total o parcialmente, determinadas operaciones o ingresos que debería acumular para los respectivos efectos fiscales. La evasión fiscal se vuelve injusta por el hecho de que sólo una parte de la población paga por la provisión de los servicios públicos que todos disfrutan y, por lo tanto, constituye una causa importante de inequidad horizontal y vertical, puesto que conlleva una carga efectiva mucho más elevada para quienes si cumplen con sus obligaciones fiscales. La elusión fiscal, por su parte, nace de la capacidad del contribuyente para interpretar el texto de la ley y adaptarlo de la manera más conveniente a sus intereses con el objeto de minimizar el pago de impuestos. La educación debe ser un instrumento de capilaridad social, un mecanismo que nos permita salir de la desigualdad que se ha vuelto un fenómeno cada vez más preocupante y cada vez más crítico; La educación con principios éticos sería el mecanismo para dejar atrás este proceso social de pobreza e injusticia que puede llegar a tener consecuencias muy serias. El Sistema de Administración Tributaria tiene que crear conciencia entre los causantes para evitar la aversión al pago de impuestos, además de reforzar la fiscalización de los contribuyentes. Aunado a lo anterior deberá disminuir el costo de cobrar impuestos. En el cobro del ISR, el SAT debe evitar las formas de evasión tales como la doble contabilidad, la su declaración de ingresos, así como el uso desmedido de deducciones y exenciones

fiscales. Por su parte, en el IVA, dada la elevada proliferación de micro y pequeñas empresas, muchas de ellas no registradas fiscalmente, las cuales venden bienes y servicios netos de impuestos, lo que resulta conveniente tanto para el vendedor como para el comprador. Finalmente, sería conveniente evaluar el sistema fiscal conforme al entorno político y económico del país, principalmente para combatir las deficiencias existentes y tratar realmente de disminuirlas o eliminarlas. Promover un sistema de educación más completo para lograr una mayor participación ciudadana con el fin de vigilar la correcta asignación, distribución y aplicación de los recursos públicos.

Beltrán (2008) en su tesis denominada: predicción del crecimiento del micro y pequeñas empresas en Bolivia. El objetivo general para poder solucionar este problema es el siguiente: “Identificar los determinantes que inciden para que las MYPE en Bolivia tengan un crecimiento sostenible en los próximos años mediante la aplicación de un modelo econométrico.” Los métodos que se utilizaron en el presente trabajo de investigación son los siguientes: el método deductivo, el método inductivo, histórico, análisis y el estadístico. Con respecto a las técnicas que se emplearon fueron las siguientes: Análisis Documental, Revisión documental y Entrevista no Estructurada. La hipótesis planteada fue la siguiente: “El Financiamiento, La Mano de Obra, La Maquinaria y Equipo, y la Materia Prima, son los determinantes que inciden para que las MYPE en Bolivia tengan un crecimiento o sostenible en los próximos años; son el Financiamiento, la Mano de Obra y la Maquinaria y Equipo, posteriormente se realizó una predicción del modelo llegando a la conclusión que para los próximos años 2007 y 2008 existirá un crecimiento favorable para el sector de la micro y pequeñas empresas. Las recomendaciones son:

se recomienda al Viceministerio de las Micro y Pequeñas Empresas hacer un seguimiento constante estadístico de las MYPE para actualizar los datos y contar con una información clara y actualizada.

Nacionales

(Ángulo, 2016) en su trabajo de investigación denominada: Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro venta de ropa para damas – Trujillo, periodo 2014 – 2015, concluye con lo siguiente: En la relación a los representantes legales de las MYPE la minoría poseen grado de instrucción superior no universitaria, así mismo la mayoría de las MYPE es formal.

- En relación al financiamiento podemos ver que la mayoría se formó con capital propio, así mismo existe una minoría que se financia con entidades bancarias y no bancarias. Se puede evidenciar que la mayoría encuentran facilidad de financiamiento en entidades no bancarias.
- En relación a la capacitación podemos evidenciar que un 80% de las MYPE no tuvo capacitación sobre los créditos otorgados, así mismo la mayoría tuvo un curso de capacitación en los últimos dos años. La mayoría de las MYPE consideran que las capacitaciones son una inversión.

Kong y Moreno (2014) Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las Mype del distrito de san José – Lambayeque en el período 2010-2012 universidad católica Santo Toribio de Mogrovejo. El presente trabajo de investigación se concentra principalmente en determinar la relación que existe entre las fuentes de financiamiento y el desarrollo de las MYPES, por lo que su

metodología fue de tipo correlacional y el diseño de investigación de tipo Ex post facto, ya que el análisis se da en un tiempo determinado. Tuvo como sujetos de estudio a 130 gestores de las Mypes y a 4 representantes de las fuentes de financiamiento que tuvieron mayor participación en el mercado del Distrito de San José, obteniendo resultados medidos a través de encuestas y entrevistas.

Principalmente se analizó la situación del sector microempresarial de San José, determinándose que el sector comercial es el de mayor concentración, evidenciado por las bodegas quienes producto de sus ahorros dieron inicio a sus pequeños negocios, pero con el afán de desarrollarse y obtener un crecimiento en el tiempo decidieron optar por otras alternativas para poder financiarse; dando inicio al protagonismo de las fuentes de financiamiento. Con ello se pudo determinar que una proporción considerable de Mypes han sabido gestionar su financiamiento reflejado en el aumento de su producción y en el de sus ventas, considerando favorable la influencia de las fuentes de financiamiento. Por otro lado, existe una parte de pequeños negocios que no han destinado de manera correcta su financiamiento, limitando su desarrollo en el tiempo, básicamente afectado por una deficiente gestión empresarial. Ante esta situación se recomendó promover actividades de gestión empresarial con el apoyo de nuevos programas de financiamiento o la reformulación de los ya existentes, que les permita un correcto direccionamiento del financiamiento contribuyendo en el desarrollo y crecimiento empresarial de las MYPE.

Rengifo (2011) tesis de maestría titulada El crédito y la rentabilidad de las microempresas comerciales del distrito de Tarapoto; realizado en Tingo María. El estudio es de tipo transversal, orientado a la comprobación de la hipótesis causal, se

investigó los factores que interactúan sobre la rentabilidad en los diferentes tipos de microempresas comerciales del distrito de Tarapoto. Para la discusión de resultados se utilizó los métodos sintético, inductivo y correlacional. La información se recopiló directamente de fuentes primarias como son los microempresarios comerciales a nivel del distrito de Tarapoto entre los principales resultados encontrados podemos citar: Primero, el 61% de las microempresas no tiene personería jurídica y el 78% se encuentran comprendidas en los regímenes simplificado y especial del Régimen General del Registro Único del Contribuyente, exhibiendo un bajo nivel de gestión empresarial que las impide acceder a los créditos que ofrece la banca formal y de segundo piso. En segundo lugar, el 73.7% de los microempresarios comerciales muestran desinterés por capacitarse sostenidamente en el tiempo y el 37.3% no hace uso de medio de publicidad alguna, deduciéndose una falta de visión empresarial tanto para crecer y desarrollarse. Los resultados de la estimación del modelo econométrico nos condujeron a reafirmar parcialmente la hipótesis de investigación planteada, toda vez que, estadísticamente se pudo contrastar que los niveles de rentabilidad de las microempresas comerciales de la ciudad de Tarapoto tienen relación directa con el acceso al crédito, la publicidad realizada, y, el grado de instrucción y estándares de capacitación de los conductores de las mismas.

Silva (2011) tesis de titulación sobre Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro artesanía shipibo - Conibo del distrito de Callería-Provincia de Coronel Portillo, periodo 2009-2010; realizado en Pucallpa. Tuvo como objetivo, describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las

Mype del sector comercio-rubro artesanía shipibo-Conibo del distrito de Callería. La investigación fue descriptiva, para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 14 microempresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: Respecto a los empresarios y las Mype: Los empresarios encuestados manifestaron que: el 100% de los encuestados son adultos, el 57% es masculino y el 50% tiene secundaria completa. Así mismo, las principales características de las Mype del ámbito de estudio son: El 100% afirman que tienen más de 03 años en la actividad empresarial y el 71% tienen trabajadores eventuales. Respecto al financiamiento: Los empresarios encuestados manifestaron que: el 86% financia su actividad económica con préstamos de terceros y el 33% lo invirtió en mejoramiento y/o ampliación de su local. Respecto a la Rentabilidad: el 93% afirma que con el crédito otorgado ha mejorado su negocio, 57% comenta que la capacitación mejoró la rentabilidad de las empresas y el 57% afirmó que el año 2010 fue mejor que el año anterior.

Villalón (2012) en su tesis de maestría sobre Instrumentos de financiación para Pyme. El conocimiento de los instrumentos de financiación, es esencial para la actividad de una pyme. La importancia de estas en nuestro país es muy significativa, teniendo elevada repercusión sobre el PIB y el empleo. El objetivo logrado fue con el desarrollo de este trabajo no ha sido otro que el de dar a conocer las distintas fuentes de financiación a las que puede tener acceso una pyme, ya sean fuentes de financiación propia o ajena, diferenciando en estas sus distintas modalidades. Para ello se utilizó una metodología descriptiva mediante la cual se trató de exponer los instrumentos de financiación más importantes a los que pueden acceder las Pyme, ya

sean propios, comerciales, bancarios, especializados ó con ayudas públicas, así como el concepto, las características, ventajas e inconvenientes de cada uno de ellos. Y finalmente, expondremos los problemas con los que se están encontrando las Pyme de nuestro país, cuando acuden a una entidad financiera a solicitar una operación, para la realización de un proyecto de inversión, es decir, el impacto de la crisis en la financiación de las Pyme y los efectos sobre sus empleados.

Mendo (2014) tesis de titulación acerca de la Caracterización del financiamiento y competitividad de micro y pequeñas empresas de licorerías. El objetivo general fue determinar y describir las características del financiamiento y la competitividad de las Mypes del sector comercio - rubro licorerías del distrito de Coishco, periodo 2010 - 2011. El diseño de la investigación fue no experimental – transversal – descriptiva, para el recojo de la información se escogió una muestra dirigida equivalente al 100 % de una población de 9 Mypes, a quienes se le aplicó un cuestionario de 16 preguntas entre abiertas y cerradas, utilizando la técnica de la encuesta. Siendo estos los principales resultados: durante el periodo 2010 – 2011, el 100 % de las Mypes aseguran haber solicitado crédito, durante el periodo 2010 – 2011, el 55.5 % de las Mypes recurrieron a entidades bancarias para solicitar crédito distribuyéndose de la siguiente manera: BCP (44.4 %), Scotiabank (11.1 %) y el 66.7 % de las Mypes invirtieron el crédito solicitado en capital de trabajo. El 77.8 % de las Mypes consideran sobresalir ante su competencia en el rubro. Se concluye que durante el periodo 2010 – 2011 más de la mitad o mayoría de las Mypes recurrieron a entidades bancarias para solicitar crédito, consideran que mejoraron su servicio de atención al cliente.

Chiroque, J. (2013) en su tesis sobre Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mypes del sector comercio rubro artículos de ferretería del mercado modelo de Piura, período 2012. La presente investigación tuvo como objetivo determinar la caracterización del financiamiento, capacitación y la rentabilidad de las Mypes del sector y ámbito de estudio, se desarrolló usando la metodología nivel de investigación descriptivo – no experimental y transversal, obteniéndose como resultado la determinación que la facilidad para un financiamiento depende del ciclo de maduración de la empresa, así para las Mypes con varios años de operación y que cuenten con registros contables anteriores, se les facilita acceder a un crédito bancario, a diferencia de aquellas que al iniciar un negocio aún no tienen ingresos asegurados o su promotor no tienen historia crediticia. En cuanto a la capacitación, es de suma importancia el conocimiento, el grado de capacitación que tenga, de tal manera que la evolución constante y progresivo a este sector permitirá generar grandes beneficios económicos, concluyendo que tanto el financiamiento en la rentabilidad y la capacitación son dos puntos importantes que influyen directamente en la rentabilidad y los resultados de gestión de las Mypes.

Preciado, A. (2012) en su investigación sobre Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mypes del sector comercio - rubro Ferretero del distrito de Villa el Salvador, período 2012-2013, tuvo por objetivo describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mypes del sector comercio -. Rubro Ferretero del distrito de Villa el salvador, periodo 2012-2013 La investigación fue ron experimental, transversal y descriptiva.

Para su realización se escogió una muestra dirigida de 20 Mypes de una población de 38 del sector comercio y rubro mencionado; a las que se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta. Los principales resultados encontrados fueron: la edad promedio de los representantes legales de las Mypes estudiadas es de 40 años; el 57,1% de los micro-empresarios son del sexo femenino y el 42,9% tienen instrucción superior universitaria; el 42,86% recibieron crédito del sistema bancario, pagando una tasa de interés que fluctuó entre 1,5 a 3,5% mensuales; el 66,7% utilizaron el crédito recibido como capital de trabajo. El 100% de los representantes legales no recibieron ninguna capacitación previa al otorgamiento de los créditos; sin embargo, el 42,8% sí se capacitaron después del otorgamiento del crédito, siendo la capacitación en manejo empresarial. El 57,1% de las Mypes tienen entre 2 a 7 trabajadores y el 100% de los microempresarios manifestaron que la capacitación sí mejoró la rentabilidad de sus empresas.

Angulo, E. (2016) Es su estudio acerca de Las principales características del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio rubro compra/venta de ropa para damas en Trujillo período 2014-2015 La presente investigación tuvo como objetivo general determinar y describir las principales características del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio rubro compra/venta de ropa para damas en Trujillo período 2014-2015. La investigación fue no experimental, descriptiva, cuantitativa y transversal; con una población muestral de 35 MYPE, se aplicó un cuestionario de 31 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, con los siguientes resultados: En cuanto a empresarios y MYPE: los encuestados manifestaron que el 71% son adultos de los cuales el 34% tienen Superior no

universitario completo y el 28% no concluyeron sus estudios superiores. De igual manera, las principales características de las MYPE afirman que el 40% tienen más de 3 años en la actividad empresarial. En cuanto al Financiamiento: manifestaron que el 31% financia su actividad económica con préstamos de terceras personas y el 89% lo invierte en capital de trabajo. En cuanto a capacitación: manifestaron que el 80% no recibió capacitación sobre créditos brindados por el sector financiero. En cuanto a Rentabilidad: el 60% afirma que el financiamiento ha contribuido en la mejora de la rentabilidad de su empresa y ha permitido salir adelante en el rubro de su negocio y también el 60% afirmó que los últimos dos años no se ha disminuido su rentabilidad, respecto a años anteriores. Finalmente, las MYPE financian sus empresas, tienen deficiencias en temas de capacitación y financiamiento por ello no obtienen un incremento significativo en su rentabilidad.

