

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
DE CHIMBOTE**



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

**CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO, LA
CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD DE LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
COMERCIO, RUBRO COMPRA Y VENTA DE ROPA
PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO
ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS CONTABLES Y
FINANCIERAS**

AUTOR

PAREDES LOMAS, MÓNICA DEL PILAR
ORCID ID: 0000-0002-9054-3927

ASESOR

CPCC. RAMIREZ PANDURO JORGE ALFREDO
ORCID ID 0000-0003-2260-4908

PUCALLPA-PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Paredes Lomas, Mónica

ORCID ID: 0000-0002-9054-3927

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

ASESOR

CPCC. Ramírez Panduro, Jorge Alfredo

ORCID ID 0000-0003-2260-4908

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

JURADO

Montoya Torres, Silvia Virginia

ORCID ID 0000-0003-0781-3170

Vilca Ramírez, Fernando Ruselli

ORCID ID 0000-0002-8602-3312

López Souza, José Luis

ORCID ID 0000-0002-0720-0756

HOJA DE FIRMAS DEL JURADO

Mgtr. CPCC. Montoya Torres, Silvia Virginia

Presidente

Mgtr. CPCC. Vilca Ramírez, Fernando Ruselli

Miembro

Mgtr. López Souza, José Luis

Miembro

Mgtr. CPCC. Ramírez Panduro Jorge Alfredo

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios todopoderoso, por su bendición y su infinito misericordia, y por permitirme ser cada día mejor.

Al Mg. CPCC. Jorge Alfredo Ramírez Panduro por la orientación y paciencia otorgada para que el presente trabajo de investigación sea realizado.

A todas las personas encuestadas que participaron e hicieron posible la culminación de mi trabajo de investigación, a mi familia por su apoyo, dándome ánimo, alentándome a seguir adelante para cumplir mis metas.

MONICA PAREDES LOMAS

DEDICATORIA

A Dios,

Quien es mi compañía, en este camino que me
he propuesto, luchando diariamente para así,
conseguir mi objetivo final.

A mis hijos

Gracias por estar a mi lado siempre, siendo ellos
mi motivo principal, por los que me esfuerzo día
a día, para lograr juntos esta meta propuesta.

MONICA PAREDES LOMAS

RESUMEN

Esta investigación trató sobre los pequeños negocios dedicados a la venta de ropa para niños del distrito de Callería. El objetivo principal fue el “determinar las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra y venta de ropa para niños del distrito de Callería, 2017”. Fue un estudio de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo, y con diseño no experimental; donde se trabajó con una muestra de 15 empresas a cuyos representantes se les aplicó un cuestionario de 36 preguntas para obtener una data que fue procesada con el programa SPSS y luego analizada, se llegó a las conclusiones siguientes: los emprendedores son en mayoría mujeres, tienen entre 26 a 55 años de edad, con secundaria completa y estudios técnicos concluidos; siendo un 40% conviviente y otro 40% casado. Las empresas están de 6 a 15 años en el rubro, están formalizadas y fueron formadas para obtener ganancias. Se financian por medio de bancos, financieras y por cuenta propia. La mayoría de empresarios se capacitó y capacitó a su personal. El 73% está convencido al financiarse mejoró la rentabilidad, y un 87% cree que la rentabilidad del negocio ha mejorado y no ha disminuido en los últimos años.

Palabras clave: Financiamiento, capacitación, rentabilidad, micro y pequeñas empresas.

ABSTRACT

This investigation was about the small businesses dedicated to the sale of children's clothes from the district of Callería. The main objective was to "determine the main characteristics of financing, training and profitability of micro and small businesses in the commerce sector, buying and selling clothing for children in the district of Callería, 2017". It was a study of quantitative type, of descriptive level, and of non-experimental design; where we worked with a sample of 15 companies whose representatives were given a questionnaire of 36 questions to obtain a data that was processed with the SPSS program and then analyzed, reaching the following conclusions, the entrepreneurs are mostly women, they have 26 to 55 years of age, with full secondary and technical studies completed; being a 40% cohabitant and another 40% married. The companies have from 6 to 15 years in the field, they are formal and they were trained to obtain profits. They are financed through banks, financial and self-employed. The majority of entrepreneurs trained and trained their personnel. 73% is convinced that financing improved profitability, and 87% believe that the profitability of their company has improved and has not decreased in recent years.

Keywords: Financing, training, profitability, micro and small businesses.

CONTENIDO

	Pág.
TÍTULO DE LA TESIS.....	i
EQUIPO DE TRABAJO.....	ii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
CONTENIDO.....	viii
INDICE DE CUADROS, TABLAS Y FIGURAS.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	11
2.1 Antecedentes.....	11
2.1.1 Internacionales.....	11
2.1.2 Nacionales.....	13
2.1.3 Locales.....	19
2.2 Bases Teóricas de la investigación.....	21
2.2.1 Teorías del financiamiento.....	21
2.2.2 Teorías de la capacitación.....	31
2.2.3 Teorías de la Rentabilidad.....	34
2.3 Marco conceptual.....	37

III. METODOLOGÍA.....	42
3.1 Diseño de la investigación.....	42
3.2 Población y muestra.....	43
3.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	43
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	47
3.5 Plan de análisis.....	47
3.6 Matriz de consistencia.....	47
3.7 Principios éticos.....	49
IV. RESULTADOS.....	51
4.1 Resultados.....	51
4.2 Análisis de resultados.....	88
V. CONCLUSIONES.....	93
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	96
ANEXOS.....	103
Anexo 1. Cuestionario.....	103
Anexo 2. Relación de Mypes encuestadas.....	107
Anexo 3. Cuadros de resultados.....	108
Anexo 3. Artículo científico.....	113
Anexo 4. Tabla de fiabilidad.....	126
Anexo 5. Base de datos.....	127

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Edad de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas...	51
Tabla 2. de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas.....	52
Tabla 3. Grado de instrucción de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas.....	53
Tabla 3. Profesión u ocupación de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas.....	54
Tabla 4. Estado civil de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas.....	55
Tabla 5. Profesión de los representantes de las micro y pequeñas empresas	56
Tabla 6. Ocupación de los representantes de las micro y pequeñas empresas...	57
Tabla 7. Tiempo en el sector y rubro empresarial las micro y pequeñas empresas del ámbito de estudio.....	58
Tabla 8. Formalidad de las micro y pequeñas empresas.....	59
Tabla 9. Número de trabajadores permanentes de las micro y pequeñas empresas	60
Tabla 10. Número de trabajadores eventuales de las micro y pequeñas empresas	61
Tabla 11. Motivos de formación de las micro y pequeñas empresas.....	62
Tabla 12. ¿Cómo financian su actividad productiva las micro y pequeñas empresas.....	63
Tabla 13. Entidades bancarias a las que recurren para financiarse.....	64
Tabla 14. Tasa de interés que paga por un crédito bancario.....	65
Tabla 15. Entidades bancarias a las que recurren para financiarse.....	66
Tabla 16. Tasa de interés que paga por un crédito no bancario.....	67
Tabla 17. Si recurren a prestamistas o usureros para financiarse.....	68

Tabla 18. Tasa de interés que paga por un crédito de prestamistas o usurero.....	69
Tabla 19. Si se financian por otros medios las micro y pequeñas empresas.....	70
Tabla 20. Tasa de interés que paga por un crédito en otros medios.....	71
Tabla 21. Entidades financieras que otorgan mayores facilidades para la obtención del crédito a las micro y pequeñas empresas.....	72
Tabla 22. Le otorgaron el crédito en el monto solicitado.....	73
Tabla 23. Monto promedio del crédito otorgado.....	74
Tabla 24. Plazo del crédito solicitado.....	75
Tabla 25. ¿En qué fue invertido el crédito otorgado?	76
Tabla 26. ¿Recibió usted capacitación previa al otorgamiento del crédito?.....	77
Tabla 27. Cursos de capacitación que ha recibido usted en el último año.....	78
Tabla 28. En qué tipo de cursos de capacitación participó usted.....	79
Tabla 29-A. El personal de su empresa ha recibido capacitación.....	80
Tabla 29-B. Cantidad de cursos en que se capacitó el personal.....	81
Tabla 30. ¿Considera usted que la capacitación es una inversión?.....	82
Tabla 31. ¿Considera usted que la capacitación del personal es relevante para su empresa?.....	83
Tabla 32. ¿En qué temas se capacitaron sus trabajadores?	84
Tabla 33. ¿Cree que el financiamiento otorgado ha mejorado la rentabilidad de su empresa?	85
Tabla 34. ¿Cree que la capacitación ha mejorado la rentabilidad?.....	86
Tabla 35. ¿Cree que la rentabilidad ha mejorado en los últimos años?.....	87
Tabla 36. ¿Cree que la rentabilidad ha disminuido en los últimos años?.....	88

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas...	51
Figura 2. de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas.....	52
Figura 3. Grado de instrucción de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas.....	53
Figura 3. Profesión u ocupación de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas	54
Figura 4. Estado civil de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas.....	55
Figura 5. Profesión de los representantes de las micro y pequeñas empresas	56
Figura 6. Ocupación de los representantes de las micro y pequeñas empresas...	57
Figura 7. Tiempo en el sector y rubro empresarial las micro y pequeñas empresas del ámbito de estudio.....	58
Figura 8. Formalidad de las micro y pequeñas empresas.....	59
Figura 9. Número de trabajadores permanentes de las empresas.....	60
Figura 10. Número de trabajadores eventuales de empresas.....	61
Figura 11. Motivos de formación de las micro y pequeñas empresas.....	62
Figura 12. ¿Cómo financian su actividad productiva las micro y pequeñas empresas.....	63
Figura 13. Entidades bancarias a las que recurren para financiarse.....	64
Figura 14. Tasa de interés que paga por un crédito bancario.....	65
Figura 15. Entidades bancarias a las que recurren para financiarse.....	66
Figura 16. Tasa de interés que paga por un crédito no bancario.....	67
Figura 17. Si recurren a prestamistas o usureros para financiarse.....	68