Viera, N. (2016) En su tesis sobre Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro clínicas particulares del distrito de Sullana, año 2014.” Tuvo como objetivo general: Determinar las características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad, de las MYPE antes mencionadas. La investigación es de tipo descriptiva , de nivel cuantitativo , se escogió una muestra de 08 MYPE, a quienes se le aplicó un cuestionario de 23 preguntas y se obtuvieron los siguientes resultados: Respecto al financiamiento tenemos un 75% que utiliza financiamiento propio, un 25 % utiliza financiamiento por terceros en el cual tenemos que un 25% que recurre a cajas para obtener financiamiento y el otro 50% obtiene financiamiento mediante bancos y el 25% no precisa .Respecto a rentabilidad 87% considera que para que la empresa permanezca estable debe haber rentabilidad y un 13% considera otros factores .Se

concluye que el 100% manifiesta que al ingresar si recibió capacitación lo cual este es una inversión que permite obtener buenos resultados así como también hay un 75 % que considera que la especialización del personal influye mucho para lograr ingresos económicos para la empresa y un 25% considera otros factores .

La presente investigación titulada “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro clínicas particulares del distrito Sullana año 2014”, Tiene como objetivo general: Determinar las características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad, de las MYPE antes mencionadas. La investigación es de tipo descriptiva, de nivel cuantitativo , se escogió una muestra de 08 MYPE, a quienes se le aplicó un cuestionario de 23 preguntas y se obtuvieron los siguientes resultados: Respecto al financiamiento tenemos un 75% que utiliza financiamiento propio, un 25 % utiliza financiamiento por terceros en el cual tenemos que un 25% que recurre a cajas para obtener financiamiento y el otro 50% obtiene financiamiento mediante bancos y el 25% no precisa .Respecto a rentabilidad 87% considera que para que la empresa permanezca estable debe haber rentabilidad y un 13% considera otros factores .Se concluye que el 100% manifiesta que al ingresar si recibió capacitación lo cual este es una inversión que permite obtener buenos resultados así como también hay un 75 % que considera que la especialización del personal influye mucho para lograr ingresos económicos para la empresa y un 25% considera otros factores.

Cruz, L. (2016) Realizó un estudio sobre Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio, rubro restaurant en el distrito de Juanjui provincia Mariscal Cáceres, periodo 2015 - 2016. La presente investigación, tuvo por objetivo general describir las principales características del financiamiento y

la rentabilidad de las MYPE del sector comercio, rubro restaurant del Distrito de Juanjui Provincia Mariscal Cáceres, periodo 2015 - 2016; la investigación fue de tipo cuantitativa y nivel descriptivo, para desarrollarla se escogió una muestra de 12 MYPE de una población de 20, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado mediante la técnica de la encuesta. Siendo estos los principales resultados: Sobre el perfil del microempresarios, el 50% dijeron tener más de 3 años de antigüedad empresarial. Respecto al financiamiento, el 75% de las MYPES encuestadas afirman que recibieron créditos comerciales, el 16% de las MYPES que recibieron créditos de consumo y el 8% créditos hipotecarios. Respecto a la rentabilidad, el 100% de los microempresarios encuestados dijeron que su rentabilidad mejoró por el financiamiento recibido y el 83% por la capacitación recibida hacia él. De la investigación se concluye que la mayoría de los representantes legales de las MYPES encuestados su rentabilidad mejoró por el financiamiento y la capacitación, ya que son factores esenciales para su desarrollo económico y gestión empresarial del sector comercio, rubro restaurant.

Flores, (2016) en su Tesis sobre: Caracterización de financiamiento, capacitación y rentabilidad de las Mypes en el sector comercio rubro empresas de transportes terrestres de la provincia de Mariscal Cáceres período 2016. La presente investigación, tuvo por objetivo general describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector servicio, rubro Transporte Terrestre de la provincia de Mariscal Cáceres – Juanjui, periodo 2016, la investigación fue de tipo cuantitativa y nivel descriptiva, para desarrollarla se escogió una muestra de 9 empresas de transporte terrestre de una población de 18, a quienes se les aplico un cuestionario estructurado mediante la técnica de la

encuesta. Siendo estos los principales resultados: Sobre el perfil de los Microempresarios, el 45% dijeron estar en edad de 30 a 44 años y el 45% tienen estudios universitarios. Respecto al perfil de las MYPES, tiempo que se dedica al rubro tiene 3 años de antigüedad empresarial. Respecto al financiamiento, el 78% de las MYPE encuestadas afirman que su financiamiento es propio, recibieron créditos comerciales, el 78% de las MYPE que recibieron crédito lo invirtieron en capital de trabajo. Respecto a la capacitación, el 89% de los microempresarios encuestados dijeron que sí recibieron capacitación antes del otorgamiento del crédito, el 45% de los microempresarios encuestados se capacitaron en administración de recursos humanos. Respecto a la rentabilidad, el 78% de los microempresarios encuestados dijeron que su rentabilidad mejoró por el financiamiento recibido. De la investigación se concluye que la mayoría de los representantes legales de las MYPE encuestados su rentabilidad mejoró por el financiamiento y la capacitación recibida, ya que son factores esenciales para su desarrollo económico y gestión empresarial del sector rubro empresas de transportes terrestres.

Regional

Liz Miriam Espinoza Durand1 Fernando Vásquez Pacheco ool and office supplies

Chimbote, 2014 Liz Miriam Espinoza Durand1 Fernando Vásquez Pacheco2

Resumen El objetivo general de la presente investigación fue determinar y describir las características del financiamiento de las micro- y pequeñas empresas del sector comercio, rubro distribuidoras de útiles escolares y de oficina en Chimbote, durante el año 2014. La investigación fue de diseño no experimental, cuantitativo y descriptivo. Para el recojo de información se escogió una muestra dirigida de 10 Mypes que constituyó el 100 % de la población en estudio, y a la cual se le aplicó un

cuestionario de 18 preguntas utilizando la técnica de la encuesta. Se obtuvieron los siguientes resultados: en cuanto a las características de los empresarios, el 100 % de los representantes legales son adultos, el 80 % mujeres, el 40 % tiene secundaria completa, el 50 % son casados y el 50 % comerciantes en su propio negocio; en cuanto a las características de las Mype, el 100 % se dedica al negocio por más de tres años, el 100 % son formales, el 60 % tienen de uno a dos trabajadores permanentes, el 50 % tienen de tres a cuatro trabajadores eventuales y el 70 % tienen como objetivo obtener mayor ganancia; con respecto al financiamiento, el 70 % de las Mypes lo obtuvieron de terceros, el 57,14 % lograron créditos de entidades no bancarias, el 57,14 % manifestaron.

CASTILLO, E. (2015). En tesis desarrollado acerca de Caracterización del financiamiento de las Mypes del sector comercio – rubro alimentos lácteos, del distrito de vegeta – provincia de Huaura, 2014. La investigación tuvo por objetivo general determinar la caracterización de financiamiento de la micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro alimentos lácteos, del distrito de Végueta - Provincia de Huaura, 2014. Fue tipo transeccional – nivel descriptivo, se escogió una muestra de 11 Micro y pequeñas empresas, a las que se les aplico un cuestionario de 13 preguntas cerradas a través de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: El 54.5% tiene una edad entre 31 a 40 años, tienen secundaria completa y son propietarios de su empresa. El 45,5% cuenta con 5 a más trabajadores, el 63.6% desarrolla la actividad entre 3 a 4 años y tienen por objetivo generar ganancias. El 100% hacen por financiamiento de terceros, el 64% lo hacen por entidades Bancarias, el 73% invirtieron en maquinaria y equipos – insumos y materia prima, el 45.5% adquirieron entre 5000 a 10000 soles de préstamo, el 82% asumieron entre 11

a 20 por ciento de interés, el 55% asumieron el crédito a mediano plazo y el 64% solicitaron su crédito a los bancos. Se concluye que el financiamiento moviliza activamente a las Mypes del sector comercio - rubro alimentos lácteos.

Local:

GALLOZO, D. (2017). En su tesis sobre Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mype sector servicio rubro restaurantes en el mercado central de Huaraz, periodo 2016. El objetivo logrado consistió en describir el financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mype del Sector servicio rubro restaurantes en el mercado central de Huaraz, periodo 2015. Tipo y nivel de investigación cuantitativo descriptivo; no experimental, ya que las variables del estudio no han sido manipuladas, se limitó solo a describir las características de las variables de la realidad. La Población de estudio estuvo conformado por 58 Micro y Pequeñas empresas del sector servicio. Y una población muestral de 58 representantes del mercado central de Huaraz. Donde se obtuvo los siguientes resultados: El 48% de los directivos tenían de 40 a 49 años, el 81% de los representantes de las Mype son de sexo femenino, el 48% de las Mype tenían educación de secundaria, el 50% son convivientes, el 84% son formales. El 60% de los trabajadores son permanentes, el 78% tiene financiamiento propio, el 47% afirmaron que fue para el pago de trabajadores, el 55% indica que obtuvo la capacitación al adquirir el crédito financiero, el 36% menciona que recibió la capacitación, el 67% afirma que la capacitación es relevante, el 53% cree que el financiamiento otorgado si mejoro su rentabilidad, el 57% cree que la capacitación si mejora su rentabilidad y el 66% menciona que la rentabilidad mejoro en los últimos 2 años. Conclusión: Queda determinada el financiamiento la capacitación y la

rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en mercado central de Huaraz, en el 2015; de acuerdo a la revisión de la literatura realizada donde se obtienen una información valiosa en los antecedentes y bases teóricas que tienen una relación significativa con los resultados empíricos obtenidos de la muestra mediante los instrumentos de medición.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Conceptualización de financiamiento

Se conoce como financiamiento el mecanismo por el cual se aporta dinero o se concede un crédito a una persona, empresa u organización para que este lleva a cabo un proyecto, adquiera bienes y servicios, cubra los gastos de una actividad u obra, o cumpla sus compromisos con sus proveedores.

A pesar de que el financiamiento ha sido muy analizado siempre persiste la única idea que es el de abastecerse de recursos financieros. Para apoyarlo al pequeño empresario, obtener un necesario capital para sus operaciones y ayuda a mejorar su negocio.

Para Hernández, A. (2002) toda empresa, sea pública o privada, para poder realizar sus actividades requiere de recursos financieros (dinero), ya sea para desarrollar sus funciones actuales o ampliarlas, así como para el inicio de nuevos proyectos que impliquen inversión, llámese a ello financiamiento.

Para Lerma, A. Martín, A. Castro, A. y otros. (2007) el financiamiento consiste en proporcionar los recursos financieros necesarios para la puesta en marcha, desarrollo y gestión de todo proyecto o actividad económica. Los recursos obtenidos por esta forma de financiamiento se recuperan durante un plazo determinado; con el interés fijo respectivo, establecido previamente. Este tipo de actividades va permitir a los micro y pequeños empresarios invertir en sus negocios, emprendiendo una

competitividad, cuya medición será a través de la productividad obtenida en su unidad económica y cuando consiga estabilidad económica, un desarrollo organizacional, cuando tenga acceso a la tecnología y más que todo cuando se formalice.

2.2.1.1. Objetivos del financiamiento

Al respecto Perdomo (2008) sostiene para poder obtener liquidez financiera para realizar actividades propias de la empresa en un periodo determinado, de una forma segura y eficiente. Las etapas de financiamiento son una serie de pasos cronológicos en el cual se le dará seguimiento al financiamiento.

- a. Previsión de la necesidad de fondos.
- b. Previsión de la negociación: Aquí se establecen las relaciones previas con las instituciones nacionales de crédito potenciales para el financiamiento. Se analiza la situación actual del país, en cuanto al costo del dinero y se elabora un análisis cuantitativo y cualitativo de alternativas.
- c. Negociación: Se seleccionan dos o tres instituciones de crédito, a las cuales se les proporciona la información requerida por ellas, para el posible financiamiento. Aquí se discuten las condiciones del financiamiento, como son: El monto a pedir, la tasa de interés que se va a pagar, el plazo que se otorga para finiquitar el préstamo, las garantías, formas de pago, requisitos legales, fiscales etc. La empresa al realizar un análisis de las instituciones de crédito, selecciona la más conveniente para cerrar y firmar el contrato de financiamiento.
- d. Mantenimiento en la vigencia del financiamiento:

- La empresa está obligada a proporcionar información periódica que solicite la institución nacional de crédito.
 - También deberá vigilar que se esté llevando a cabo el cumplimiento de las obligaciones contraídas en el contrato con la institución crediticia.
 - Vigilar los tipos de cambios, tasas de interés y amortización de la deuda.
- e. Pago del financiamiento, o en su defecto;
- f. Renovación del financiamiento. La empresa se ve beneficiada con este tipo de financiamiento, y oportunamente se dirige a la institución crediticia para renovar el contrato.

2.2.1.2. Plazos de financiamiento

A. El Financiamiento a corto plazo

- **Crédito comercial:** Mediante este crédito se carga a las cuentas por pagar de la empresa, constituyendo un pasivo a corto plazo, pero acumulado; se relacionan como si fueran impuestos a pagar, así como el financiamiento de inventario y los impuesto a pagar, teniendo en cuenta como si fueran fuentes de recursos para el financiamiento en plazo muy corto.
- **Crédito bancario:** En este caso las mype establecen relaciones entre la institución financiera y el prestatario para financiar su mype a corto plazo.
- **Línea de crédito:** Para acceder a una línea de crédito, el propietario y/o administrador firman un convenio por anticipado; porque es un dinero depositado en el banco con disponibilidad para el prestatario.
- **Papeles comerciales:** Constituye también una forma de financiamiento a corto plazo mediante la garantía de fondo de pensiones, los bancos, algunas

empresas industriales, las compañías de seguros cuando deciden la inversión de sus recursos excedentes a corto plazo.

- **Financiamiento por medio de las cuentas por cobrar:** Consiste en un convenio negociado por anticipado con la finalidad de obtener recursos para la inversión en la Mype, vendiendo las cuentas por cobrar a través de comprador de cuentas por cobrar o por una agente de ventas.
- **Financiamiento por medio de los inventarios:** El inventario de la empresa sirve para garantizar el préstamo; tomando como garantía el inventario, por el acreedor; en casos de que la empresa no pueda cumplir con sus compromisos (Pérez & Campillo, 2011).

B. El Financiamiento a largo plazo

- **Hipoteca:** Es cuando una propiedad del deudor pasa a manos del prestamista (acreedor) a fin de garantizar el pago del préstamo.
- **Acciones:** Es la participación patrimonial o de capital de un accionista, dentro de la organización a la que pertenece.
- **Bonos:** Es un instrumento escrito certificado, en el cual el prestatario hace la promesa incondicional, de pagar una suma especificada y en una fecha determinada, junto con los intereses calculados a una tasa determinada y en fechas determinadas.
- **Arrendamiento Financiero:** 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, las estipulaciones pueden variar según sea la situación y las necesidades de cada una de las partes (Gonzales, 2002).

2.2.1.3. Tipos de fuentes de financiamiento

La PYME se ve obligada a recurrir a recursos propios o externos para poder obtener financiamiento, los cuales a continuación se mencionan:

A. Fuentes de financiamiento internas

Para este tipo de financiamiento es necesario elaborar un inventario sobre todo de los recursos que podemos utilizar en cualquier momento y que podamos tener liquidez de capital de trabajo y en otros casos cuando se tiene que enfrentar situaciones de riesgo financiero; todo este tipo de financiamiento se consideran como recursos propios de la Mype. Se pueden catalogar algunas fuentes financieras internas:

- **Activo fijo susceptible de ser vendido:** Toda Mype cuenta con activo fijo que muchas veces no se utilizan y pueden ser vendidos, sin que esta actividad produzca un daño al funcionamiento del negocio. Es necesario que la Mype pueda vender cuando cuenta con equipos, vehículos que tuvieron un uso de tiempo muy largo ya que el transcurso de uso y el tiempo los convierten en equipos obsoletos.
- **Venta del desperdicio:** En el caso de las Mypes de la compra venta de choclo, generalmente se encuentran desperdicios y en algunos casos a veces lo incineran; a pesar de que hay personas de que lo necesitan como forraje y/o preparación de compus; por ejemplo la planta del maíz y las envolturas de los choclos que pueden servir para alimentar a los animales grandes o pequeños de crianza familiar (Vacunos, Caballares, Porcinos, Ovinos; cuyes, Conejos, etc.).
- **Excedentes de mercancías:** Es necesario los ingresos que pueda obtenerse de los excedentes que se encuentran en los almacenes y que puedan ser vendidos con la finalidad de reducir la existencia, sin pérdida de las ventas. Además, puede ayudar a la reducción de los gastos operativos y que pueda permitir a la empresa aplicar

un control adecuado acerca de los inventarios, sobre los bienes comerciales existentes.

- **Venta de materia prima:** En caso de que la Mype de compra venta de choclos tenga algún tipo de materia prima que no fue utilizado, puede ayudar al alivio crediticio en casos de la existencia de presiones financieras; tomando en cuenta que cuando adquiera otra vez costará más (Molina, 2006).

B. Otras posibilidades financieras

Se consideran: La incorporación de un socio nuevo a la Mype de compra venta de choclos, mediante la venta de acciones; amparado en el capital no suscrito por otro socio; así mismo realizando un aumento de capital social, mediante el aporte individual o grupal de los socios. Cuando se trata del incremento de capital, las terceras personas deben realizar la rentabilidad del negocio con el fin de aportar; por eso se requiere la elaboración del estado financiero con la finalidad de observar hacia el futuro el desarrollo de la actividad de ventas de choclo.

C. Fuentes de financiamiento externas

En casos necesarios es preciso recurrir al financiamiento externo con la finalidad de normalizar el desarrollo empresarial considerando los fondos que se generan por el aporte normal de los socios de la Mype.

Según Perdomo (2008) afirma que las PYME comerciales generalmente se proyectan a expandirse y crecer en el futuro; por lo que requieren un financiamiento externo y por la necesidad que tienen debido al crecimiento por lo que requieren la implementación de novedosas maneras de financiar su Mype de acuerdo con las

necesidades específicas que tengan. De esta manera, se distinguen, diferentes tipos de financiamiento externo tales como: Las instituciones financieras más conocidas son la Banca Comercial o Múltiple, que utilizando la intermediación financiera eleva la rentabilidad de las Mypes captando los recursos económicos del público y elevando su capacidad de financiamiento; aplicando especialmente en operaciones activas “créditos”; sus actividades las orientan a la promoción de emprendimientos, creación y desarrollo de las Mype y/o inversiones en organizaciones industriales, instituciones de servicio y las actividades comerciales.

Flory (2003) sostiene que la banca comercial o múltiple, para otorgar, debe realizar un análisis sobre la viabilidad económica de todo proyecto para que la inversión sea adecuada, proponiendo los plazos de recuperación del capital y sus intereses. En esta perspectiva la banca múltiple oferta los tipos de financiamiento siguiente:

- **Crédito simple o en cuenta corriente:** La característica principal, consiste en créditos utilizados mediante la cuenta corriente que le da disponibilidad al prestatario para disponer de sobre giros a través de cheques y en otros casos cuando tenga necesidad urgente de las operaciones de Tesorería; aunque se considera como un crédito revolvente; una de las modalidades es la tarjeta de crédito en que la entidad de crédito, está obligado a pagar porque cuenta de la persona que acredita los bienes y servicios; obligando al acreditado a la restitución de las sumas de dinero que tiene, las comisiones administrativas estipuladas, las prestaciones y los intereses acordados.

- **Préstamos quirografarios:** En este tipo de operaciones de crédito, el banco entrega una cantidad dineraria, a otra persona llamada “prestatario”, quien se obliga a través de su firma del pagaré, a devolver al banco la cantidad que recibió, más los intereses acordados y en una fecha determinada por ambos (Banco y prestatario)

- **Préstamos de habilitación o avío:** El crédito que se otorga en este tipo de préstamos no excede de 5 años previa presentación de garantía, cuya finalidad sirve para financiar la mayor producción de una actividad industrial.

- **Préstamos refaccionarios:** Este tipo de crédito tiene por finalidad el financiamiento de los activos fijos tangibles, son otorgados a mediano y largo plazo por las entidades financieras, que sirven para invertir en actividades de mediano y largo plazo o responder por los pasivos o adeudos a los organismos de recaudación de impuestos.

- **Créditos hipotecarios:** Son créditos financieros muy flexibles a largo plazo, para adquirir, mejorar los inmuebles o construir la infraestructura de la Mype; puede tener una duración de mediano y largo plazo, es decir de 5 a 20 años; mediante el pago mensual a la entidad financiera, por el prestatario o deudor, consistentes en el capital así como los intereses.

- **Arrendamiento financiero:** Este tipo de financiamiento son de largo plazo a través de alquiler de edificios, equipos y/o terrenos, mediante un contrato firmado

a través de la entrega de un bien del arrendador que entrega al arrendatario, que se obliga al pago de renta durante un periodo preestablecido y al final del plazo establecido el prestatario recibe la propiedad o puede iniciar un nuevo arrendamiento o puede venderlo finalmente.

- **Descuento de documentos:** En casos de necesidad de trabajo, se puede recurrir al descuento documentario, consistentes en las actividades de ventas al plazo, amparados por títulos de créditos a favor de la microempresa o también a las personas identificadas físicamente y que se dedican a la actividad empresarial o dedicadas a actividades comerciales.

- **Préstamos prendarios:** En estos casos el prestatario entrega un bien al acreedor, como prenda, que sirve de garantía el cumplimiento del préstamo adquirido. La finalidad del financiamiento es para cumplir con las necesidades temporales o permanentes básicamente de capital de trabajo a Mypes de cualquier tipo de actividad económica.

- **El papel comercial:** Consiste en la firma de pagarés sin garantía y a corto plazo; generalmente utilizan las Mypes que tienen alto nivel de solvencia crediticia; generalmente el vencimiento del crédito oscila no menor de 15 días ni superior a 270 días calendarios; no requieren garantías.

- **Emisión de obligaciones:** Cuando una Mype requiere adquirir maquinarias y equipos o desarrollar nuevos proyectos, recurre a este tipo de financiamiento que generalmente son de mediano y largo plazo (Moreno, 2008).

D. Fuentes de obtención de crédito

Existen diferentes fuentes para obtener el crédito para el financiamiento de una Mype comercial, en este caso para la compra venta de choclos, tales como:

a. Los ahorros personales

Para la mayoría de los negocios, la principal fuente de capital, proviene de ahorros y otras formas de recursos personales. Frecuentemente, también se suelen utilizar las tarjetas de crédito para financiar las necesidades de los negocios.

b. Los amigos y los parientes

Las fuentes privadas como los amigos y la familia, son otra opción de conseguir dinero. Éste se presta sin intereses o a una tasa de interés baja, lo cual es muy benéfico para iniciar las operaciones.

c. Bancos y uniones de crédito

Este tipo de financiamiento requieren básicamente, para atender a la solicitud de crédito que las solicitudes estén debidamente justificadas, de acuerdo a los requisitos que de la entidad bancaria.

d. Las empresas de capital de inversión

Estas empresas prestan ayuda a las compañías que se encuentran en expansión y/o crecimiento, a cambio de acciones o interés parcial en el negocio (Flores, 2008).

2.2.2 Capacitación

2.2.2.1. Teoría de la capacitación.

La teoría de las inversiones en capital humano

La teoría dominante en cuanto a inversiones en capacitación de la mano de obra es la teoría del capital humano. Esta teoría ha evolucionado en el tiempo, pues fue concebida inicialmente para explicar aspectos del ciclo de vida de las personas, pero recientemente tiende a enfocarse en decisiones estratégicas entre empleadores y empleados al interior de las firmas.

En lo básico, esta teoría concibe a la capacitación como una inversión para el empleador y los trabajadores: esta puede incrementar la productividad del trabajo esperada en la firma, pero se tiene que incurrir en costos. Es decir, como en toda inversión las inversiones en capital humano producen tasas de retorno, los cuales tienen que ser comparados con sus costos. Estos costos pueden ser costos directos o costos de oportunidad. Los costos directos incluyen gastos en materiales educativos, tutoría, transporte, etc. Los costos de oportunidad incluyen una más baja productividad durante el periodo de entrenamiento, tiempo del capacitado y su supervisor durante el proceso de entrenamiento.

El problema principal analizado en esta teoría se refiere a los derechos de propiedad de los beneficios de la inversión en capacitación. El punto en realidad es bastante simple: si una empresa invierte en maquinaria esta puede ser vendida luego en cualquier momento de manera que parte de esta inversión puede ser recuperada. En el caso del capital humano, en cambio, el empresario no puede “revender” el capital humano para recuperar sus inversiones. Más aun, parte de los beneficios de estas

inversiones se quedan con el trabajador y en otros casos, pasan a otros empleadores futuros de esos trabajadores (Sutton, 2010).

La teoría estándar: capacitación en condiciones de competencia perfecta

El modelo estándar sobre inversiones en capacitación de la mano de obra, fue propuesto en uno de los trabajos pioneros de Becker. El modelo básico asume que los mercados de trabajo y de bienes finales son competitivos. La idea general del modelo es el que se comparan los beneficios con los costos de la capacitación. Aquí se grafican ingresos y costos asociados a inversiones en capital humano, a lo largo de la vida, específicamente a partir de cierta edad mínima como los 18 años. Existe un perfil de ingresos, sin capacitación, que se inicia en un nivel bajo pero que va creciendo a lo largo de la vida gracias a ganancias en experiencia. Este perfil es comparado con otro perfil, el cual tiene un periodo de capacitación, durante el cual los ingresos son negativos (se realiza la inversión) (Chacaltana, (2009).

2.2.2.2. Concepto

En un proceso metodológico de actividades encaminadas a la mejora, incremento y desarrollo de la calidad de los conocimientos, habilidades y actitudes del capital humano, con la finalidad de elevar su desempeño profesional (Dávalos, 2010).

2.2.2.3. Perspectivas de la Capacitación

- Es una herramienta de crecimiento de las instituciones de la administración pública y privada
- Es un factor de identidad para los colaboradores de una institución.

- Es un componente de la dinámica laboral.
- Es un compromiso social.

2.2.2.4. Objetivos de la Capacitación

- Contribuir a la modernización de la administración pública y privada a través de la instrumentalización de programas de actualización profesional.
- Optimizar el capital humano de la administración pública y privada.
- Brindar la preparación necesaria al trabajador para el desarrollo de competencias en la institución.
- Desarrollar una cultura laboral más fortalecida en la administración pública y privada (Gaxiola, 2011).

2.2.2.5. El proceso actual de la capacitación

Toda acción de capacitación constituye un proceso, dirigido a la mejora de la calidad del potencial humano, buscando desarrollar los conocimientos y habilidades, cambiando actitudes de la persona, así como el crecimiento y desarrollo individual, en beneficio de la organización empresarial. Es decir, el propósito fundamental consiste en la generación de los procedimientos de cambio para lograr los objetivos y metas de la Mype.

La capacitación tiene su base en la estructura de los valores éticos, de la misión y visión, de los objetivos y metas, de la organización empresarial en el contexto en un marco teórico de formación del capital humano. Existen muchas teorías que se plantearon a través de la historia de la humanidad, planteando una serie de enfoques orientado a los diversos niveles departamentos o áreas de la empresa, proponiendo

objetivos y metas generales y específicos; en muchos casos tuvieron éxitos relevantes en la formación de recursos humanos; más aún con el desarrollo tecnológico, se va dejando de lado los paradigmas y teorías anteriores, adaptándose a las nuevas circunstancias.