Figura 18. Tasa de interés que paga por un crédito de prestamistas o usurero.....	69
Figura 19. Si se financian por otros medios las micro y pequeñas empresas.....	70
Figura 20. Tasa de interés que paga por un crédito en otros medios.....	71
Figura 21. Entidades financieras que otorgan mayores facilidades para la obtención del crédito a las micro y pequeñas empresas.....	72
Figura 22. Le otorgaron el crédito en el monto solicitado.....	73
Figura 23. Monto promedio del crédito otorgado.....	74
Figura 24. Plazo del crédito solicitado.....	75
Figura 25. ¿En qué fue invertido el crédito otorgado?	76
Figura 26. ¿Recibió usted capacitación previa al otorgamiento del crédito?.....	77
Figura 27. Cursos de capacitación que ha recibido usted en el último año.....	78
Figura 28. En qué tipo de cursos de capacitación participó usted.....	79
Figura 29-A. El personal de su empresa ha recibido capacitación.....	80
Figura 29-B. Cantidad de cursos en que se capacitó el personal.....	81
Figura 30. ¿Considera usted que la capacitación es una inversión?.....	82
Figura 31. ¿Considera usted que la capacitación del personal es relevante para su empresa?.....	83
Figura 32. ¿En qué temas se capacitaron sus trabajadores?	84
Figura 33. ¿Cree ud. que el financiamiento ha mejorado la rentabilidad empresa?	85
Figura 34. ¿Cree usted que la capacitación ha mejorado la rentabilidad de su empresa?.....	86
Figura 35. ¿Cree que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los últimos años?.....	87
Figura 36. ¿Cree que la rentabilidad de su empresa ha disminuido en los últimos años?.....	88

I. INTRODUCCIÓN

Los micro y pequeños negocios tienen mucha relevancia en el desenvolvimiento económico y social de cualquier país, tanto por su representación porcentual (se habla del 98% del total de empresas), como por su capacidad para generar empleo (autoempleo, sub empleo, empleo formal e informal). Como unidades no representan casi nada, pero en conjunto son, la mayor fuente de empleo y ocupación.

De acuerdo a la Comisión Europea (2013), “se entiende por Pequeña Empresa a aquellas que tienen un volumen de negocios y un balance general igual o mayor a 10 millones de euros, con un número de trabajadores menor a 50”. En la Unión Europea, en países como Francia, República Checa, Italia y España, las microempresas tienen una presencia muy grande de alrededor del 92% al 95% del total empresarial, que se caracteriza por niveles elevados de productividad y ventas por trabajador, el cual es mayor respecto a sus pares latinoamericanas.

Esta misma realidad, se aprecia a naciones del oriente de Europa, esto debido a que grandes empresas de la ex Unión Soviética y otros estados socialistas se fragmentaron. En cuanto a la informalidad en la Zona Euro, ésta tiene muy poca presencia y en algunos casos prácticamente no existe, tal es así que los datos estadísticos nos pueden aproximar mejor a su presente productivo.

En cuanto a la mano de obra empleada, es en la Unión Europea y en Latinoamérica, donde los micro y pequeños negocios absorben la mayor porción de los empleos totales de los países y de los sectores privados, sobretodo. En la Unión Europea abarca alrededor del 70% del empleo en el sector privado, cifra

que corresponde a empleos en empresas formalizadas. Desagregando por países, veremos cifras desde el 60% en Francia y Alemania al 80% de España e Italia. Y por sectores, en empresas con mayor demanda de empleo los micro negocios tienen representación de casi el 90% de la generación de empleo. Un ejemplo de esto es el sector de la construcción; y aquellas con mayor demanda de capital, como la industria manufacturera donde representa sólo al 57%.

De acuerdo a Henríquez (2009), la tasa anual de creación de empresas en la UE era del 9,9% con respecto al total empresarial y tasas anuales de mortandad de los pequeños negocios de 8,3%, lo que representa una tasa de supervivencia neta de 1,6% al año de operaciones. Estas empresas sobrevivientes, a los dos años de operaciones alcanzan una tasa de supervivencia que varía según sectores del 75% al 77%, cifras que a escala internacional son buenas. Los mayores problemas que deben afrontar los pequeños empresarios al inicio y para desarrollar la empresa son: sobrecostos regulatorios y administrativos, la morosidad de pagos, la baja rentabilidad, los competidores, escasa clientela, problemas para mantener los precios, lograr un financiamiento inicial y durante el desarrollo del negocio, los trámites iniciales, y demás.

Entre los mayores problemas o dificultades que deben hacer frente las pequeñas empresas está el financiamiento. En la Unión Europea tienen muy clara la enorme importancia de este sector en la economía y el empleo, por lo que se destinan importantes recursos destinados a este sector, y que tiene mucha relevancia en la UE, con los fondos FEDER (que destina hasta 100,000 millones de Euros para Pymes), FES, PIC y otros destinados a inversiones más específicas-

y que se otorgan a largo plazo, permitiendo a los pequeños empresarios hacer una programación más estratégica de su inversión. Para financiar estos proyectos los recursos provienen de la Comunidad, de los países, las regiones y de fuentes privadas (como agremiaciones, empresas, fondo universitario, etc.), conformando lo que da una mixtura sólida de iniciativas e intereses detrás de los proyectos y, obviamente, de los resultados.

El financiamiento por parte de entidades financieras privadas, es clave para lograr el desarrollo empresarial. Incide directamente en el apalancamiento de las ventas, para reducir costos de insumos y en las mejoras tecnológicas. Es decir, el financiamiento otorgado de manera oportuna y en condiciones favorables, viabiliza la operación y la inversión en las mismas. Y si hablamos de cobertura crediticia, en términos de % de créditos/PIB, ésta es mucho más alta en la Unión Europea que en Latinoamérica, en Europa el crédito bancario alcanza niveles del 100% en Alemania y España, algo que contrasta mucho con nuestra realidad en el Perú que alcanza un 19% y en Argentina apenas un 17%.

Estas últimas cifras sobre países latinos nos indica las dificultades de acceso al financiamiento, sobre todo para la micro y pequeña empresa y que está vinculado a la informalidad de estas unidades productivas, y a la falta de garantías que puedan presentar para acceder a los créditos.

“Una síntesis realizada sobre 17 países representativos de América Latina señala que el empleo generado por las micro y pequeñas empresas representa el 86,5% del empleo total del sector privado y el 65,9% del empleo total de los países” (Henríquez, 2009). El 66% del empleo de la empresa privada corresponde

a microempresas y trabajadores independientes, representando una muy importante proporción, así como al mismo tiempo, una gran inestabilidad, que linda con la informalidad (alrededor del 45%). Por su parte, en el Perú este índice es mucho más alto (86,8%), mientras que en Colombia, México y Argentina, linda con el 70%.

Entre los problemas que afectan a las microempresas en países de la región, Henríquez (2009) refiere que “las pequeñas empresas en América Latina han sido duramente afectadas por la crisis actual. Muchas de ellas han sufrido una caída en las ventas, tienen problemas en obtener crédito, y se encuentran agobiadas por los pagos retrasados de sus clientes. Cuando un pequeño taller mecánico tiene que cerrar sus puertas porque los ingresos no cubren los gastos, el impacto sobre la economía y el empleo nacional parece irrelevante. Todas juntas, sin embargo, las micro, pequeñas y medianas empresas representan el 85% del empleo privado en América Latina”.

A diferencia de Europa, en Latinoamérica los programas de apoyo a la pequeña y microempresa presentan un aporte magro con relación a los problemas que tiene el sector, lo que no posibilita una amplia cobertura de esos negocios. Aunque, últimamente se ven cambios positivos en este sentido en países como México, Chile, Brasil, Ecuador y Perú. Gran parte de estos recursos, en muchas naciones Latinoamericanas, vienen de la cooperación internacional, algo que si bien es positivo dado su carácter cooperativo no garantiza su continuidad en el tiempo, por no constituir estos presupuestos en partidas corrientes del presupuesto de los países. Los recursos que se asignan a este sector generalmente

son aprobados para el siguiente año en el presupuesto, no habiendo una seguridad para estos programas, de mantenerse a largo plazo. De manera similar a la UE, se busca generar recursos por medio de programas públicos y privados y la tendencia gira en torno a la promoción de contribuciones de fuentes diversas para su financiamiento. A pesar de esto, dadas las trabas burocráticas, ideas como esta tardan mucho en ejecutarse. Mientras que, en programas recién iniciados, se hace necesario romper la desconfianza inicial de la empresa privada para invertir, que normalmente es alta. Finalmente, la poca capacidad de asociarse en las empresas micro, hace más dificultoso o retarda los aportes en el cofinanciamiento de algunos programas.

En una publicación del año 2013 de AL-INVEST, la CEPAL y EUROCHAMBRES, donde el programa AL-INVEST se constituye en un programa regional de cooperación económica muy importante de la CE en Latinoamérica. Manifiesta que “para reducir las brechas de productividad e igualar las oportunidades entre agentes de diferente tamaño, el sector privado recomienda buscar amplios consensos entre las instituciones públicas y privadas con el fin de avanzar en cuatro áreas interrelacionadas de políticas de apoyo: a) innovación para el fortalecimiento de capacidades productivas y gerenciales; b) acceso a mercados; c) articulación productiva y cooperación empresarial, y d) acceso al financiamiento”.

Buscando aprovechar la relación entre ser competitivo e internacionalizarse, los empresarios tienen la propuesta de ejecutar acciones en dos áreas importantes: a) capacitar y sensibilizar a las pymes para que se

internacionalicen, y b) promover cadenas productivas e identificar la oportunidad de negocio con empresas multinacionales y cadenas globales de valor.