La capacitación tiene mucha importancia porque ayuda al cambio de actitudes y conductas de los trabajadores de los trabajadores que ocupan un puesto laboral y contribuyen a nuevas experiencias en la cultura organizacional elevando la productividad del trabajador y de la empresa.

Se considera que en los momentos actuales una organización empresarial no sólo necesita de equipos y tecnología de información y comunicación, utilizando la mano de obra del trabajador; sino más bien requiere formas de gestión novedosa para dirigir la organización y un proceso de formación permanente del trabajador mediante la capacitación en el trabajo y en forma externa para lograr la productividad y competitividad empresarial. Por lo tanto, toda Mype requiere de trabajadores con conocimientos, destrezas y habilidades tanto para el trabajo como para la gestión empresarial.

En esta perspectiva, la capacitación se convierte en la fuente principal de eficiencia y productividad empresarial, fuente de mejoramiento de condiciones de trabajo, la mejora de las remuneraciones para los trabajadores, el fortalecimiento de los valores éticos de la responsabilidad social empresarial, las prácticas de superación continua, experiencias de solidaridad con el compañero de trabajo, desarrollo flexible de

adaptación al cambio sin resistencia, valorando y practicando el trabajo en equipo. (Rodríguez, 2011).

Marco Legal de la Capacitación

Hoy en día la capacitación es un elemento necesario para salir del sub desarrollo, la herramienta primordial para poder rebajar la brecha del conocimiento y lograr el crecimiento empresarial. Es la respuesta a la necesidad que tienen las empresas de contar con un personal calificado y productivo para la entidad. Para alcanzar parte de ello, se ha dictado la Ley N°29498 publicada en el Diario Oficial El Peruano el 19 de enero de 2010, por la cual se ha aprobó la Ley de Promoción a la Inversión en Capital Humano

Dicha norma tiene como objeto el promover el desarrollo del capital humano, por medio de la capacitación continua de los trabajadores, mejorando así sus capacidades productivas y contribuyendo al fortalecimiento de la competitividad del sector productivo nacional.

El artículo 2° de la mencionada norma sustituye el texto del inciso II) del artículo 37 de la Ley del Impuesto a la Renta, introduciendo como gasto vinculado al personal además de los servicios de salud, recreativos, culturales y educativos a la capacitación.

De esta manera, se incluye un párrafo que señala que las sumas destinadas a la capacitación del personal podrán ser deducidas como gasto hasta por un monto máximo equivalente a cinco por ciento (5%) del total de los gastos deducidos en el ejercicio.

Se señala igualmente endicha norma que las empresas que se acojan a este mecanismo de deducción del gasto por capacitación deberán acreditar ante el fisco, mediante la documentación correspondiente, los gastos de capacitación sujetos a la deducción en que han incurrido en el ejercicio. Además, se deberá presentar al Ministerio de Trabajo un programa de capacitación con carácter de declaración jurada y sin costo alguno.

Esta modificatoria (publicada el 19 de enero de 2010) empezará a regir a partir del 01 de enero de 2011, toda vez que se trata de una modificatoria a la Ley del Impuesto a la Renta, el cual es un impuesto de periodicidad anual.

Esperemos que cuando se apruebe el Reglamento, éste contenga lineamientos y normatividad aplicables para que la capacitación sea mayoritaria en beneficio de las empresas, los trabajadores y finalmente el país. Por lo menos es un primer paso que permitirá más adelante invertir en capital humano para lograr el fomento de la competitividad que tanta falta nos hace.

2.2.2.6. El proceso actual de la capacitación

En la actualidad, la capacitación como proceso, está dirigida a la mejora continua de la calidad del capital humano; mejorando las actitudes, habilidades y destrezas laborales del trabajador; incrementando sus conocimientos, contribuyendo al crecimiento individual y profesional y cambiando sus actitudes; siendo el objetivo principal el de producir una serie de procesos de transformación y mejora para lograr los objetivos y metas de la micro y pequeña empresa.

La capacitación tiene su base en las teorías, contribuyendo a la influencia en la estructuración de sus objetivos y metas, con base a los valores éticos y morales; así como los objetivos de la organización. En este sentido, existen teorías que a lo largo de la historia presentaron diversos paradigmas de capacitación, orientadas a renovar los diferentes áreas o niveles de la organización empresarial; en este sentido toda capacitación cumple los propósitos del cambio de actitudes y conductas promoviendo la creación de la cultura laboral nueva, mejorando la productividad de los trabajadores y de las empresas en su conjunto (Rodríguez, 2011).

Compras

Definición

Según Salvador (2003) Es el acto de obtener el producto o servicio de la calidad correcta, al precio, tiempo y lugar pactado.

Actualmente la palabra compras, se puede relacionar con los siguientes términos: adquisiciones, aprovisionamiento o materiales, control de inventarios y almacenes.

Objetivos de compras

Según Wald (2009) objetivos de las compras son lo siguiente:

- a) Ir al Administrador de Proveedores
- b) Dar de alta un proveedor con todos sus datos, no olvidar cargarle sus cuentas contables y concepto de caja correspondiente.
- c) Cambiar algún dato dentro de la ficha del Proveedor
- d) Cargar una factura completando todos los campos vistos.
- e) Cargar una Orden de Pago que cancele la factura antes ingresada.

- f) Cargar una Orden de Pago a cuenta
- g) Realizar una aplicación de comprobantes de pago y factura
- h) Anular una Factura
- i) Anular una Orden de Pago
- j) Utilizar los criterios de búsquedas para ubicar un comprobante de compras y de egresos
- k) Emitir un Reporte de Deudas de Proveedores
- l) Emitir un Reporte de Resumen de cuenta de Proveedores

Proceso de compras

La ISO en el apartado 7.4.1 dice: “La organización debe asegurarse de que el producto adquirido cumple los requisitos de compra especificados. El tipo y el grado del control aplicado al proveedor y al producto adquirido debe depender del impacto del producto adquirido” (ISO 9001:2008); por tal motivo hay que definir el proceso de compra a seguir para la correcta adquisición de bienes

- Requisición
- Cotización
- Orden de compra
- Recepción de materiales
- Control de calidad
- Rechazo y/o devoluciones
- Pago

Concepto de ventas

La venta constituye un proceso que se inicia buscando las condiciones necesarias para el producto o el servicio que produce una Mype. El tiempo tiene mucha importancia para realizar el contacto inicial con el cliente probable y el tiempo para lograr la colocación del pedido; en consecuencia, si el producto es complejo y de muy alto costo, se necesitará un largo tiempo para realizar la venta. En estas condiciones, la definición de venta, consiste en un proceso a través del cual una persona (vendedor) traslada a otra persona (comprador), la propiedad que posee sobre el bien o derecho, a través de un precio convenido. En otros casos se puede definir la venta como la sesión de la propiedad que tiene una persona sobre un producto, a cambio de un monto económico dinerario, especies o servicios (Andersen, 2007).

El ciclo general de las ventas

Las ventas se adecúan a los siguientes ciclos:

1. Plena identificación de clientes y su respectiva prospectación;
2. La consecución de los negocios,
3. Terminar con el cierre de ventas.

En la actividad de ventas, existen diferentes figuras tales como: EL vendedor o promotor de ventas, quien se responsabiliza de efectuar las ventas; Entonces, el que se enfrenta a diario con los obstáculos que se presentan es el vendedor; por esta razón se puede afirmar que es el responsable del fracaso o del éxito de las actividades que realiza a diario. En tanto que la meta principal del vendedor o promotor de ventas

consiste en la producción, con el uso del tiempo y una adecuada dirección de ventas, programando sus actividades en forma preventiva, la previsión de algunos problemas que pueden surgir en su actividad; estableciendo algunas estrategias positivas para solucionar la presencia de posibles problemas y lograr los objetivos de ventas propuestos. De acuerdo al análisis realizado se puede considerar tres fases en la actividad de ventas:

1. Dar soluciones al cliente: Es importante presentar los beneficios que le proporcionará el producto que le va a vender, presentando soluciones efectivas al cliente.

- **Presentación de la venta:** Consiste en el procedimiento donde se realiza una selección adecuada del cliente a quien se va a visitar y que debe reunir algunos requisitos, consisten en: Capacidad financiera y que el producto satisfaga su necesidad; mediante un trato amable y practicando la empatía.

- **Incentivar el deseo:** Será necesario demostrar a un cliente la manera en la que un producto contribuirá a la satisfacción de sus necesidades.

2. El manejo de objeciones: Todo vendedor siempre encontrará resistencia en sus actividades de ventas, y se expresa a través de una objeción; por lo tanto, el vendedor debe saber manejar las objeciones, tratando de convertir en una oportunidad para vender el producto.

3. Cerrar la venta: El cliente convencido de la comunicación empática del vendedor, obtiene el producto o servicio porque el cliente ya fue comprometido a comprar, es decir el vendedor realizó un buen trabajo, cerrando la venta. El secreto de las ventas radica en la venta de beneficios y no de características; por lo que se pueden indicar tres elementos principales que los clientes necesitan en los negocios, ellos son:

1. Reducir: Mediante el abaratamiento de costos forma general;
2. Mejorar: Incrementando la eficiencia del producto que se tiene;
3. Mantener: En casos que no se puede mejorar, sin bajar de nivel, se debe mantener los que se tiene.

Los canales de distribución y los canales de ventas

Existe un puente que es necesario tener en cuenta entre la producción de bienes o servicios, con el consumo de los productos, en el proceso de distribución; permitiendo de presentar los bienes o servicios a disposición del comprador o consumidor final en las mejores condiciones que desea el cliente. En este sentido la distribución del producto terminado será una variable comercial que emplean las organizaciones empresariales para relacionar la producción de bienes o servicios a la de consumo (Alegre, 2000).

El objetivo fundamental de todo canal de distribución consiste en el intento de la satisfacción de necesidades relacionadas al consumo en condiciones preferentes de tiempo, precio, lugar, calidad y presentación, al menor costo posible; en condiciones

más eficientes. Por lo tanto, para su distribución los canales de uso más frecuente son:

- El fabricante,
- El comerciante mayorista,
- El detallista o minorista,
- Y finalmente los habitantes o consumidores de la comunidad.

La conexión de los productos entre el productor y el mercado, se realiza a través del canal de ventas, que constituye una actividad de los vendedores y los compradores mediante una negociación (Friedman, 2000). Por lo tanto, existe una necesidad de capacitar a los vendedores.

Según Wald (2009) Existen 9 buenas razones para que una empresa capacite a sus vendedores:

- Porque aumentan el volumen de ventas y los beneficios del negocio.
- Porque tienen más en cuenta los intereses de la empresa.
- Porque defienden mejor la estrategia comercial y la reputación de la empresa.
- Porque aumenta la motivación, la moral y la integración de los vendedores.
- Porque en vez de resignarse ante las dificultades, reaccionan buscando las soluciones.
- Porque mejoran su conocimiento de la clientela y aprovechan mejor su conocimiento de los productos.
- Porque hacen más eficiente su organización personal.
- Porque mejoran su profesionalidad en todos los aspectos del proceso de ventas.

- Porque logran el éxito sin dejar de ser quiénes son, descubriendo sus puntos débiles y afianzando sus puntos fuertes.

Temas de capacitación para los vendedores

Técnicas de venta

Técnicas generales de venta

Venta de salón

Venta de servicios

Venta técnica

Venta por teléfono

Negociación comercial

La argumentación

La respuesta a las objeciones

Las técnicas de cierre de la venta

Organización y gestión

Gestión del tiempo de venta

Organización de viajes y giras

Planificación de la zona de venta

Técnicas de prospección y calificación de clientes potenciales

Conocimiento del sector comercial

Cultura técnica y comercial

Técnicas de resolución de problemas y toma de decisiones

Técnicas de creatividad

Elementos de administración comercial

Investigación de mercado y análisis de la competencia

Fundamentos del crédito a clientes

Conocimiento de las operaciones de la empresa

Conocimientos de los productos

Relación y comunicación

Recibimiento del cliente

Manejo de las relaciones interpersonales

La fórmula “todos vendedores”

Dominio del teléfono

Comunicación interna entre los departamentos

Psicología del consumo

2.2.3. Conceptualización de MYPES

El nacimiento de una cultura emprendedora que se caracteriza por “la capacidad de ver oportunidades y aprovecharlas” (Pro Inversión, 2007), permite dar paso a una alternativa correcta de negocio con la finalidad de obtener bienes o prestar servicios, que genere ingresos, para poder solventar gastos tanto personales como familiares; pero sobre todo para fortalecer el ámbito empresarial de un país, es de ahí que diversos autores parten con el significado de una MYPE.

Para Regalado, H., (2006) las MYPES son un importante centro de atención para la economía, que busca responder a muchas necesidades insatisfechas de los sectores más pobres de la población, especialmente para el sector financiero, debido a que genera oportunidades de empleo e ingresos a la población y dinamiza la economía local.

De acuerdo a las estadísticas de América Latina, las MYPES fluctúan entre el 95% a 98% de la economía constituida por el desarrollo de las micro y pequeñas empresas (MYPES), contribuyendo al 42% de la producción nacional y al 88% del empleo privado; las Mypes de acuerdo a la experiencia internacional poseen la capacidad de convertirse en el motor del desarrollo empresarial, descentralizado y flexible, teniendo mayor presencia en las actividades de confecciones, artesanía, turismo, establecimiento de salones de belleza y otros.

2.2.3.1 Definiciones de las micro y pequeñas empresas

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 en esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas empresas.

2.2.3.2 Características de las MYPE

a) Número de trabajadores

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

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

b) Ventas Anuales

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

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

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

Las entidades públicas y privadas promoverán la uniformidad de los criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea que permita dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector (Cuervo, 2008).

III. Metodología

4.1 Diseño de la Investigación

El diseño de investigación comprendió el tipo de investigación, el nivel de investigación y el diseño propiamente dicha que a continuación se indica:

4.1.1 Tipo de investigación:

Se seleccionó el enfoque de investigación cuantitativo porque sirve para medir los hechos o fenómenos de la realidad, utiliza la estadística en el procesamiento de datos, con base a los resultados obtenidos de la aplicación de los instrumentos de medición como forma de contrastación de la hipótesis.

4.1.2 Nivel de investigación:

Se optó por el nivel de investigación descriptivo porque respondió a las preguntas ¿cómo son?, ¿dónde están?, ¿cuántos son?, ¿quiénes son?, etc.; es decir nos dice prefiere sobre las características, cualidades internas y externas, propiedades y rasgos esenciales de los hechos y fenómenos de la realidad, en un momento y tiempo histórico concreto y determinado (Carrasco, 2014 p.42)

4.1.3 Diseño

El diseño fue no experimental, descriptivo y transversal o transaccional:

Fue diseño no experimental porque la variable independiente carece de manipulación intencional, y no posee grupo control, ni mucho menos experimental. Por tanto, analiza y estudia los hechos o fenómenos de la realidad después de su ocurrencia; cuyo diagrama es:

M.....O

Dónde:

M = muestra seleccionada de los propietarios y/o de las Mype de compra /venta de choclos.

O = Observación

4.2 Población y muestra

4.2.1 Población

Considerado como un conjunto de todos los elementos que pertenecían al ámbito espacial de Chingas donde se desarrolló el trabajo de investigación estuvo conformado por los propietarios y/o administradores de los Mype de compra / venta de choclos.

N = 22

4.2.1 Muestra

La muestra que debía ser un fragmento representativo de la población, cuyas características esenciales son las de ser objetiva y reflejo fiel de ella; de tal manera que los resultados obtenidos en la muestra puedan generalizarse a todos los elementos que conforman dicha población; se consideró una población muestral, por ser una cantidad pequeña; teniendo en cuenta que no se utilizó ninguna técnica de muestreo; solamente un muestreo intencional o por decisión de la investigadora.

n = 22

4.3 Definición y Operacionalización de variables e indicadores

Título: Características del financiamiento y capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra-venta de choclo del distrito de Chingas, provincia Antonio Raimondi, departamento de Ancash en el 2018.

| Variables | Definición conceptual | Dimensiones | Indicadores | Ítems | Escala de medición SI=1 NO=0 |
|---------------------------------------|---|--------------------------------------|--|--|------------------------------------|
| Variable 1: financiamiento | Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, son generalmente sumas de dinero que llegan a manos de las empresas, o bien de algunas gestiones de gobierno y sirven para complementar los recursos propios (Pérez & Capillo, 2010). | El Financiamiento a corto plazo | Crédito comercial | 1. Ud. Accedió al Crédito comercial? | |
| | | | Crédito bancario | 2. Ud. ¿Accedió al Crédito bancario? | |
| | | | Financiamiento por medio de amigos y parientes | 3. Ud. ¿Optó financiamiento por amistades? | |
| | | | Financiamiento por medio de los inventarios | 4. Ud. Optó Financiamiento por medio de los inventarios? | |
| | | Fuentes de financiamiento internas | Activo fijo circulante de ser vendido | 5. ¿Ud. Posee activo circulante de ser vendido | |
| | | | Venta del desperdicio | 6. Ud. ¿Vendió desperdicios como forma de financiamiento? | |
| | | Fuentes de financiamiento externas | Crédito simple o en cuenta corriente | 7. ¿Ud. ¿Se financió con Crédito simple o en cuenta corriente? | |
| Variable2: Capacitación | Es un proceso que posibilita al capacitando la apropiación de ciertos conocimientos, capaces de modificar los comportamientos propios de las personas y de la organización a la que pertenecen. Es una herramienta que | D 1: Perspectivas de la Capacitación | Es una herramienta de crecimiento de las instituciones | 8. ¿Ud. cree que la capacitación es una herramienta muy importante para mejorar las microempresas? | |
| | | | Es un componente de la dinámica laboral. | 9. ¿Ud. Cree que la capacitación es un componente de la dinámica laboral? | |
| | | | Es un compromiso social. | 10. ¿Está de acuerdo Que la capacitación es un compromiso social? | |

| | | | | |
|--|---|---|---|--|
| posibilita el aprendizaje y por esto contribuye a la corrección de actitudes del personal en el puesto de trabajo. (Jauregui berry 2013) | D 2: Objetivos de la Capacitación | Contribuir a la modernización | 11. ¿Cree Ud. ¿Que la capacitación contribuye a la modernización de la empresa? | |
| | | Optimizar el capital humano | 12. Cree Ud. Que la capacitación optimiza el capital humano | |
| | | Brindar la preparación necesaria al trabajo | 13. ¿Está Ud. de acuerdo que la capacitación brinda la preparación necesaria al trabajador? | |
| | | Brinda herramientas de Conocimiento | 14. ¿Ud. Recibió capacitación antes de otorgamiento del Crédito?. | |
| | | Ayuda tener más argumentos sobre el tema | 15. Ud. ¿Porque no recibí Capacitación? | |
| | | Brinda conocimientos actuales | 16. ¿Ud. Cree que la capacitación innova nuevos conocimientos? | |
| | | La Capacitación mejora la competitividad | 17. ¿Ud. Cree que la capacitación mejora la competitividad de la empresa? | |
| | d:5 El ciclo general de las ventas | Emitir un Reporte de Resumen de cuenta de Proveedores | 18. ¿Ud. Emite un reporte de Resumen de cuenta de Proveedores? | |
| | | Identificar clientes o prospectar, | 19. ¿Ud. Identifica clientes y se proyecta al futuro? | |
| | | Conseguir negocios, | 20. ¿Ud. ¿Se preocupa por conseguir negocios? | |
| | | Cerrar las ventas. | 21. ¿Ud. Realiza el cierre de ventas? | |

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.4.1 Técnica

La técnica que se ha utilizado constituye el conjunto de reglas y pautas que guían las actividades que realizan los investigadores en cada etapa de la investigación científica; así mismo constituyen herramientas procedimentales y estratégicas que suponen un conocimiento previo a su utilidad y aplicación para que facilite la recolección de datos a la investigadora. Por esta razón se utilizó la técnica de la encuesta.

Encuesta: es una técnica para la investigación por su excelencia debido a la utilidad, versatilidad y sencillez debido a esto los datos se obtiene.

Instrumento. El instrumento seleccionado para la presente investigación fue el cuestionario estructurado; porque la investigación científica como proceso sistemático y búsqueda de nuevos conocimientos acerca de los hechos y fenómenos de la realidad, sólo es posible mediante la aplicación de instrumentos de investigación o medición y que ayudan en la recopilación de datos, que posteriormente serán procesados para convertirse en conocimientos verdaderos con carácter riguroso y general (Carrasco et.al p.334).

Cuestionario estructurado: fue un formato elaborado específicamente con base a la técnica de estudio; cuya utilidad es para la recolección de datos de la muestra de estudio (Ángeles, 2005).

4.5. Plan de análisis

Se utilizó el estadístico el paquete estadístico SPSS versión 23.0 con la finalidad de clasificar, ordenar y codificar los datos recolectados durante el trabajo de campo; luego se realizó la tabulación y la presentación de resultados en tablas y figuras estadísticas para su posterior interpretación y análisis de datos. Así mismo se utilizó la estadística descriptiva de frecuencias y porcentajes para presentar el hecho o fenómenos de la investigación contable.

4.6. Matriz consistencia

Título: Características del financiamiento y capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra-venta de choclo del distrito de Chingas, provincia Antonio Raimondi, departamento de Ancash en el 2018

| Problema | Objetivos | Variables | Metodología |
|--|--|--|--|
| ¿Cómo son las características del financiamiento y capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra-venta de choclo del distrito de Chingas, provincia Antonio Raimondi, departamento de Ancash en el 2018 | Determinar las características del financiamiento y capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra-venta de choclo del distrito de Chingas, provincia Antonio Raimondi, departamento de Ancash en el 2018 | V1: Caracterización del financiamiento | 4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos 4.4.1 Técnica: La técnica que se ha utilizado constituye el conjunto de reglas y pautas que guían las actividades que realizan los investigadores en cada etapa de la investigación científica |
| | <ol style="list-style-type: none"> 1. Describir las principales características del financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra-venta de choclo del distrito de Chingas, provincia Antonio Raimondi, departamento de Ancash en el 2018. 2. Describir las principales características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra-venta de choclo del distrito de Chingas, provincia Antonio Raimondi, departamento de Ancash en el 2018. | V2: Capacitación | 4.5. Plan de análisis Se utilizó el estadístico el paquete estadístico SPSS versión 23.0 con la finalidad de clasificar, ordenar y codificar los datos recolectados durante el trabajo de campo Principios éticos Los principios éticos de la universidad deben regir las normativas de elaboración de los proyectos de investigación realizados para distintos niveles de estudio. y son las siguientes: Protección a las personas. Beneficencia y no maleficencia Justicia Integridad científica Consentimiento informado y expreso. |

4.7 Principios éticos

Protección a las personas. - La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesitan cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio. En el ámbito de la investigación es en las cuales se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no solamente implicará que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente en la investigación y dispongan de información adecuada, sino también involucrará el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular si se encuentran en situación de especial vulnerabilidad.

Beneficencia y no maleficencia. - Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

Justicia. - El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurarse de que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. El investigador está también obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación

Integridad científica. - La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados.

Consentimiento informado y expreso. - En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la

cual las personas como sujetos investigadores o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto

IV. Resultados

Tabla 1

Distribución de la muestra según, crédito comercial

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Si | 10 | 45% |
| No | 12 | 55% |
| Total | 22 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicado a los propietarios y/ o administradores de MYPE de compra/ venta de choclos-Chingas

Tabla 2

Distribución de la muestra según, crédito bancario

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Si | 10 | 45% |
| No | 12 | 55% |
| Total | 22 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicado a los propietarios y/ o administradores de MYPE de compra/ venta de choclos-Chingas

Tabla 3

Distribución de la muestra según, financiamiento por amistades

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Si | 15 | 68% |
| No | 7 | 32% |
| Total | 22 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicado a los propietarios y/ o administradores de MYPE de compra/ venta de choclos-Chingas

Tabla 4

Distribución de la muestra según, financiamiento por parte de los inventarios

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Si | 11 | 50% |
| No | 11 | 50% |
| Total | 22 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicado a los propietarios y/ o administradores de MYPE de compra

Tabla 5

Distribución de la muestra según, activo circulante.

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Si | 8 | 36% |
| No | 14 | 64% |
| Total | 22 | 100,0% |

Fuente: Encuesta aplicado a los propietarios y/ o administradores de MYPE de compra/ venta de choclos-Chingas

Tabla 6

Distribución de la muestra según, desperdicios como forma de financiamiento

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Si | 15 | 68,2 |
| No | 7 | 31,8 |
| Total | 22 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicado a los propietarios y/ o administradores de MYPE de compra/ venta de choclos-Chingas

Tabla 7

Distribución de la muestra según, financiamiento con crédito simple o en cuenta corriente

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Si | 10 | 45% |
| No | 12 | 55% |
| Total | 22 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicado a los propietarios y/ o administradores de MYPE de compra/

Tabla 8

Distribución de la muestra según, capacitación como herramienta para mejorar la microempresa

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Si | 19 | 86% |
| No | 3 | 14% |
| Total | 22 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicado a los propietarios y/ o administradores de MYPE de compra/ venta de choclos-Chingas.

Tabla 9

Distribución de la muestra según, capacitación como componente de la dinámica laboral

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Si | 14 | 64% |
| No | 8 | 36% |
| Total | 22 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicado a los propietarios y/ o administradores de MYPE de compra/ venta de choclos-Chingas

Tabla10

Distribución de la muestra según, capacitación compromiso social

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Si | 13 | 59% |
| No | 9 | 41% |
| Total | 22 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicado a los propietarios y/ o administradores de MYPE de compra/ venta de choclos-Chingas.

Tabla 11

Distribución de la muestra según, capacitación contribuye a la modernización de la empresa

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Si | 14 | 64% |
| No | 8 | 36% |
| Total | 22 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicado a los propietarios y/ o administradores de MYPE de compra/ venta de choclos-Chingas

Tabla 12

Distribución de la muestra según, capacitación optimiza el capital humano

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Si | 13 | 59% |
| No | 9 | 41% |
| Total | 22 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicado a los propietarios y/ o administradores de MYPE de compra/ venta de choclos-Chingas

Tabla 13

Distribución de la muestra según, capacitación brinda la preparación al trabajador

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Si | 10 | 45,5% |
| No | 12 | 54,5% |
| Total | 22 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicado a los propietarios y/ o administradores de MYPE de compra/ venta de choclos-Chingas

Tabla 14

Distribución de la muestra según, Recibió capacitación antes de otorgamiento del crédito

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Si | 10 | 45% |
| No | 12 | 55% |
| Total | 22 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicado a los propietarios y/ o administradores de MYPE de compra/ venta de choclos-Chingas

Tabla 15

Distribución de la muestra según, porque no recibió capacitación

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Si | 11 | 50% |
| No | 11 | 50% |
| Total | 22 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicado a los propietarios y/ o administradores de MYPE de compra/ venta de choclos-Chinga

Tabla 16

Distribución de la muestra según, que la capacitación innova nuevos conocimientos.

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Si | 10 | 45% |
| No | 12 | 55% |
| Total | 22 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicado a los propietarios y/ o administradores de MYPE de compra/ venta de choclos-Chingas

Tabla 17

Distribución de la muestra según, la capacitación mejora la competitividad en la empresa

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Si | 11 | 50% |
| No | 11 | 50% |
| Total | 22 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicado a los propietarios y/ o administradores de MYPE de compra/ venta de choclos-Chingas

Tabla 18

Distribución de la muestra según, emite un reporte de resumen de cuenta de proveedores

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Válido Si | 14 | 64% |
| No | 8 | 36% |
| Total | 22 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicado a los propietarios y/ o administradores de MYPE de compra/ venta de choclos-Chingas

Tabla 19

Distribución de la muestra según, identificación de clientes y proyección al futuro

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Si | 13 | 59% |
| No | 9 | 41% |
| Total | 22 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicado a los propietarios y/ o administradores de MYPE de compra/ venta de choclos-Chingas

Tabla 20

Distribución de la muestra según, recuperación por conseguir los negocios

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Si | 12 | 55% |
| No | 10 | 45% |
| Total | 22 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicado a los propietarios y/ o administradores de MYPE de compra/ venta de choclos-Chingas

Tabla 21

Distribución de la muestra según, realización del cierre de ventas

| Alternativa | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Si | 14 | 63,6% |
| No | 8 | 36,4% |
| Total | 22 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicado a los propietarios y/ o administradores de MYPE de compra/ venta de choclos-Chingas

5.2 Análisis de los resultados

Con respecto al objetivo general

Determinar las características del financiamiento y capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra-venta de choclo del distrito de Chingas, provincia Antonio Raimondi, departamento de Ancash en el 2018.