Continúa la publicación, “en este terreno, al igual que para la reducción de las brechas de productividad, es necesario que los organismos públicos y privados emprendan acciones conjuntas y coordinadas, que tengan continuidad en el tiempo y que incorporen las dimensiones local, regional y territorial”.

Como se puede apreciar, las micro y pequeñas empresas tienen características similares a nivel local, regional, nacional o internacional, y los problemas que deben afrontar para desarrollarse también son similares.

En cuanto al financiamiento de las Mypes en el país, el BCR (2009), en su publicación “Importancia de facilitar el acceso al crédito a la micro y pequeña empresa”, manifiesta que “el acceso al financiamiento del sistema financiero permite a las Mypes tener una mayor capacidad de desarrollo, realizar nuevas y más eficientes operaciones, ampliar el tamaño de sus operaciones y acceder a créditos en mejores condiciones de tasa y plazo, entre otras; es más, el Perú ocupa el primer lugar en nivel actividad empresarial en fase inicial, siendo este un indicador del gran potencial de las Mypes en el país”.

Pita T. en un artículo del diario Gestión (2018), titulado “Las pequeñas y medianas empresas crecen, pero no su productividad ni capacitación”, afirma que “las micro y pequeñas empresas crecen cada vez más en el Perú entre las clases menos favorecidas, pero crecen tanto que ya no saben qué hacer, porque la mayoría se desarrolló bajo un modelo familiar, en la que las decisiones solo dependían del fundador. Es más, los índices de informalidad llevan más de 50

años en el terreno contable, pero los incentivos para su formalización no han crecido, dado que no hay un orden en su crecimiento. Hay más de 3 millones de pymes en el Perú y la mayoría no cuenta con fuentes de financiamiento adecuado y no está capacitada para tener una empresa”.

Continúa Pita, “las excesivas medidas tributarias merman su crecimiento, y por tal razón, existen 3,500 mercados de abastos en el Perú, y en Lima 1250, los cuales ninguno de ellos tributa, a eso agregar que en cada barrio existen bodegas que en su mayoría son informales y sin apoyo”.

Concluye Pita, ante este escenario, “el sector financiero debería apostar más por la innovación, es decir, otorgar créditos ‘innovadores’ que resalten el emprendimiento, de tal manera que lleguen a todos los sectores y rincones del Perú. No se puede aplicar un mismo crédito para una empresa de la costa y la sierra, ya que las dos tienen necesidades diferentes, y el desarrollo de sus negocios estará supeditado al clima de la región”.

En esta introducción, hemos descrito la importancia del financiamiento para lograr el desarrollo y el crecimiento de las micro y pequeñas empresas, y su eventual rentabilidad. Con la ejecución de este estudio, se llegó a conocer la forma cómo se financian los pequeños comercios del distrito de Callería, su acceso a créditos formales e informales (usureros, prestamistas); así como la consideración que le dan a la capacitación para lograr una mejor inversión del capital y se pudo constatar que todo esto ayuda a lograr la rentabilidad de sus empresas.

Ante el panorama descrito párrafos arriba, se enunció el problema de la investigación, de la siguiente manera: ¿Cuáles son las principales características del financiamiento, la capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra y venta de ropa para niños del distrito de Callería, año 2017?

Para dar respuesta a esta cuestión se planteó el objetivo general: “describir las principales características del financiamiento, la capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra y venta de ropa para niños del distrito de Callería, año 2017”.

Así como a los objetivos específicos:

- Describir las principales características de los propietarios o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra y venta de ropa para niños del distrito de Callería, año 2017.
- Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra y venta de ropa para niños del distrito de Callería, año 2017.
- Describir las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra y venta de ropa para niños del distrito de Callería, año 2017.
- Describir las principales características la de capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra y venta de ropa para niños del distrito de Callería, año 2017.

- Describir las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra y venta de ropa para niños del distrito de Callería, año 2017.

De acuerdo a lo que manifiesta Huamán (2009), “el Perú está pasando por una economía emergente, de hecho, los avances en tecnología y el proceso de globalización, han abierto nuevos mercados y creado nuevos desafíos para las empresas peruanas. Es indudable que las Micro y pequeñas empresas abarcan varios aspectos importantes de la economía peruana entre los más importantes tenemos la generación de empleo, además de contribuir en las exportaciones. Pero, según ADEX, en el primer bimestre del 2014 había 3,419 Micro y pequeñas empresas exportadoras y un año más tarde éstas eran 3,204, es decir un 15% menos, y la tendencia es a la baja. Especialistas sostienen que es muy importante darle a las Micro y pequeñas empresas las herramientas necesarias que les permitan reducir su nivel de mortalidad, entre estas se pueden nombrar a la financiación y a la capacitación”.

Las Micro y pequeñas empresas presentan ciertos problemas debido a su tamaño: tienen restringido el acceso a fuentes de financiamiento; escaso nivel de capacitación de su personal; poca o ninguna inversión en innovación y tecnología; escasa penetración a mercados externos; baja productividad; incapacidad para asociarse y de administración.

Sin lugar a dudas, el acceder a financiamiento constituye uno de los retos con mayor significancia para lograr sobrevivir y crecer, incluyendo aquí a las empresas más innovadoras. En cambio, la gran empresa tiene más facilidades

para financiarse por fuentes tradicionales, esto porque cuentan con un negocio planificado, informes financieros confiables y mayor cantidad de activos.

Por estas razones, era importante estudiar y describir las principales características de la forma cómo se financian y se capacitan las empresas, además de cómo éstos factores influyen en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la compra y venta de ropa para niños, esto nos permitió conocer la realidad de estos negocios en un periodo de tiempo.

Además, este estudio identificó las razones por las que estas empresas tienen o no éxito, cuáles eran sus planes en el corto plazo y cómo influyó en su desempeño la capacitación y el financiamiento.

Asimismo, la investigación permitió ver en los resultados obtenidos la razón de la metodología propuesta. Finalmente, esta investigación sirve de base para llevar a cabo investigaciones de índole similar en sectores productivos o de servicios de la provincia de Coronel Portillo y de otros ámbitos regionales y nacionales.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1. Antecedentes internacionales

Zapata (2004), realizó una investigación “Cómo se genera el conocimiento en las pequeñas y medianas empresas de las tecnologías de la información y cómo se transfiere el conocimiento en dichas empresas”. El estudio se realizó en dos fases, “en una primera fase de investigación cualitativa analizó cuatro empresas del sector de tecnologías de la información del área metropolitana de Barcelona-España con el objetivo de elaborar el marco teórico en que se basa la investigación cuantitativa. Y en la segunda fase encuestó a 11 pequeñas empresas y 4 medianas empresas”. Se llegó a la conclusión que “las pequeñas y medianas empresas consideran que el conocimiento organizativo les permite ampliar, modificar y fortalecer su oferta de productos y servicios; toma de base la filosofía de una de las empresas en la que expresa: somos conscientes de que nuestro sector es un sector continuamente cambiante... tienes que estar constantemente desaprendiendo y aprendiendo de nuevo. Las reglas y los esquemas se rompen continuamente por lo que puedes quedarte con un mismo esquema porque ese esquema dentro de un año ya no funcionara”.

Además, el investigador concluye en lo siguiente: “en la PYMES debe existir una cultura organizativa abierta, es decir, que permita al director general alentar a los empleados a compartir su conocimiento y que facilite la comunicación entre los miembros de la empresa como fuente de creación interna de conocimiento”. Otra de las conclusiones fue que “el único atributo del conocimiento que facilita

su transferencia es la facilidad de enseñanza, es decir un entrenamiento, capacitación y monitoreo constante”.

Benito y Platero (2012), en su investigación “Las microempresas en tiempos de crisis: Análisis de la formación, la experiencia y la innovación”, precisa que, en España, al igual que Grecia, Portugal o Italia, es hoy en día uno de los países europeos con menos previsiones de crecimiento económico y con más tasa de paro de la Unión Europea. Su tejido empresarial, a diferencia de otros países como los nórdicos o centroeuropeos, viene caracterizado por el protagonismo de empresas de muy reducida dimensión con una media de 1-3 empleados. Estas empresas se caracterizan actualmente por el constante cierre de sus negocios y por la destrucción de empleo.

Por lo que en el nivel formativo de los directivos y empresarios tiene un efecto positivo sobre el rendimiento del capital humano de los trabajadores. La formación académica de quienes dirigen la empresa es un determinante positivo en la adopción de innovaciones que permite tener una mayor capacidad innovadora y, por tanto, una mayor capacidad para afrontar una crisis. El capital humano, su nivel educativo, los conocimientos y las habilidades de que disponen las personas son un factor clave para la competitividad de una economía y, más en concreto, de una empresa en tiempos difíciles. Concluyen, la permanencia en el mercado no aparece en el modelo como una variable influyente, sin embargo, esto puede ser debido a que en el modelo, la muestra utilizada se caracteriza por ser estar formada como se ha indicado en párrafos anteriores, mayoritariamente, por empresas consolidadas y, por este motivo, este dato puede estar sesgado.