El 55% de encuestados no consiguieron crédito comercial (tabla 1), el 68% afirmaron haber conseguido financiamiento de las por amistades (tabla 3), el 50% accedieron al financiamiento mediante los inventarios de la mype (tabla 4). el 68, 2% vendían los desperdicios como forma de financiamiento (tabla 6), el 86% consideraban a la capacitación como herramienta para mejorar la microempresa (tabla 8), el 64% aceptaron que la capacitación fortalece la dinámica laboral en la mype (tabla 9), el 59% de encuestados afirmaron que la capacitación crea en los microempresarios un compromiso social (tabla 10), el 64% afirmaron que las acciones de capacitación contribuyen sistemáticamente a la modernización de la microempresa (tabla 11), 41% de elementos de la muestra que participaron en el estudio, indicaron que toda capacitación contribuye a la optimización del capital humano (tabla 12), el 45,5% afirmaron que la capacitación les brinda preparación a los trabajadores (tabla 13), el 45% de microempresarios encuestados no recibieron capacitación antes de otorgamiento de crédito (tabla 14), el 50% de encuestados no tenían conocimiento de capacitación (tabla 15), el 55% no saben que si la capacitación es innovador de nuevos conocimientos (tabla 16).

Álvaro (2013) en su tesis sobre Determinación del comportamiento de las actividades de financiamiento de las Pequeñas y Medianas Empresa. Universidad Nacional de la Plata. desarrollado en la universidad nacional la plata-Argentina. Concluyó: que las pequeñas y medianas empresas se encuentran en las diferentes actividades comerciales; aunque no están considerados para la emisión de bonos. Cumplen con toda las exigencias y requisitos para poder acceder al mercado de capitales; porque se consideran sociedades colectivas o sociedades de responsabilidad limitada.

Otra tesis de Márquez (2007) se relaciona con el estudio realizado sobre efectos del financiamiento en las medianas y pequeñas empresas, desarrollada en la universidad San Martín de Porres. Concluyó: a) La mediana y pequeña empresa en el país tiene mucha importancia porque son fuentes generadoras de riqueza y el financiamiento es

importante para mejorar la eficacia como capital de trabajo y contribuir a una competitividad entre mypes. Se ha determinado que una buena gestión administrativa, genera una buena evaluación y efectividad en sus operaciones crediticias. Existe necesidad de establecer mecanismos de apoyo a las medianas y pequeñas, implementando políticas de crédito; a través de una buena gestión en los proyectos.

Objetivos Específicos

Con respecto al objetivo específico

1: Describir las principales características del financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra-venta de choclo del distrito de Chingas, provincia Antonio Raimondi, departamento de Ancash en el 2018.

El 55% de encuestados dicen no haber obtenido crédito comercial (tabla 1), el 45% financió su mype con crédito simple o cuenta corriente (tabla 7), el 55% de encuestados afirmaron que no cuentan con crédito simple, ni cuenta corriente (tabla 17), el 50% de microempresarios encuestados dicen que la capacitación mejora la competitividad en la empresa.

Vera, Melgarejo y Mora (2014) desarrollaron un estudio acerca del:

“Acceso a la financiación en Pymes colombianas: una mirada desde sus indicadores financieros; desarrollado en la Universidad Católica Javeriana. Los autores realizan un análisis de las fuentes financieras utilizadas por las pymes colombianas en relación con los indicadores de gestión financiera, identificando las causas que puedan estar originando los problemas de desempeño. La población estuvo conformada por 4168 pymes. Resultados: el 90% afirmaron que las pymes se financian principalmente con recursos propios, el 85% solicitaron financiamiento de corto plazo y en baja proporción solicitaron créditos a largo plazo. Concluyeron: de acuerdo al análisis correlacional se infiere que los indicadores de eficiencia en la gestión empresarial, son los que más se asocian significativamente con el acceso a fuentes de financiación externa a las organizaciones. Así mismo las pymes colombianas se financian principalmente con recursos propios, pasivos de corto plazo y en menor proporción deuda de largo plazo.

Herrera, Limón y Soto (2010) desarrollaron una investigación sobre fuentes de financiamiento en época de crisis realizado en empresas de la zona cono urbana.

Concluyeron: dan un orden de importancia a las fuentes de financiamiento, prefiriendo en primera instancia los recursos propios, seguido por el financiamiento externo y de este financiamiento, prefieren los de bajo riesgo y costo. Se encontró buen porcentaje de impuestos debido a la decisión del contribuyente de no declarar total o parcialmente, determinadas operaciones o ingresos que acumularon para los efectos fiscales.

Beltrán (2008) en su tesis sobre Predicción del crecimiento de micro y pequeñas empresas en Bolivia. Concluyó: para el periodo 2007-2008 existirá un crecimiento favorable para las mype en el país; por lo que el viceministerio de las micro y pequeñas empresas, realicen un seguimiento estadístico constante para actualizar los datos y contar con una información actualizada.

Otra tesis de Kong y Moreno (2014) quienes estudiaron sobre la influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las mype del distrito de San José-Lambayeque en el periodo 2010-2012, desarrollado en la universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Concluyó: una proporción considerable de mypes, supieron gestionar el financiamiento que se reflejó en el aumento de la producción y sus ventas, por lo que se consideraron favorables la influencia de las fuentes financieras. Por otro lado, una parte de mypes no destinaron en forma correcta su financiamiento, limitando su desarrollo en el tiempo previsto, afectado por una eficiente gestión empresarial.

Con respecto al objetivo específico

2: Describir las características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra-venta de choclo del distrito de Chingas, provincia Antonio Raimondi, departamento de Ancash en el 2018, el 59% dicen que la capacitación es un compromiso social (tabla 10), el 64% de encuestados están conscientes que la capacitación contribuye a la modernización de la empresa. La tesis desarrollada por Silva (2011) sobre caracterización del financiamiento, capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro artesanía shipibo- Conibo del distrito de calleria-provincia de coronel portillo,

periodo 2009-2010, realizado en Pucalpa. Concluyó: que el 57% afirmaron que la capacitación mejoró la rentabilidad de las empresas por lo que, en el año 2010, el 57% de mypes tuvieron una mejora económica que el año anterior.

Otra tesis de Chiroque (2013), quien estudió caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las mypes del sector comercio rubro artículos de ferretería del mercado modelo de Piura. 2012. Concluyó: que el financiamiento y la capacitación son dos aspectos importantes que influyen directamente en la rentabilidad y los resultados de gestión de las mypes. Así mismo la tesis de Preciado (2012) se relacionan con el presente trabajo de investigación quien estudió sobre: la caracterización del financiamiento y rentabilidad del sector comercio, rubro ferretero del distrito del Villa Salvado periodo 2012-2013. Concluyó: el 57% de los representantes legales no recibieron ninguna capacitación, previo al otorgamiento de los créditos, sin embargo, el 42 % se capacitaron después del otorgamiento del crédito, la capacitación fue en el manejo empresarial.

V. Conclusiones y Recomendaciones

Conclusión general

Se concluye determinado las características del financiamiento y capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra-venta de choclo del distrito de Chingas, provincia Antonio Raimondi, departamento de Ancash en el 2018; al menos casi la mitad de los encuestados encontraron financiamiento por entidades bancarias y no bancarias pero la mayoría de ellos trabajan con financiamiento por terceros. El factor de capacitación para este sector es fundamental para que se desarrolla y crean un compromiso social para la modernización.

Conclusiones específicas

1. Queda descrita las principales características del financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra-venta de choclo del distrito de Chingas, provincia Antonio Raimondi, departamento de Ancash en el 2018; manifestaron con respecto al financiamiento que la mayoría de encuestados no utilizan ningún crédito bancario son autofinanciados.
 - ✓ La gran mayoría de los encuestados del sector comercio rubro compra-venta de choclo del distrito de Chingas, provincia Antonio Raimondi, departamento de Ancash en el 2018; saben que es más factible acudir a financiamientos de amigos y familiares porque no es fácil acceder a la financiación externa mucho menos a la procedente de bancos y fondos de inversión.
 - ✓ Los encuestados del sector comercio rubro compra-venta de choclo del distrito de Chingas, provincia Antonio Raimondi, departamento de Ancash en el 2018; mencionaron el mayor porcentaje de las mypes son financiados vendiendo desperdicios que lo utilizan como forrajes y/o preparación de compus como por ejemplo la planta de maíz, las envolturas de choclo.

2. Se han descrito las principales características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra-venta de choclo del distrito de Chingas, provincia Antonio Raimondi, departamento de Ancash en el 2018; están conscientes que la capacitación es una herramienta muy importante que mejora al recurso humano y depende de ello el crecimiento de la empresa.

- ✓ La mayoría de los encuestados del sector comercio rubro compra venta de choclo del distrito, provincia Antonio Raimondi, departamento de Ancash en el 2018; dicen que la capacitación sí moderniza porque es un proceso continuo de la realidad, la tecnología y los conocimientos no cesan de cambiar y desarrollarse.
- ✓ Más de la mitad de los encuestados opinan que la capacitación es un componente de la dinámica laboral porque son herramientas esenciales para mejorar el trabajo en equipo del sector comercio rubro compra-venta de choclo del distrito de Chingas, provincia Antonio Raimondi, departamento de Ancash en el 2018.

Recomendaciones

Recomendaciones específicas:

Recomendación general

Los propietarios y/o administradores de las mype del sector comercio rubro compra/venta de choclo; para fortalecer su empresa tienen que desarrollar la cultura financiera con entidades bancarias y no bancarias en corto plazo, buscar asesoramiento y capacitación permanente para elevar su rentabilidad

Recomendaciones específicas:

1. empresarios del rubro compra/venta de choclo deben capacitarse permanentemente Los micro y pequeños empresarios del rubro compra/venta de choclo del distrito de Chingas deben organizarse crear una cooperativa y así las autoridades correspondientes deben tomar muy en cuenta esa necesidad y facilitar el financiamiento sin muchos papeleos.
2. Los micro y pequeños en los aspectos comerciales de marketing y publicidad, para identificar y captar más clientes; así como para mejorar su compromiso empresarial y buscar nuevos mercados donde el valor de sus productos sea más rentable.

Referencias Bibliográficas

Álvaro, A. (2013). *Determinación del comportamiento de las actividades de financiamiento de las Pequeñas y Medianas Empresa*. Universidad Nacional de la Plata.

Angulo, E. (2016). Es su estudio acerca de Las principales características del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio rubro compra/venta de ropa para damas en Trujillo

Alejandro Wald (2009). *Cómo capacitar a sus vendedores*

Alegre, Luis y otros, 2000, *Fundamentos de Economía de Empresa: perspectiva funcional*, Barcelona, segunda edición, Ariel Económica Editores.

Arthur Andersen, 1997, *Diccionario Espasa: Economía y Negocios*, Madrid, Editorial Espasa Calpe.

Beltrán, L. (2008). *Predicción del crecimiento del micro y pequeñas empresas en*
=[mypes+en+el+peru&hl=es419&sa=X&ei=czmKUMqQNJHo8gT5pIG4Dg&sqi=2&ved=0CCoQ6AEw](#)

[AA#v=onepage&q=mypes%20en%20el%20peru&f=false](#).

Bolivia. Tesis para optar la maestría en la universidad de Bolivia. Recuperado.

Carvajal, C. &García, C. (2011). *Investigación sobre impactos de los programas de asesoría y capacitación a microempresarios*- Universidad de Chile. Santiago, Chile.

Carrasco, S. (2014). *Metodología de la investigación científica*. Lima: San Marcos.

Chacaltana, J. (2009). *Capacitación laboral proporcionada por las empresas: El caso peruano*. [Acceso 2015 May. 05] Disponible desde:
<http://www.consortio.org/CIES/html/pdfs/pm0324.pdf>.

Chú, Ml. (2002). *Apuntes de Finanzas: un enfoque peruano*. Lima - Perú.
crisis realizada en las Empresas de la zona conurbada Veracruz - Boca del

de:<http://dpicuto.edu.bo/tesis/facultad-de-ciencias-economicas-financieras-yadministrativas/carrera-de-ingenieria-comercial/1543-prediccion-delcrecimiento-de-las-micro-y-pequenas-empresas-en-bolivia.htm>.

Cuervo, A. (2008). Análisis y planificación financiera de la empresa. Madrid: Ed.Cívitas.

Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (2013) guía práctica para el cultivo del maíz. Argentina: Banco de la Nación Argentina.

Chiroque, J. (2013). Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mypes del sector comercio rubro artículos de ferretería del mercado modelo de Piura, período 2012. Tesis de Titulación. Piura: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Carrasco, S. (2014). Metodología de la investigación científica. Lima: San Marcos.

Dávalos, J. (2010) Capacitación y desarrollo del Personal. Lima: Grijley.

Disponible en:

<http://books.google.com.pe/books?id=vBMPUG7JkUMC&pg=PA234&dqer#v=onepage&q&f=false>.

Flores, R. 2008) Financiamiento a la Pyme. Fondo de Garantía Mutua. Lima: Cinseyt - Colección Políticas de Desarrollo.

Flory, D. (2003) Instituciones financieras. México D.F.: Editorial McGraw-Hill Interamericana.

Friedman, Lawrence y Furey Timothy, (2000), Canales de Venta, México, Primera Edición, Pearson Edición.

Gallozo, D. (2017). En su Tesis Sobre Caracterización del Financiamiento, la Capacitación y la rentabilidad de las Mype sector servicio rubro restaurantes en el mercado Central de Huaraz, periodo 2016

Gaxiola M. (2011). Detección de necesidades de capacitación [Acceso 2015 May. 05]. Disponible desde:

<http://www.monografias.com/trabajos20/capacitacion/capacitacion.shtml>.