Sosa (2014), en su tesis “El financiamiento de los micronegocios en México”, cuyo objetivo general fue: mostrar el impacto que tiene el financiamiento bancario en la productividad de los micronegocios, para lo cual se usará la Base de Datos de la Encuesta Nacional de Micronegocios y la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, ambas levantadas por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Cuyos resultados fueron: Se pudo observar que, si existe un efecto positivo en el otorgamiento de crédito y la productividad de un micronegocio, sin embargo, dicho efecto tiene un tamaño modesto. Por lo que esto se debe a que la mayoría de los micronegocios en México han sido creadas para auto emplearse (como una solución al desempleo) o por situaciones transitorias; otras pudieron haber comenzado debido a que el ser dueño de su propio negocio brinda flexibilidad e independencia de su tiempo. Pero, a pesar de que las micronegocios en México son una solución de trabajo no tienen perspectivas de crecimiento, y en este caso no están ávidas de crédito bancario para su crecimiento o expansión. Finalmente, tenemos un probable de endogeneidad; los bancos otorgan crédito a las empresas que son más productivas, las que tengan mejores resultados, o las empresas con mejor productividad, por lo tanto, las que son pocas rentables no acceden a ninguna fuente de financiamiento.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Lezama (2010), en la tesis titulada “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro servicios xerográficos del distrito de Nuevo Chimbote, periodo 2008-2009” tuvo como objetivo “describir las principales características de las

variables en estudio”. Se trató de un estudio descriptivo, cuantitativo no experimental, donde se aplicó un cuestionario a las Micro y pequeñas empresas de la muestra y se encontró estos resultados, “respecto a los representantes: que el promedio de edad fue de 36 años, el 62.5% es del sexo femenino, el 87.5% de los representantes tiene grado de instrucción superior no universitaria; respecto al financiamiento: el 100% de las Micro y pequeñas empresas encuestadas recibieron créditos financieros y el 50% fue del sistema no bancario, distribuyéndose así: el 25% lo obtuvo de la Caja Municipal del Santa y otro 25% de CrediChavin, pagando una tasa de interés de 4% mensual; en el sistema bancario pagan una tasa de interés de 18% anual (Banco de Crédito). El 75% de los empresarios invirtieron los préstamos en mejoramiento y ampliación del local, y en activos fijos, y el 62.5% lo invirtieron en capital de trabajo; el 100% de los empresarios manifestó que los créditos recibidos mejoraron la rentabilidad de sus empresas, un 50% de ellos dijeron que la rentabilidad mejoró en más del 30%, el 37,5% dijeron que fue un 30%, y el 12.5% manifestó que se incrementó en 20%”.

En cuanto a la capacitación:” El 100% de los representantes legales no recibió ninguna capacitación antes del otorgamiento de los créditos, además el 37.5% no recibió ningún tipo de capacitación en los dos últimos años, otro 37.5% ha recibido una capacitación y el 12.5% recibió de 2 a 3 capacitaciones; el 25% de los empresarios recibió capacitación en manejo empresarial, y el 50% lo recibió en otros cursos no especificados; respecto a las Micro y pequeñas empresas, el 37.5% de las Micro y pequeñas empresas se dedican al rubro de la xerografía hace un año, y el 12.5% se dedican de 2 a 3 años, el 12.5% de las Micro y pequeñas

empresas tienen un trabajador, el 37.5% tienen 2 trabajadores, y el 25% tienen de 3 a 4 trabajadores. Concluye Lezama, que el 100% de los representantes legales dijeron que sus empleados no recibieron ninguna capacitación, el 62.5% manifestó que la capacitación es una inversión y que la capacitación a sí es relevante para la empresa. Respecto a la rentabilidad: el 62.5% de los empresarios dijeron que la capacitación mejoró la rentabilidad de sus empresas y que la rentabilidad de sus negocios sí mejoró en los dos últimos años”.

Bahamonde (2017), realizó un trabajo de investigación que estuvo dirigido a determinar en qué medida la capacitación influye en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro venta de ropa para niños – Huánuco, 2017. El estudio fue de tipo cuantitativo con un diseño de investigación correlacional - descriptivo. Se trabajó con una población muestral de 30 MYPES del sector comercio rubro venta de ropa para niños, para determinar el muestreo se utilizó el muestreo no probabilístico intencional, ya que fue por la necesidad de la investigadora. Para la prueba de hipótesis y determinar el grado de influencia se aplicó la correlación de Pearson. Los resultados demostraron que entre la variable la capacitación y la variable rentabilidad de las MYPES su influencia o relación es positiva baja tras los resultados analizados, además con los resultados obtenidos se concluye no aceptando la hipótesis de investigación.

Saba (2018), investigó sobre la “Caracterización gestión de calidad y capacitación en las MYPE rubro confección, ropa para niños mercado modelo de Piura, año 2018”, estableció como objetivo general determinar las características de la gestión de calidad y Capacitación en las MYPE rubro confección de ropa

para niños mercado modelo de Piura año 2018, se empleó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, la encuesta fue utilizada como técnica de recolección de datos, se trabajó con 5 MYPE, donde se realizó 18 para los trabajadores las cuales estuvieron agrupados de acuerdo a las variables: Gestión de calidad y 18 preguntas para la variable capacitación. Obteniendo como resultados que las mayorías de los propietarios de las MYPE, no capacitan constantemente a su personal, por lo que es recomendable que tengan en cuenta este punto ya que es muy importante para el crecimiento de sus empresas, de esta manera puedan lograr el éxito y la competitividad en el mercado, de esta manera las empresas lograrán la gestión de calidad anhelada que les permite no solo crecer empresarialmente, sino brindar un mejor servicio y así contar con personal más preparado y capacitado para enfrentar los nuevos retos de este mundo competitivo, para lograrlo se necesita personal motivados y orientados al trabajo que realizan, ellos son conscientes que necesitan los medios necesarios por lo que exigen innovación y tecnología para que puedan ser más competitivos y cumplir sus objetivos.

Camarena (2011), investigó sobre la “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro prendas de vestir para damas y caballeros del distrito de Contamana, periodo 2009-2010”, realizando un estudio descriptivo y exploratorio mediante una encuesta, encontrando los siguientes resultados, “Respecto a los empresarios: el 80% tiene entre 26 a 60 años de edad; el 80% son del sexo masculino y el 50% tiene educación secundaria incompleta. Con respecto a las

Micro y pequeñas empresas: el 100% tienen más de tres años en la actividad y rubro comercial, el 80% cuenta con un trabajador permanente y el 70% de las empresas se formó por subsistencia. Respecto al financiamiento: los representantes dijeron que el 78% se financiaron por medio de usureros y en los años 2009 y 2010, el 78% invirtió sus créditos en capital de trabajo. En cuanto a la capacitación: el 90% no tuvo ninguna capacitación en los dos últimos años, el 70% dijo que sus empleados no recibieron capacitación, el 90% declaró que si considera que la capacitación es una inversión y el 60% no precisa si considera a la capacitación relevante para sus empresas. Respecto a la rentabilidad: El 70% manifestó que el financiamiento no mejoró la rentabilidad de sus empresas, el 90% manifestó que la capacitación si mejoró la rentabilidad de sus empresas y el 70% manifestó que la rentabilidad de sus empresas no ha mejorado en los dos últimos años”.

Acuña (2010), investigó sobre la “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro distribuidoras de útiles de oficina del distrito de Chimbote, periodo 2008-2009”, encontró que respecto a los representantes legales “son personas adultas ya que la edad promedio es de 40 años, el 57.1% de los representantes legales encuestados son del sexo femenino, el 42.9% tiene grado de instrucción superior universitaria, 28.6% tienen grado de instrucción superior no universitaria y el 28.6% grado de instrucción secundaria. Agrega Acuña, respecto al financiamiento: En el año 2008 el 42.86% de los empresarios encuestados recibieron créditos y en el año 2009 nadie recibió crédito, del 42.86% de los empresarios que recibieron crédito, el 28.57% recibieron montos de créditos entre

3,000 a 10,000 nuevos soles y el 14.29% recibieron montos de créditos por más de 10,000 nuevos soles, el 100% de las Micro y pequeñas empresas encuestadas recibieron crédito del sistema bancario; siendo el 100% para el Banco Continental BBVA, el Banco Continental (sistema bancario) cobra una tasa de interés mensual por los créditos que otorga de 1.5% y 3.5% mensual según sea el monto solicitado, el 33.3% de los microempresarios encuestados dijeron que invirtieron en activos fijos y el 66.7% como capital de trabajo, el 100% de los microempresarios encuestados dijeron que los créditos que obtuvieron sí mejoraron la rentabilidad de sus empresas, el 66.7% dijeron que la rentabilidad de sus empresas se había incrementado en 5% y el 33.3% manifestaron que se incrementó en 15%”.

Continua Acuña, con respecto a la capacitación: “El 100% de los representantes legales no recibió ninguna capacitación antes de otorgársele el crédito, el 42.8% de los representantes si recibieron alguna capacitación en los dos últimos años, el 28.6% recibió una capacitación y el 28.6% han recibido, el 14.3% de los microempresarios encuestados han recibido capacitación en el curso de manejo empresarial y marketing empresarial respectivamente, y el 71.4% ha recibido capacitación en otros cursos no especificados; respecto a las Micro y pequeñas empresas, los empresarios y los trabajadores, el 100% de los microempresarios encuestados se dedican al rubro de la distribución de útiles de oficina hace más de 3 años, el 57.1% de las Micro y pequeñas empresas encuestadas tienen entre 2 a 7 trabajadores y el 42.9% tienen 8 a 15 trabajadores, el 100% de los representantes legales de las Micro y pequeñas empresas encuestadas dijeron que sus trabajadores si reciben capacitación, el 100% de los

representantes legales de las Micro y pequeñas empresas encuestados dijeron que la capacitación es una inversión, el 100% de los microempresarios encuestados manifestaron que la capacitación a su personal sí es relevante para la empresa. Con respecto a la rentabilidad empresarial: El 100% de los microempresarios encuestados manifestaron que la capacitación sí mejoró la rentabilidad de sus empresas, el 100% de los representantes legales de las Micro y pequeñas empresas encuestados dijeron que la rentabilidad de sus microempresas sí había mejorado en los dos últimos años”.

2.1.3. Antecedentes Locales

Puglias (2017), realizó una investigación que tuvo como objetivo general: Describir las principales características del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra y venta de ropa para damas, del distrito de Callería, 2016. La investigación fue cuantitativo-descriptivo, no experimental-transversal-retrospectiva, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida a 22 Micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario de 32 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: La mayoría son adultos y tienen entre 26 años a más, el 60% son del sexo femenino, el 54% tienen superior no universitario, y la ocupación que predomina es comerciante con 59%. El 63% tienen entre cinco a más de diez años en su rubro empresarial, son formales, tienen trabajadores permanentes y eventuales. El 86% se formaron por subsistencia. Se financian mediante las entidades bancarias, el 79% pagó 3.42% de interés mensual, sus créditos lo usaron en mejoramiento y/o ampliación de local. Recibieron

capacitación para el otorgamiento del crédito, en los últimos años recibieron capacitación y no capacitaron a sus trabajadores. Consideran a la capacitación como inversión y relevante. Del 77% su rentabilidad mejoro en los últimos años gracias al financiamiento y a la capacitación, el cual permitió planificar sus actividades en un ambiente laboral competitivo, considerando que todo ello les permitirá lograr sus objetivos. Finalmente se recomienda al micro empresario capacitarse permanentemente para ser eficiente, eficaz y competitivo porque solo de esa manera la empresa evidenciara una rentabilidad sólida y sostenida en el tiempo.

Ferreyros (2011), investigó sobre “las Micro y pequeñas empresas del sector comercio–rubro útiles de oficina, del distrito de Callería, periodo 2009 – 2010”, concluyendo lo siguiente: “respecto a los empresarios y las Micro y pequeñas empresas, llegando a los siguientes resultados: el 100% tiene entre 26 y 60 años de edad, el 60% es del sexo masculino y el 40% tiene grado de instrucción superior no universitario completa. Así mismo, con respecto a las Micro y pequeñas empresas: el 87% tiene más de tres años en el rubro empresarial, el 47% posee un trabajador permanente y el 47% manifestó que posee un trabajador eventual. Respecto al financiamiento: los representantes legales dijeron que el 100% se financió mediante bancos y en los años 2009 y 2010 el 89% invirtió sus préstamos en capital de trabajo. Respecto a la capacitación: los representantes manifestaron que el 47% no recibió capacitación en los dos últimos años, el 80% dijo que su personal si recibió capacitación y el 100% declaró que sí consideran a la capacitación como una inversión. Respecto a la rentabilidad: el 60% manifestó que

el financiamiento si mejoró la rentabilidad de sus empresas y el 100% dijo que la rentabilidad de sus empresas si mejoró la rentabilidad en los dos últimos años”.

Tacas (2011), investigó sobre “el sector comercio – rubro venta de muebles de estilo de madera de la ciudad de Pucallpa, periodo 2009-2010”. Concluyendo, “respecto a los empresarios: el 100% tiene de 26 a 60 años, el 100% son de sexo masculino y el 40% posee grado de instrucción secundaria completa. Con respecto a las Micro y pequeñas empresas: el 60% tienen más de tres años en el rubro empresarial, el 60% posee dos trabajadores permanentes y el 60% tienen un trabajador eventual. Respecto al financiamiento: el 100% de encuestados obtuvo financiamiento de entidades bancarias y usureros, y el 50% invirtieron los créditos que recibieron en el 2009 y 2010 en mejoramiento y ampliación de local. En cuanto a la capacitación: dijeron que del 67% sus empleados sí recibieron capacitación, y el 100% dijo que la capacitación sí es una inversión. Respecto a la rentabilidad: el 100% de los representantes legales encuestados manifestó que el financiamiento no mejoró la rentabilidad de sus empresas y que la rentabilidad de sus empresas no mejoró en los dos últimos años”.

2.2 Bases teóricas de la Investigación

2.2.1. Teorías del financiamiento

Schnettler (2002), afirma que “a la teoría financiera, debemos ubicarla bajo un conjunto de supuestos generalmente conocidos como los supuestos de mercado perfecto. De cuyo grupo de supuestos surgen una serie de conclusiones sobre las decisiones de inversión y financiamiento de las

empresas, las mismas que por ser simples se ven adecuados y oportunos”. Y entre ellas se pueden citar, como conclusión primera, a la que afirma que no se pueden separar las decisiones sobre inversión y sobre financiamiento, pudiendo las entidades tomar decisiones entre todas las opciones de que dispone sobre proyectos de inversión, y de estas tener como prioridad a las mejores, sin necesidad de reparar en aspectos sobre la manera como financiar estos proyectos.

Continúa, diciendo que, “comúnmente, cuando los empresarios evalúan las formas de financiamiento (escogen su estructura de capital), deben de considerar usualmente una vasta variedad de costos y beneficios”. Tomar una decisión sobre que estructura de capital elegir es algo realmente complejo, ya que no existe un modelo de estructura capaz de reunir todas las cuestiones relevantes. Y, sobre todo, hablando de Mypes, las que tienen características muy peculiares que las hacen tan diferentes de la gran empresa.

Añade, “las micro y pequeñas empresas tienen, generalmente, una pequeña porción del mercado, por lo que es difícil que puedan alterar el ambiente en que se encuentran; las Micro y pequeñas empresas son específicas en el producto que ofrecen a clientes que normalmente son particulares, es por esto que son evaluadas como entidades de mayor riesgo de acuerdo al grado de incertidumbre dado por demandas no estables”. La estructura normal de las micro empresas es que su gerente es a la vez el dueño o la persona que invirtió el capital para crear la empresa, no hay dineros provenientes de inversionistas

foráneos o impersonales, pudiendo esto traer consecuencias en la composición de la cartera para el emprendedor y su inversión.

La teoría del Trade-Off.

Fazzari, Glenn, y Petersen, (1998), presentan la teoría del Trade- Off, donde intentan recomendar “que la estructura financiera óptima de las empresas quede determinada por la interacción de fuerzas competitivas que ejercen presión sobre las decisiones de financiamiento”. Estas fuerzas, representarían a las ventajas tributarias de financiarse con créditos y lo que costaría si quebrara. Por otra parte, al ser que el interés pagado al endeudarse resulta deducible de la base impositiva del impuesto a la renta en las instituciones, una alternativa ideal resultaría asumir deudas tanto como sea posible. Mientras que, “a mayor endeudamiento de la empresa crece la posibilidad de enfrentar problemas financieros, que puede llegar hasta la quiebra. Mientras más se endeude la empresa se van a incrementar los costos de quiebra y se alcanza un nivel tal en que los beneficios fiscales se pueden ver afectados por los costos de quiebra. En este punto, y con la amenaza de alcanzar resultados adversos, se produce la duda de lograr la protección arancelaria que produce la deuda”.

Asimetrías de Información

Agrega Fazzari, “estos modelos tienen origen en la idea de que los agentes internos de la empresa tienen una mejor información sobre los flujos esperados de ingresos y las oportunidades de inversión que los agentes que actúan desde el exterior. En un principio, la deuda puede ser vista como una señal de seguridad de los inversionistas en la empresa”. Es un hecho que los propietarios

tienen conocimiento de la situación por la que atraviesan, algo que quienes invierten desconocen. Lo que se quiere destacar con esto, es “la diferencia entre la deuda, que es un contrato de pago periódico de intereses y principal, y las acciones, que no tienen una certeza definida en sus pagos”. Pero, además hay, un concepto secundario, que afirma que “la estructura financiera se determina como una manera de aminorar las deformaciones que las asimetrías de información provocan en las decisiones al momento de invertir”. El planteamiento de Myers y Majluf (1984) al respecto es, “el de la existencia de una interacción entre decisiones de inversión y decisiones de financiamiento. El precio de las acciones podrá estar subvaluado en el mercado si los inversionistas están menos informados sobre la empresa que los administradores”.

La “teoría de financiamiento de la jerarquía de preferencias (Pecking Order)” tiene esta base para desarrollarse y plantea “que existe un orden de elección de las fuentes de financiamiento”. De acuerdo a este postulado, “lo que determina la estructura financiera de las empresas es la intención de financiar nuevas inversiones, primero de manera interna con recursos propios, luego con créditos de bajo riesgo de exposición como la bancaria, seguidamente, con deuda pública en el caso que ofrezca menor sub valuación que las acciones, y por último con la emisión de nuevas acciones”.

Al respecto, Briozzo y Vigier (2007) analizando “La Estructura del Financiamiento PYME” manifiestan que “toda empresa nueva o funcionando requiere de financiamiento través del tiempo. Por lo general, existen dos fuentes

básicas de financiamiento: la deuda por financiamiento de terceros, que puede provenir de diversas fuentes, y el capital propio, que puede ser interno o externo”.

Capital Propio

Finaliza Fazzari, que “las fuentes internas o autofinanciamiento son las generadas por el funcionamiento del negocio, esto es las amortizaciones y las utilidades retenidas”. Consideradas como fuentes de origen externo, están:

- Contribuciones de los dueños y de socios recientemente incorporados, en las sociedades de capital cerrado. Mientras que, en sociedades de capital abierto, se da al emitirse acciones.
- Capital de riesgo, definido como “el capital proporcionado en la modalidad de inversión y participación en la gestión de empresas de crecimiento rápido, que no cotizan en mercado accionario, con el objetivo de lograr un alto retorno de la inversión. El capitalista del riesgo invierte generalmente en las fases iniciales de desarrollo de una empresa y luego de un tiempo prudencial retira su inversión”.

La Deuda

Herrera, Limón y Soto (2006), hacen una clasificación de deuda en tres segmentos, de la siguiente manera:

- De empresas financieras: créditos del sistema bancario y demás entidades no bancarias. Berger y Udell (1998), señalan que “en las micro y pequeñas empresas, no todos se endeudan de terceros, tal es el caso de créditos asumidos por los propietarios, garantizando con sus bienes personales”.

- Entidades no financieras y Estatales (deudas operativas): lo conforman préstamos comerciales, préstamos entre empresas, carga social, e impuestos por pagar.
- Individuales: son créditos otorgados por familiares de los empresarios.