Gonzales, J. (2002). Contabilidad Finanzas y Economía para Pequeñas y Medianas Empresas. Lima: Universidad del Pacífico.

Hernández, A. (2002). Matemáticas financieras. Teoría y práctica.

Herrera, P. (2011). Estudio para la creación de una empresa productora y comercializadora de productos derivados del maíz, en el cantón Ambato, provincia de Tungurahua. Escuela Politécnica del Ejército-Ecuador.

Herrera, S, Limón, A & Soto, A. (2010). Fuentes de financiamiento en época de

Hidalgo, M. & Ponce, C. (2011) “Capacitación y empleo para la MYPE a través del SENCE” Universidad Austral de Chile.

Jaureguiberry, M. (2013). Que es la capacitación. Lima. Facultad de Ingeniería Industrial. Acceso [2017/10/17]. disponible desde:

[www.fio.unice.edu.ar/usuario/segumar/laura/material/que porcentaje10la%20capacitacion](http://www.fio.unice.edu.ar/usuario/segumar/laura/material/que_porcentaje10la%20capacitacion).

Kong, J. & Moreno, J. (2014) “Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las mypes del distrito de San José – Lambayeque en el período 2010-2012” Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

Márquez, L. (2007) Afectos del financiamiento en las medianas y pequeñas empresas. Universidad de San Martín de Porres.

Mendo, C. (2014) Caracterización del financiamiento y competitividad de micro y pequeñas empresas de licorerías. El objetivo general fue determinar y describir las

características del financiamiento y la competitividad de las Mypes del sector comercio - rubro licorerías del distrito de Coishco, periodo 2010 – 2011. Tesis de Titulación. Chimbote: Chimbote: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Molina, V. (2006) Cómo sanear las finanzas de las empresas. México D.F.: Ediciones Fiscales ISEF, S.A.

Morales, A. Olivares, A. Rangel, M. Raya, A & Valdés, L. (2007). Liderazgo emprendedor. Cómo se un emprendedor de éxito y no morir en el intento. México: Cengage Learning Editores, S.A. Disponible en:
<http://books.google.com.pe/books?id=9XCUJcSKhAgC&printsec=frontco>

Mercado, Salvador (2003). “Compras. Principios y aplicaciones”. Cuarta Edición, Limusa, Grupo Noriega Editores, México D.F., México.

Perdomo, A. (2008) Planeación financiera. 4ta Ed. México D.F.: ECAFSA.

Perdomo, A. (2008) Planeación financiera. 4ta Ed. México: ECAFSA D.F.

Preciado, A. (2012) Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mypes del sector comercio - rubro Ferretero del distrito de Villa el Salvador, período 2012-2013. Tesis de Titulación. Lima-Perú: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Pérez L. & Campillo F. (2011) Financiamiento. [Acceso 2015 Ener. 25]. Recuperado desde: <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/financiamiento/financiamiento.htm>

Pinedo, R. (2015) Niveles de fertilización en dos variedades de maíz morado (ZEAMAYZ I.) en la localidad de Canaán- Ayacucho".

Quispe, R. Rutti R. Rodríguez, P. & Lazo, L. (2011) Determinación de políticas y acceso al financiamiento de capital de trabajo en las MYPE del sector comercio del distrito de Huancayo. Tesis de Titulación. Huancayo: Universidad Continental.

Regalado, H. (2006). *Las Mi pymes en Latinoamérica*. México.

Rengifo, M. (2011). *El crédito y la rentabilidad de las microempresas comerciales del distrito de Tarapoto*. Tesis de Maestría. Tingo María: Universidad Nacional Agraria De La Selva

Río – México. Tesis para optar el doctorado en la universidad de México.

Rodríguez, G. (2011) *La capacitación y su importancia en las Mypes*. Lima- Perú: Grijley.

Rodríguez, J. (2013) “Comportamiento agronómico de cinco híbridos de maíz (zea maysl.) en estado de choclo cultivados a dos distancias de siembra”. Universidad de Guayaquil.

Rodríguez, N. (2011) “Importancia de la capacitación para las MYPES” [Serie en internet].2009 [Citada 2011 Octubre 17].Texto completo en:<http://www.mundomype.com/articulos/44-recursos-humanos/167-importancia-de-la-capacitacion-para-las-mype.html>

Silva, J. (2011). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro artesanía Shipibo-Conibo del distrito de Callería-Provincia de Coronel Portillo, periodo 2009-2010*. Tesis de Titulación. Pucallpa: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Sutton C. (2010). *Capacitación del personal*. Argentina: Kapeluz una mirada desde sus indicadores financieros. Recuperado de [ver#v=onepage&q&f=f](#).

Salazar, J. (2008) *Desarrollo de una estrategia de marketing social orientada al incremento de competencias empresariales de las MYPE de la Región Cerro de Pasco Regionales*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Santander, K. (2013) Estrategias para inducir la formalidad de la Mype de la industria gráfica- offset por medio de gestión competitiva. Pontificia Universidad Católica del Perú.

Sevilla, R. (2008) El cultivo del maíz en el Perú. Lima. Ministerio de Agricultura.

Stanton, Willians y Otros, (2008), Ventas, Conceptos, Planificación y Estrategias, Santa Fé de Bogotá, Novena Edición, Mc Graw Hill.

Vera M., Melgarejo Z. y Mora E. Acceso a la financiación en Pymes colombianas:

Villalón, A. (2012). Instrumentos de financiación para Pyme. Tesis de Maestría. España: Universidad de León.

Anexos:

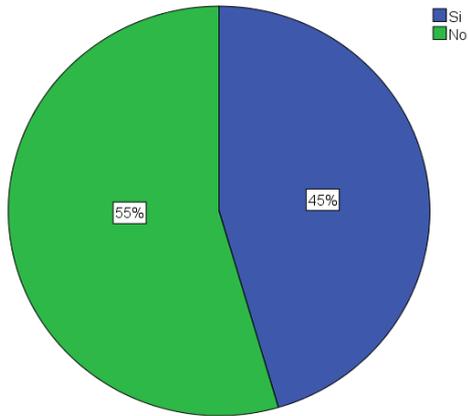


Figura 1: Crédito comercial

Fuente: Tabla 1

Interpretación

Se observa los resultados obtenidos en la tabla y figura 1; del 100% de la muestra el 45% opinaron que si solicito el crédito comercial y un 55% no utiliza.

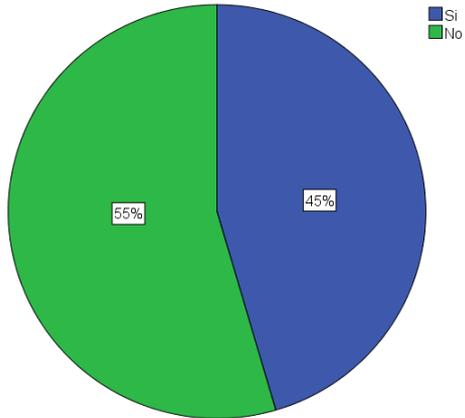


Figura 2: Crédito bancario

Fuente: Tabla 2

Interpretación:

Se observa los resultados en la tabla y figura 2; del 100% de la muestra 55% opinaron que si solicito el crédito bancario y un 45% no lo aplica.

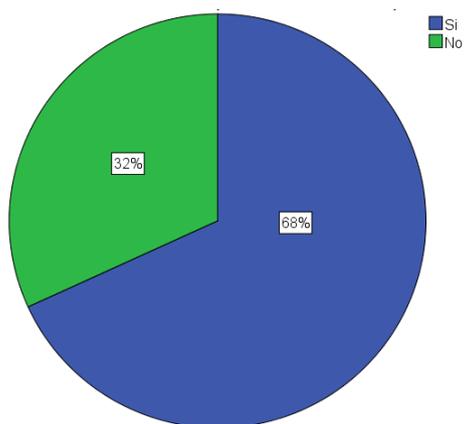


Figura 3: Financiamiento de las cuentas por amistades.

Fuente: Tabla 3

Interpretación:

Se observa los resultados obtenidos en la tabla y figura 3; del 100% de la muestra el 68% opinaron que si realizan financiamiento por amistades y el 32% no.

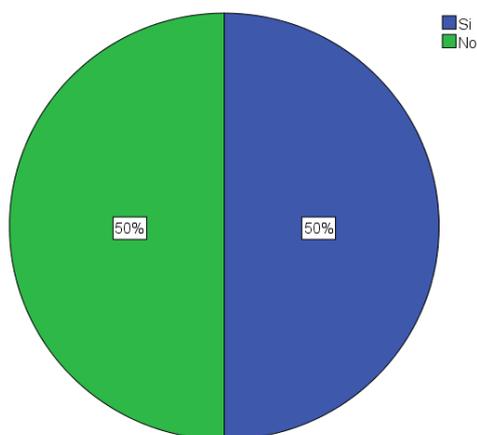


Figura 4: Financiamiento por parte de los inventarios

Fuente: Tabla 4

Interpretación:

Se observa los resultados obtenidos en la tabla y figura 4; del 100% de la muestra el 50 % opinaron que si realizan financiamiento por parte de los inventarios y el otro 50% no.

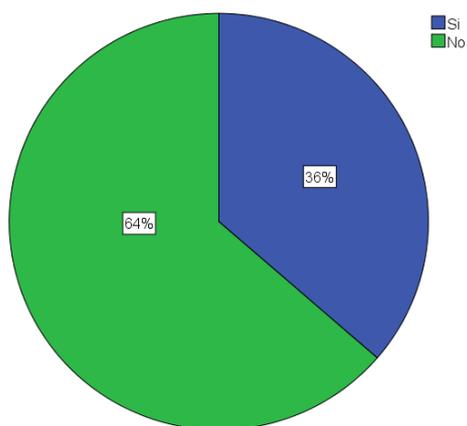


Figura 5: Activo circulante

Fuente: Tabla 5

Interpretación:

Se observa los resultados obtenidos en la tabla y figura 5; del 100% de la muestra el 64 % opinaron que si posee activo circulante y el 36% no lo posee

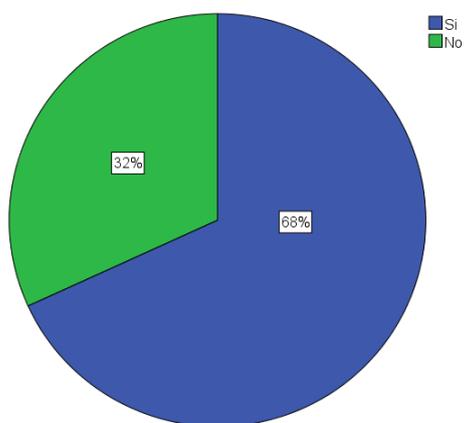


Figura 6: Desperdicios como forma de financiamiento

Fuente: Tabla 6

Interpretación:

Se observa los resultados obtenidos en la tabla y figura 6; del 100% de la muestra el 68 % opinaron que si utilizan los desperdicios como forma de financiamiento y el 32% no utiliza los desperdicios.

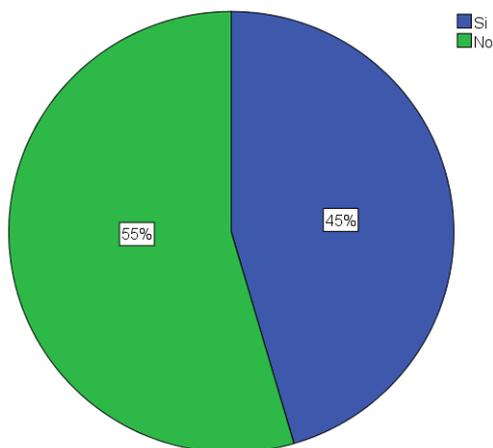


Figura 7: Financiamiento con crédito simple o en cuenta corriente

Fuente: Tabla 7

Interpretación:

Se observa los resultados obtenidos en la tabla y figura 7; del 100% de la muestra el 55 % opinaron que si se financiaron con crédito simple o en cuenta corriente y el 45% no financiamiento.

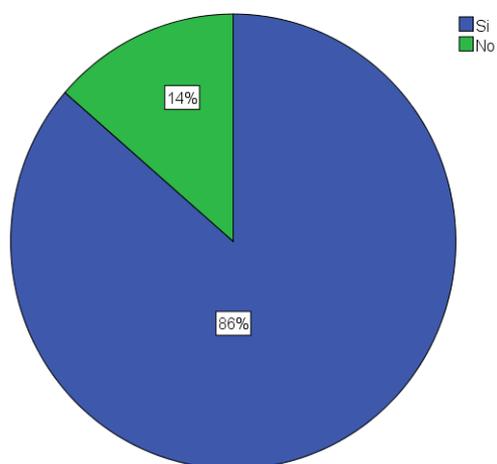


Figura 8: Capacitación como herramienta para mejorar la microempresa

Fuente: Tabla 8

Interpretación:

Se observa los resultados obtenidos en la tabla y figura 8; del 100% de la muestra el 86% opinaron que si cree en la capacitación como herramienta para mejorar la microempresa y el 14% no creen como herramienta de mejora.

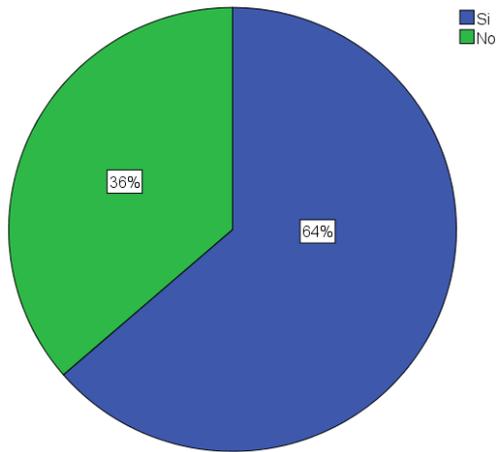


Figura 9: Capacitación como componente de la dinámica laboral

Fuente: Tabla 9

Interpretación:

Se observa los resultados obtenidos en la tabla y figura 9; del 100% de la muestra el 64% opinaron que si cree en la capacitación como componente de la dinámica laboral y el 36% no cree.