De acuerdo a, Herrera, Limón y Soto, tenemos:

Financiamiento a corto plazo.

- **El Crédito bancario:** Constituye el medio más generalizado para financiarse en la actualidad. Está conformado, mayormente, por bancos cuya misión es la de administrar activos corrientes empresariales, por lo que pueden ofrecer una mejorada oferta de créditos, sujeto a las normativas y disposiciones legales para operaciones bancarias vigente y que ofrecen la mayoría de los servicios que las empresas requieren. Entonces, “al acudir la empresa regularmente a un banco comercial para procurar recursos de corto plazo, de tener cuidado al elegir a uno en particular. La empresa debe asegurarse de que la entidad bancaria pueda resolver sus problemas de liquidez en los momentos que lo requiera”.
- **Pagaré,** documento negociable que constituye “una promesa sin condiciones por escrito, que va de un individuo a otro, rubricada por el suscriptor del pagaré, asume el compromiso de pagarlo cuando sea presentado, o en una fecha determinada, una suma de dinero más los intereses a una tasa especificada a la orden y al portador”. Este documento se origina al vender mercaderías, un servicio, de préstamos en efectivo, o al convertir una cuenta corriente. Además, “la mayoría de los

pagarés conllevan intereses, lo cual es costo para el que lo gira y un ingreso para el que lo cobra. Estos documentos negociables se pagan a su vencimiento, indefectiblemente, a menos que no sea posible su cobro a su vencimiento, por lo que puede generar la acción de una demanda legal”.

- **Línea de Crédito**, tenerla quiere decir “efectivo siempre disponible en el banco”, por un periodo establecido con anticipación. Viene a ser un apoyo muy importante de la empresa, debido a que la entidad bancaria tiene el acuerdo para brindar efectivo a la empresa con un tope, de monto y tiempo, de libre disposición. Además, “a pesar de no constituir un compromiso legal entre las dos partes, el banco respeta la línea de crédito no se hace necesario solicitar un nuevo préstamo en cada oportunidad que la empresa requiera liquidez financiera”.
- **Por Cuentas por Cobrar**, aquí la empresa “financia sus cuentas por cobrar logrando recursos para invertirlos en ella”. Constituye un modo de financiamiento menos costoso y con bajo riesgo de no cumplirse. Entre sus beneficios, están el de ahorro en los costos por no incurrir en créditos financieros. No hay gastos de cobranza, pues un empleado se encarga de cobrar las cuentas; tampoco se incurre en costos por unidad de crédito, contables y salarios, incluso “la empresa puede evitar el riesgo de incumplimiento si decide vender las cuentas sin responsabilidad, aunque esto por lo general es más costoso, y puede obtener recursos con rapidez y prácticamente sin ningún retraso costo”.

- **Por Inventarios**, se usa el inventario “como garantía de un préstamo en que se otorga al acreedor el derecho de tomar posesión de la garantía en el caso de que la empresa no pueda cumplir. Su importancia radica en que le permite a los altos directivos de la empresa utilizar el inventario como forma de financiamiento, asignando el inventario como colateral para conseguir recursos según las formas específicas de financiamiento usuales en estos casos, como son el depósito en almacén público, el almacenamiento en la fábrica, el recibo en custodia, la garantía flotante y la hipoteca”.

Financiamiento a largo plazo.

- **Hipoteca**, es el “traslado bajo condiciones de una propiedad que es puesta como garantía por el prestatario o deudor, al prestamista o acreedor del pago del crédito”. La institución bancaria otorga la hipoteca y el deudor es quien la recibe, si se diera el caso de que el acreedor no cumpla con el pago de la hipoteca, pierde la propiedad dejada como garantía, la misma que termina como propiedad del banco. El propósito de la hipoteca “para el deudor es hacerse de algún inmueble, y para el que presta es el de asegurar el pago por medio de dicha hipoteca y la obtención de ganancias al recibir intereses por el préstamo otorgado”.
- **Acciones**, se caracterizan por representar la participación en el patrimonio o en el capital de un socio o accionista al interior de la institución de la que es miembro.

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

- **Bono**, representa al instrumento “expreso y redactado en la forma de una promesa incondicional, certificada, en la cual el prestatario promete pagar una suma especificada en una futura fecha determinada, en unión a los intereses a una tasa determinada y en fechas determinadas. Cuando una sociedad anónima tiene necesidad de fondos adicionales a largo plazo se ve en el caso de tener que decidir entre la emisión de acciones adicionales del capital o de obtener préstamo expidiendo evidencia del adeudo en la forma de bonos”. Emitir bonos trae ventajas para los accionistas si lo que quieren es no deferir su propiedad y las ganancias que pueda tener la compañía con nuevos socios. Incluso, “el derecho de emitir bonos se deriva de la facultad para tomar dinero prestado que la ley otorga a las sociedades anónimas”. Quien posea el bono es un acreedor, y un socio o accionista es a la vez dueño de una parte de la empresa. Debido a que “la mayor parte de los bonos tienen que estar respaldados por activos fijos tangibles de la empresa emisora, el propietario de un bono posiblemente goce de mayor protección a su inversión”. Además, los intereses que se pagan por la tenencia de bonos es casi siempre, más bajo que el porcentaje de dividendos que se recibe por tener acciones de una compañía”.

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

El arrendamiento es importante por su flexibilidad prestada a la compañía, ya que “no se limitan sus posibilidades de adoptar un cambio de planes inmediato o de emprender una acción no prevista con el fin de aprovechar una buena oportunidad o de ajustarse a los cambios que ocurran en el medio de la operación”. El arrendamiento permite financiarse por partes, lo que hace posible que la empresa recurra a este para la adquisición de activos pequeños. Mientras que, “los pagos de arrendamiento son deducibles del impuesto como gasto de operación, por lo tanto, la empresa tiene mayor deducción fiscal cuando toma el arrendamiento. Para la empresa marginal el arrendamiento es la única forma de financiar la adquisición de activo. El riesgo se reduce porque la propiedad queda con el arrendado, y éste puede estar dispuesto a operar cuando otros acreedores rehúsan a financiar la empresa. Esto facilita considerablemente la reorganización de la empresa”.

2.2.2. Teorías de la Capacitación

La capacitación

Según Briceño (2013), afirma que son “acciones del proceso de capacitación están dirigidas al mejoramiento de la calidad de los recursos humano, y buscan mejorar habilidades, incrementar conocimientos, cambiar actitudes y desarrollar al individuo”. El propósito principal es la generación del cambio de conductas y procedimientos en pos del cumplimiento de las metas de la institución. Por esto, “la capacitación se sustenta en un marco teórico que intenta ejercer su influencia en la constitución de los propósitos, de acuerdo con los valores y objetivos de la organización”.

El autor, indica que, “existen varias teorías que históricamente han influido sobre los diversos enfoques de la capacitación, cada una de ellas dirigida a relevar diferentes niveles o áreas de la organización. Se han hecho explícitos sus propósitos y objetivos centrales, y puede decirse que han gozado, en su momento, de un éxito relativo”.

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

Emprendepyme (s.f.) nos dice que la capacitación se ha vuelto tan importante que es ahora un aspecto clave para el afianzamiento, crecimiento y desarrollo de las instituciones, debido a que existe un requerimiento cada vez

mayor de trabajadores que estén al día con las últimas tendencias, actualizaciones y nuevas tecnologías.

Puede definirse a la capacitación “como un conjunto de actividades didácticas orientadas a suplir las necesidades de la empresa y que se orientan hacia una ampliación de los conocimientos, habilidades y aptitudes de los empleados la cual les permitirá desarrollar sus actividades de manera eficiente”.

Sintetizando, capacitar es proporcionar a los trabajadores destrezas y conocimientos para hacerlos más aptos y diestros al ejecutar sus propias labores. Este conocimiento puede ser de variado y puede estar enfocado a diferentes propósitos personales e institucionales. En este sentido, la capacitación puede ser sinónimo de adiestramiento.

Etapas de la capacitación

El proceso se inicia al detectar las necesidades hasta evaluar los resultados. Las etapas son las siguientes:

- a) **Detectar las necesidades.** Exige utilizar las técnicas apropiadas para la detección a fin de evitar pérdidas de tiempo.
- b) **Clasificación y jerarquización de las necesidades.** Se clasifican y ordenan considerando la urgencia y/o importancia, priorizando los que necesitan ser atendido inmediatamente y los que deben de programarse a mediano y largo plazo.
- c) **Definición de objetivos.** Los propósitos para desarrollar el programa. Deben ser formulados de forma clara, y con precisión además medible para su posterior evaluación.

- d) **Elaboración del programa.** Determinar los contenidos, la metodología, los recursos, las fechas y a quienes irá dirigido, además de los presupuestos y de quienes se harán cargo como expositores y auxiliares.
- e) Ejecución del programa. Puesta en marcha de la capacitación.
- f) Evaluación de resultados. Es un procedimiento que se hace previo a la ejecución, durante el desarrollo y luego de ejecutado el programa.

Tipos de Capacitación

La capacitación está dividida en:

- **Capacitación para el trabajo**

Dirigida a trabajadores nuevos, recién ingresados o recientemente promovidos o reubicados al interior de la institución.

Sub dividido en:

Capacitación de pre ingreso. Con el fin de seleccionar y otorgarle al trabajador el conocimiento, la habilidad o destreza necesaria para desempeñar su labor.

Capacitación de inducción. Actividades que buscan la integración del postulante a su sector, a su departamento, a la dirección y a la compañía.

- **Capacitación de promoción.** Con el propósito de brindar al empleado la oportunidad de promoverlo a cargos de mayor jerarquía.

- **Capacitación laboral.** Constituyen todo un “conjunto de acciones encaminadas a desarrollar actividades y mejorar actitudes en los trabajadores. Se busca lograr la realización individual, al mismo tiempo que los objetivos de la empresa. Busca el crecimiento integral de la persona y la expansión total de sus aptitudes y habilidades, todo esto con una visión de largo plazo. El desarrollo incluye la capacitación, pero busca principalmente la formación integral del individuo, la expresión total de su persona”.

2.2.3. Teoría de la rentabilidad

Ferruz (2000), en su publicación “la rentabilidad y el riesgo en las inversiones financieras”, manifiesta que “la rentabilidad es el rendimiento de la inversión en un periodo de tiempo, medido con las fórmulas de equivalencia financiera”. Para un mejor entendimiento lo expresa así:

Teoría de la rentabilidad y del riesgo

Markowitz propone un nuevo concepto, “donde el inversionista diversifica su inversión colocándola en diversas opciones que aspiran a brindarle el máximo valor de rendimiento actualizado. El fundamento de esta nueva teoría está basado en la ley de los grandes números, que dice el rendimiento real de una inversión equivaldrá a un valor cercano a la rentabilidad media esperada. La regla de esta teoría indica que hay una inversión hipotética que alcanza una rentabilidad máxima y tiene riesgo mínimo que, constituiría la mejor opción para el asesor financiero serio”.

Por estas características, la teoría llega a la conclusión que “la cartera con mayores índices de rentabilidad actualizada no siempre es la que tenga el más bajo riesgo. Así que, el asesor de inversiones puede aumentar su rentabilidad arriesgando un poco más, o, reduciendo el riesgo al disminuir una parte de su rentabilidad actualizada esperada”.

Teoría en el modelo de mercado de Sharpe

Este modelo (1963), surge como derivado del “modelo diagonal” de este autor que resultó al simplificar el modelo de Markowitz.

Sharpe consideraba que en el modelo de su maestro Markowitz “implicaba un dificultoso proceso de cálculo ante la necesidad de conocer de forma adecuada todas las covarianzas existentes entre cada pareja de títulos”. En busca de quitarle lo complejo, Sharpe plantea “relacionar la evolución de la rentabilidad de cada activo financiero con un determinado índice, normalmente macroeconómico, únicamente”. Este resultó ser el llamado “modelo diagonal”, porque “la matriz de varianzas y covarianzas sólo presenta valores distintos de cero en la diagonal principal”, esto es, en las ubicaciones que corresponden a las varianzas de la rentabilidad de los títulos. Tal como se indicó, “el modelo de mercado es un caso particular de la diagonal. Dicha particularidad se refiere al índice de referencia que se toma, siendo tal el representativo de la rentabilidad periódica que ofrece el mercado de valores”.

Tipos de rentabilidad

De acuerdo a Sánchez (2002), se presentan estos tipos:

- **Rentabilidad económica:** o de la inversión “está referida a un periodo de tiempo determinado, del rendimiento de los activos de una entidad sin tener en cuenta cómo estos se financiaron. Existen muchas formas para definir un indicador de rentabilidad económica, así como teorías de resultado y conceptos de inversión que se relacionan entre sí”. Pero, sin llegar a tantos aspectos analíticos, genéricamente puede ser considerado como la resultante obtenida previo a los intereses y tributos, y como “inversión al Activo total en su estado medio”.

$$RE = \frac{\text{Resultado antes de intereses e impuestos}}{\text{Activo total a su estado medio}}$$

Este resultado se representa como el resultante del ejercicio sin considerar a los gastos en que se incurren por la financiación externa y del impuesto de sociedades. Lo que se quiere es evaluar la eficiencia de los medios utilizados independientemente de la clase de impuestos, que tal vez cambien de acuerdos al tipo de sociedad.

- **La rentabilidad financiera**

O de los fondos propios, o en su versión inglesa *return on equity* (ROE), “es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por esos capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado”.

Para calcular la rentabilidad financiera, se hace de la forma siguiente:

$$RF = \frac{\text{Resultado neto}}{\text{Fondos Propios a su estado medio}}$$

Para definir al resultado se emplea más al resultado neto, que viene a ser el resultado del ejercicio.

2.3 Marco conceptual

Concepto de micro y pequeña empresa

Aspilcueta (s.f.), sostiene que “según el Artículo 4° de la Ley MYPE, establece el concepto de Micro y Pequeña Empresa”, a la letra dice:

“Es una unidad económica que opera una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que desarrolla actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios, que se encuentra regulada en el TUO (Texto Único Ordenado), de la Ley de Competitividad, Formalización y desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente (Dec. Leg. N° 1086)”. Aspilcueta, manifiesta que “es importante resaltar que, la microempresa no necesita constituirse como persona jurídica, pudiendo ser conducida directamente por su propietario persona individual. Podrá, sin embargo, adoptar voluntariamente la forma de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, o cualquiera de las formas societarias previstas por la ley”. La MYPE tiene las siguientes características:

a) Número de trabajadores:

- No hay topes mínimos ni máximos en cuanto a la cantidad de trabajadores.

b) Ventas Anuales

- Microempresa: operaciones hasta un máximo de 150 UIT.

- Pequeña Empresa: operaciones hasta un monto máximo de 1700 UIT.

Es menester de las entidades del sector público y privado el promover criterios uniformes de medición para crear una base de datos uniforme y coherente para diseñar y aplicar las normas públicas para promover y formalizar el sector.

Asimismo, “se consideran como características generales en cuanto al comercio y administración de las micro y pequeñas empresas las siguientes: Su administración es independiente, por lo general son dirigidas y operadas por sus propios dueños, su área de operación es relativamente pequeña, sobre todo local, tienen escasa especialización en el trabajo, no suelen utilizar técnicas de gestión, emplean aproximadamente entre cinco y diez personas, dependen en gran medida de la mano de obra familiar, su actividad no es intensiva en capital pero sí en mano de obra”.

Concluye Aspilicueta, que “las Micro y pequeñas empresas no cuentan con mucha mano de obra permanente, sus recursos financieros son limitados, acceso reducido a la tecnología, mezclan las finanzas del hogar y las de los negocios, su acceso al sector financiero formal es limitado, teniendo mucho que ver en esto su informalidad”.

Definición de financiamiento

Financiamiento.com (s.f.), sostiene que “el financiamiento es el mecanismo por medio del cual una persona o una empresa obtienen recursos para un proyecto específico que puede ser adquirir bienes y servicios, pagar

proveedores, etc. Por medio del financiamiento las empresas pueden mantener una economía estable, planear a futuro y expandirse”.

Gimo (s.f.), define al financiamiento como “la identificación del origen de los recursos con que se cubren las asignaciones presupuestarias”. Por esta razón, son los medios y las instituciones financieras bancarias y no bancarias, nacionales y extranjeras, que proveen el capital necesario para dar equilibrio a la economía estatal. Estos recursos resultan muy relevantes para la realización de actividades económicas, que consisten en recursos monetarios tomados a préstamo para complementar al recurso propio.

Definiciones de la capacitación

Genaro (2008). Señala al referirnos al término capacitación, inmediatamente se define como al “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 y/o el coeficiente intelectual de una determinada persona o grupo de personas. Así mismo la capacitación, puede definirse como aquel proceso continuo de enseñanza y aprendizaje en el que se desarrollarán las habilidades y destrezas de las personas, proceso de aprendizaje que una vez adquirido servirá les permitirá a las mismas un mejor desempeño de sus actividades habituales”.

Reynoso (2001), expone que, a su vez “la capacitación, adquiere el concepto de aquel proceso de aprendizaje al que se somete una persona y/o grupo de personas para que puedan adquirir y desarrollar la concepción de ideas

abstractas mediante la ampliación de procesos mentales y de la teoría, para tomar decisiones no programadas. Otros autores, manifiestan que la capacitación es el conjunto de conocimientos sobre el puesto que se debe desempeñar de manera eficiente y eficaz”.

Helberth (2006), señala, “la capacitación es una herramienta fundamental para la Administración de Recursos Humanos, es un proceso planificado, sistemático y organizado que busca modificar, mejorar y ampliar los conocimientos, habilidades y actitudes del personal nuevo o actual, como consecuencia de su natural proceso de cambio, crecimiento y adaptación a nuevas circunstancias internas y externas”.

Sence (2006), manifiesta, que “la capacitación basada en competencias es el proceso de desarrollo de competencias que ofrece diseños curriculares, procesos pedagógicos y recursos con base en un referencial de ellas. Esta capacitación se estructura modularmente a partir de la identificación de competencias realizadas en los distintos sectores productivos y establece estándares de calidad. Además, a través de metodologías de aprendizaje y estrategias de formación, desafía el logro de perfiles de personas formadas integralmente”.

Definiciones de la rentabilidad

Elías (2013), sostiene que “la rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o ganancia; como ejemplo, se puede decir que un negocio es rentable cuando genera mayores ingresos que egresos; un cliente es rentable cuando lo que genera son mayores ingresos que gastos; un área o

departamento de empresa es rentable cuando genera mayores ingresos que costos”.

Un concepto más precisó de la rentabilidad es el que dice, “que es un índice que mide la relación entre la utilidad o la ganancia obtenida, y la inversión o los recursos que se utilizaron para obtenerla”.

De forma resumida, “la rentabilidad es la capacidad de producir o generar un beneficio adicional sobre la inversión o esfuerzo realizado. El concepto de rentabilidad puede hacer referencia a: Rentabilidad económica, beneficio comparado con el total de recursos empleados para obtener esos beneficios, rentabilidad financiera, beneficio comparado con los recursos propios invertidos para obtener esos beneficios, rentabilidad social objetivo de las empresas públicas, aunque también perseguida por empresas privadas, el tipo de investigación será cuantitativo, en razón que recogerá información utilizando procedimientos estadísticos e instrumentos de medición sobre las micro y pequeñas empresas de la localidad”.