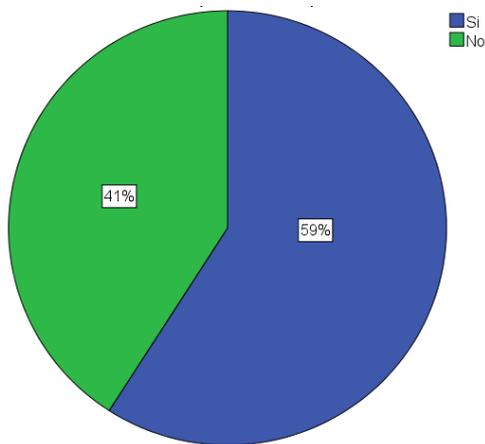


Figura 10: Capacitación como compromiso social

Fuente: Tabla 10

Interpretación:

Se observa los resultados obtenidos en la tabla y figura 10; del 100% de la muestra el 59% opinaron que si cree en la capacitación como compromiso social y el 41% no cree.

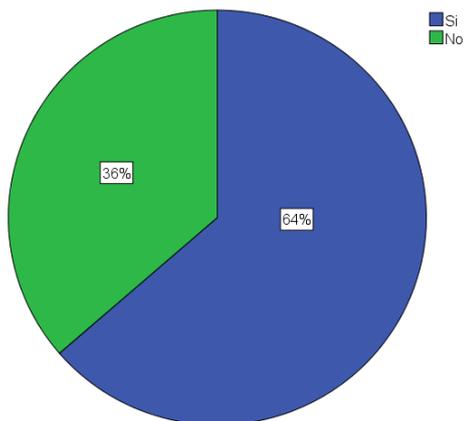


Figura 11: Capacitación contribuye a la modernización de la empresa

Fuente: Tabla 11

Interpretación:

Se observa los resultados obtenidos en la tabla y figura 11; del 100% de la muestra el 64% opinaron que si está de acuerdo con la capacitación que contribuye a la modernización de la empresa y el 36% no cree.

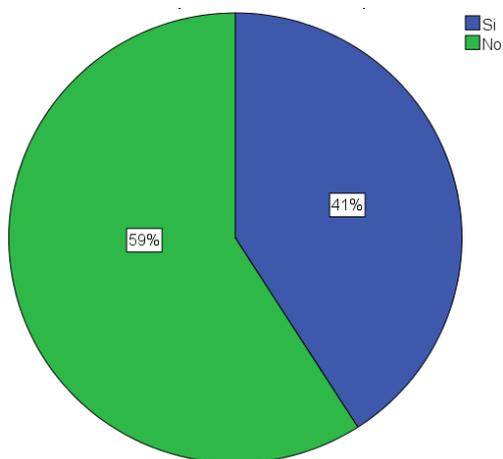


Figura 12: Capacitación optimiza el capital humano

Fuente: Tabla 12

Interpretación:

Se observa los resultados obtenidos en la tabla y figura 12; del 100% de la muestra el 59% opinaron que si está de acuerdo con la capacitación que optimiza el capital humano y el 41% no.

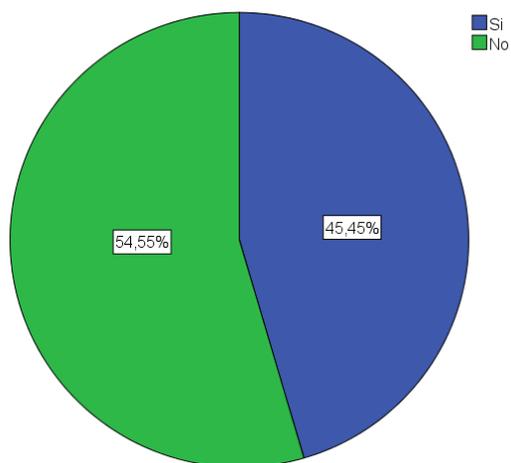


Figura 13: Capacitación brinda la preparación al trabajador

Fuente: Tabla 13

Interpretación:

Se observa los resultados obtenidos en la tabla y figura 13; del 100% de la muestra el 54.55% opinaron que si está de acuerdo con la capacitación que brinda la preparación al trabajador y el 45.45% no.

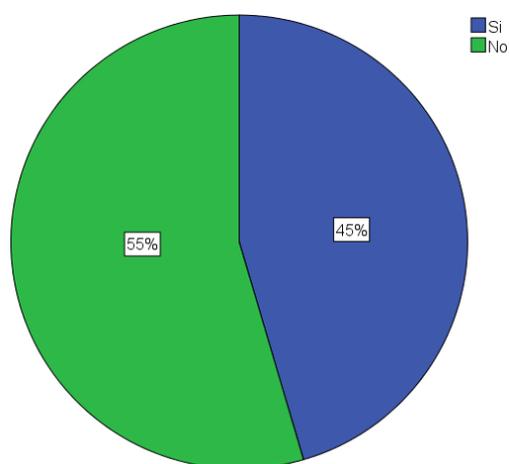


Figura 14: Factura completando todos los campos

Fuente: Tabla 14

Interpretación:

Se observa los resultados obtenidos en la tabla y figura 14; del 100% de la muestra el 45% opinaron que si recibieron capacitación y el 55% no recibieron ninguna capacitación.

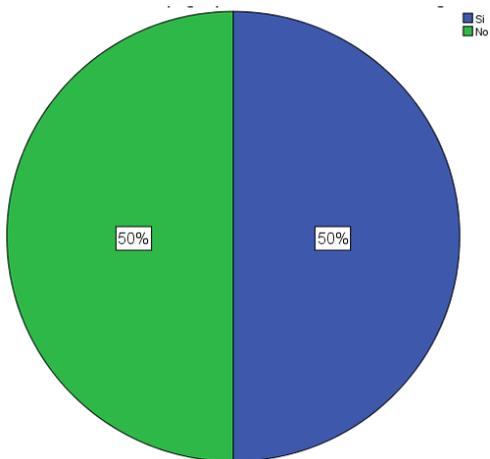


Figura 15: Porqué Ud. No recibió capacitación.

Fuente: Tabla 15

Interpretación:

Se observa los resultados obtenidos en la tabla y figura 15; del 100% de la muestra el 50% opinaron que si recibieron capacitación el 45% opinaron que no saben.

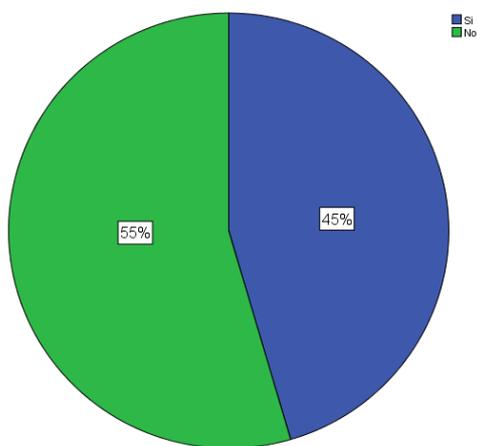


Figura 16: La capacitación innova nuevos conocimientos.

Fuente: Tabla 16

Interpretación:

Se observa los resultados obtenidos en la tabla y figura 16; del 100% de la muestra el 45% opinaron que sí la capacitación innova nuevos conocimientos y el 55% que no.

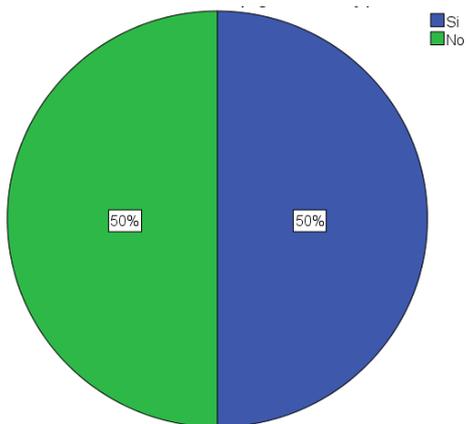


Figura 17: la capacitación mejora la competitividad de la empresa

Fuente: Tabla 17

Interpretación:

Se observa los resultados obtenidos en la tabla y figura 17; del 100% de la muestra el 50% opinaron que si la capacitación mejora la competitividad de la empresa y 50% no.

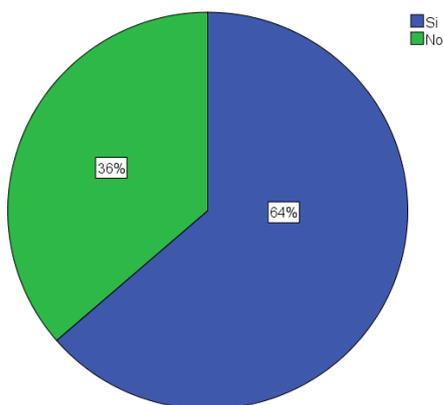


Figura 18: Emite un reporte de resumen de cuenta de proveedores

Fuente: Tabla 18

Interpretación:

Se observa los resultados obtenidos en la tabla y figura 18; del 100% de la muestra el 64% opinaron que si emite un reporte de resumen de cuenta de y el 36% no.

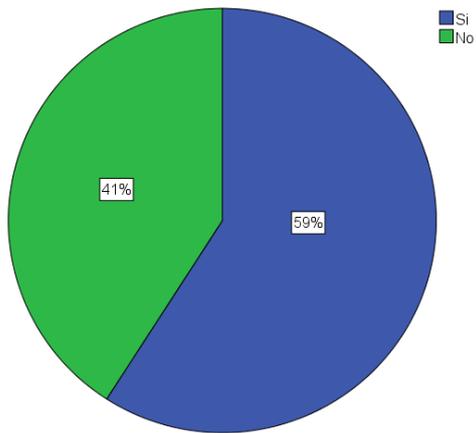


Figura 19: Identificación de clientes y proyección al futuro

Fuente: Tabla 19

Interpretación:

Se observa los resultados obtenidos en la tabla y figura 19; del 100% de la muestra el 59% opinaron que si identifican a sus clientes y se proyectan al futuro y el 41% no.

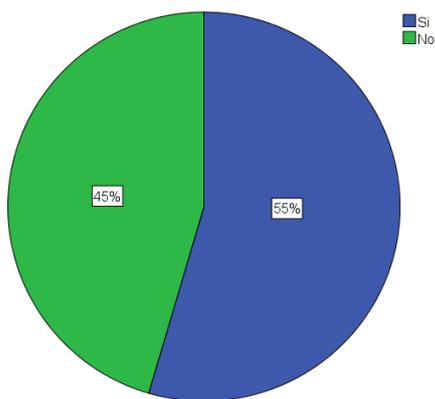


Figura 20: Recuperación por conseguir los negocios

Fuente: Tabla 20

Interpretación:

Se observa los resultados obtenidos en la tabla y figura 20; del 100% de la muestra el 55% opinaron que si se recuperan por conseguir los negocios y el 45% no.

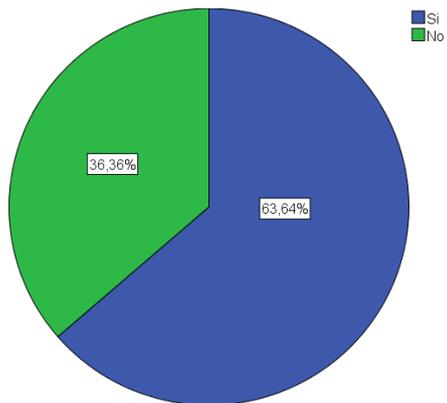


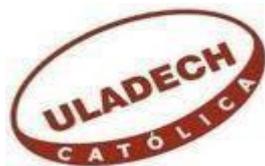
Figura 21: Realización del cierre de ventas

Fuente: Tabla 21

Interpretación:

Se observa los resultados obtenidos en la tabla y figura 21; del 100% de la muestra el 63.6% opinaron que si realizan el cierre de ventas y el 36.4% no.

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE CANTABILIDAD
DEPARTAMENTO ACADÉMICO SEDE- HURAZ

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

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas Empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado “Características del Financiamiento, y la capacitación de las Mypes del sector Comercio – Rubro Compra/ venta de Choclo del distrito Chingas- Antonio Raimondi - Ancash -2018

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

Encuestador (a)

Príncipe Rivera Macfarlene Isabel

Fecha: 18/10/2015

I. DATOS GENERALES DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LAS MYPES

1.1 Edad del representante legal de la empresa:

1.2 Sexo: Masculino.....Femenino.....

1.3 Grado de instrucción:

Primaria: Secundaria.....

Superior Universitaria.....Superior No Universitaria.....

1.4 Estado Civil:

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

1.5 Profesión.....Ocupación.....

II. PRINCIPALES CARACTERISTICAS DE LAS MYPES

2.1 Cuantos años que se encuentra trabajando en el sector y rubro.....

2.2 La Mype es formal: Sí.....No.....

2.3 Número de trabajadores permanentes..... Eventuales.....

2.4 La Mype se formó para obtener ganancias y crecer: Si..... No.....La Mype se formó por

Subsistencia (sobre vivencia): Sí.....No.....

2.5 Donde se localiza su empresa

III. DEL FINANCIAMIENTO DE LAS MYPES:

3.1 Cómo financia su actividad productiva: Con financiamiento propio:

Si.....No.....

3.2 Si el financiamiento es de terceros: A qué entidades recurre para obtener

Financiamiento: Entidades bancarias (especificar el nombre de la entidad bancaria)

.....

Que tasa interés mensual paga.....

Entidades no bancarias (especificar el nombre de las entidades no bancarias)

.....Qué tasa de interés mensual paga..... Prestamistas

usureros..... Qué tasa de interés mensual paga.....

Qué entidades financieras le otorga mayores facilidades para la obtención Del crédito:

Las entidades bancarias.....Las entidades no

bancarias.....los prestamistas usureros.....

3.3 En el año 2014: Cuántas veces solicitó crédito.....A qué entidad

Financiera.....

Le otorgaron el crédito solicitado.....El

Crédito fue de corto plazo.....o fue de largo plazo

3.4 Los créditos otorgados fueron en los montos solicitados: SI NO

3.5 En qué fue invertido el crédito financiero que obtuvo:

Capital de trabajo (%)
Compra de Vehículo de Transporte (%)
 Programa de capacitación (%)
 Otros – Especificar (%)