III. METODOLOGÍA

3.1. Diseño de la investigación

3.1.1. El tipo de investigación

El tipo de investigación fue cuantitativo, porque para la recolección de datos y presentación de los resultados se utilizaron procedimientos estadísticos e instrumentos de medición. Sabino (1994), nos dice que “el análisis cuantitativo se define como: “Una operación que se efectúa, con toda la información numérica resultante de la investigación. Esta, luego del procesamiento que ya se le habrá hecho, se nos presentará como un conjunto de cuadros y medidas, con porcentajes ya calculados” (p.151).

3.1.2. Nivel de investigación

El nivel de investigación fue descriptivo, debido a que solo se limitó a describir las principales características de las variables en estudio.

Hernández S., Fernández C. y Baptista L. (2010 pp. 80), nos dice que los estudios descriptivos, buscan especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se somete a un análisis. Es decir, únicamente pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar como se relacionan estas.

3.1.3. Diseño de investigación

El diseño que se utilizó en la investigación fue el no experimental – transversal-retrospectivo-descriptivo.

3.2. La Población y muestra

3.2.1. Población.

La población estuvo conformada por todas las micro y pequeñas empresas dedicadas al sector comercio rubro compra y venta de ropa para niños del distrito de Callería, 2017.

3.2.2. Muestra.

Se determinó por muestreo no probabilístico por conveniencia, seleccionándose 15 micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra y venta de ropa para niños del distrito de Callería, 2017.

3.3. Definición y Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Perfil de los propietarios y/o gerentes de las Mypes (variable complementaria) del sector comercio, rubro compra y venta de ropa para niños del distrito de Callería, 2017.	Son algunas características de los propietarios y/o gerentes de las Mypes del sector comercio, rubro compra y venta de ropa para niños del distrito de Callería, 2017.	Edad	Razón: Años
		Sexo	Masculino Femenino
		Grado de instrucción	Nominal: Sin instrucción Primaria Secundaria Instituto Universidad
		Estado civil	Casado Soltero Divorciado Conviviente
		Profesión Ocupación	Profesión Comerciante

Variable	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Perfil de las Mypes (variable complementaria) del sector comercio, rubro compra y venta de ropa para niños del distrito de Callería, 2017.	Son algunas características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa para niños del distrito de Callería, 2017.	Antigüedad de las micro y pequeñas empresas	Nominal: Especificar años de antigüedad
		Formalidad	Si No
		Trabajadores eventuales	Razón: Decir N° de trabajadores
		Trabajadores permanentes	Razón: Decir N° de trabajadores
		Objetivo de las Mypes	Nominal: Obtener utilidades Como subsistencia

Variable	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa para niños del distrito de Callería, 2017.	Son algunas características relacionadas con el financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa para niños del distrito de Callería, 2017	Manera de financiarse	Capital propio Financiamiento de terceros
		Financiamiento bancario	Nombre de la institución bancaria
		Tasa de interés que paga	% mensual
		Financiamiento no bancario	Nombre de la Institución
		Tasa de interés que paga	Cuantitativo: % mensual

		Entidad que le otorgó el crédito	Nominal: Bancaria No bancaria
		Financiamiento por prestamistas	Nominal: Si; No
		Tasa de interés que paga	Cuantitativo: % mensual
		Entidad que otorga más facilidades	Bancarias No bancarias Otras
		Monto promedio del crédito otorgado	Especificar cantidad
		Plazo del crédito	Corto plazo Largo plazo
		En qué invirtió el crédito	Capital de trabajo Mejoramiento Activos fijos

Variable	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa para niños del distrito de Callería, 2017.	Percepción que tienen los propietarios y/o gerentes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa para niños del distrito de Callería, 2017.	Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado con el financiamiento	Nominal: Si No

		Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por la capacitación.	Nominal: Si No
		Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los últimos años.	Nominal: Si No
		Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha disminuido en los últimos años	Nominal: Si No

Fuente: Vásquez (2008)

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.3. Técnicas

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

3.4.4. Instrumento

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

3.5. Plan de análisis

Los datos de las encuestas se transformaron en una data, la misma que aplicando el programa Excel Científico y el programa SPSS V22, se obtuvieron las tablas y gráficos estadísticos correspondientes de las preguntas planteadas; luego, dichos resultados se analizaron tomando en cuenta los antecedentes y las bases teóricas de la investigación.

3.6. Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropas para niños del distrito de Callería, 2018.

ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA		
					TIPO Y NIVEL	POBLACIÓN	INSTRUMENTO
¿Cuáles son las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropas para niños del distrito de Callería, 2017?	GENERAL	Representantes legales de las micro y pequeñas empresas.	Características	Edad Sexo Grado de Instrucción Estado civil Profesión y/o ocupación	Cuantitativo-Descriptivo	La población estuvo conformada por todos los propietarios de las mypes del sector comercio, rubro compra y venta de ropas para niños del distrito de Callería, 2017.	Cuestionario de 36 preguntas cerradas.
	Describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra y venta de ropas para niños del distrito de Callería, 2017.						
	ESPECÍFICOS	Micro y pequeñas empresas	Características	Rubro Años en el rubro Formalidad Motivo de formación	DISEÑO	MUESTRA	ANÁLISIS DE DATOS
	Describir las principales características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropas para niños del distrito de Callería, 2017.						
	Describir las principales características de las						
		Bancos	Forma de financiamiento				

<p>micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropas para niños del distrito de Callería, 2017.</p> <p>Describir las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, compra y venta de ropas para niños del distrito de Callería, 2017.</p> <p>Describir las principales características de la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropas para niños del distrito de Callería, 2017.</p> <p>Describir las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropas para niños del distrito de Callería, 2017.</p>	Financiamiento		Entidades financieras	comercio, rubro compra y venta de ropas para niños del distrito de Callería, 2017.	programa Excel y para el procesamiento de los datos el software SPSS Versión 21 (Programa de estadística para ciencias sociales).		
		Interés	Tasa de interés				
		Monto	Monto del crédito				
	capacitación	Plazos	Plazo del crédito				
		Inversión	Inversión del crédito				
		Personal	Permanente Eventual				
	Rentabilidad	Cursos	Tipos de capacitación Temas de capacitación Cantidad de capacitación				
		Financiamiento	Mejora rentabilidad				
		Capacitación	Mejora rentabilidad				
		Rentabilidad de la empresa en el último año	Aumenta Disminuye				
	TÉCNICA						
	Encuesta						
Instrumento:							
Cuestionario							

3.7. Principios éticos

Según, Koepsell y Ruiz (2015), los resultados de una investigación no se debe tener intereses particulares, sino que se debe de tratar de encontrar la verdad. La labor científica conduce frecuentemente a callejones sin salida y no alcanza grandes avances, pero es mediante este tipo de investigación que llegan a darse descubrimientos. Los científicos desinteresados persiguen la verdad sin importar a dónde los lleven sus estudios o el resultado obtenido (p. 15).

3.7.1. El principio de autonomía.

Este principio nos dice que la dignidad es un derecho que todos poseen, esto implica un trato respetuoso para todos independientemente del origen o condición. No es deseable que se empleen personas como medio para un fin, sino que normalmente se espera recibir un trato como persona no como instrumento. Además, si somos coherentes, haremos lo mismo para los demás (p. 94).

3.7.2. El principio de la dignidad.

Por este principio, “el ser humano merece ser tratado como fin en sí mismo y no únicamente como medio para un fin”. Esto también implica que el consentimiento informado debe realizarse correctamente. En general, la investigación busca desarrollar conocimientos, sin embargo, al involucrar sujetos humanos siempre existe la posibilidad de que se den abusos. De hecho, como parte del proceso de consentimiento, los sujetos deben ser advertidos de que la investigación en la que participan no pretende ayudarles a ellos en particular y que no deben tener expectativas de beneficio ante el riesgo asumido. La única manera de guardar el debido respeto a la dignidad de los sujetos es asegurarse de que estén plenamente informados acerca de su participación en el estudio y los riesgos que asumen”.

3.7.3. El principio de la beneficencia/no maleficencia.

Se refiere a que la beneficencia significa cuidar a los sujetos de un estudio y a la sociedad en general, así como asegurarse de que los beneficios superen a los daños. La beneficencia se distingue de la no maleficencia en el hecho de que el segundo principio sólo exige no tener la intención de causar un mal. El daño no tiene que ser físico también puede propiciar un daño psicológico o bien la privación de derechos; asimismo, no afecta únicamente a individuos sino también a grupos. Los científicos y el público son mutuamente interdependientes y la ciencia debe contribuir a la mejora de la sociedad ya sea por la adquisición del conocimiento o mediante el incremento del bienestar general.

3.7.4. El principio de justicia.

La justicia es otro de los requisitos de la equidad de trato y está vinculada a la noción de dignidad. Más que igualdad de trato se refiere a la obligación de recibir un trato como corresponde, conforme a las capacidades de cada persona. La noción moderna de justicia manifiesta una tensión entre el principio de autonomía y la prestación de determinados bienes. La justicia requiere de imparcialidad y de una distribución equitativa de esos bienes. Debe prestarse especial atención durante el procedimiento de autorización y en lo posible, hay que evitar el uso de sujetos en situación de vulnerabilidad. Esto no siempre es posible y, a menudo, se realizan estudios que pueden resultar benéficos para las poblaciones vulnerables por lo que se justificaría su participación. Se requiere una atención especial a sus capacidades reducidas o alteradas, así como una supervisión cuidadosa durante el desarrollo del estudio para asegurar la reducción de los daños al mínimo” (pp. 101-102).

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados

4.1.1 Características del propietario o representante en las Mypes en estudio.

TABLA 1

EDAD DEL PROPIETARIO O REPRESENTANTE EN LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL RUBRO ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017

Rango de edad	Frecuencia	Porcentaje
18 - 26 años	2	13,3
26 - 35 años	5	33,3
36 - 45 años	5	33,3
46 - 55 años	3	20,1
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado en las empresas en estudio

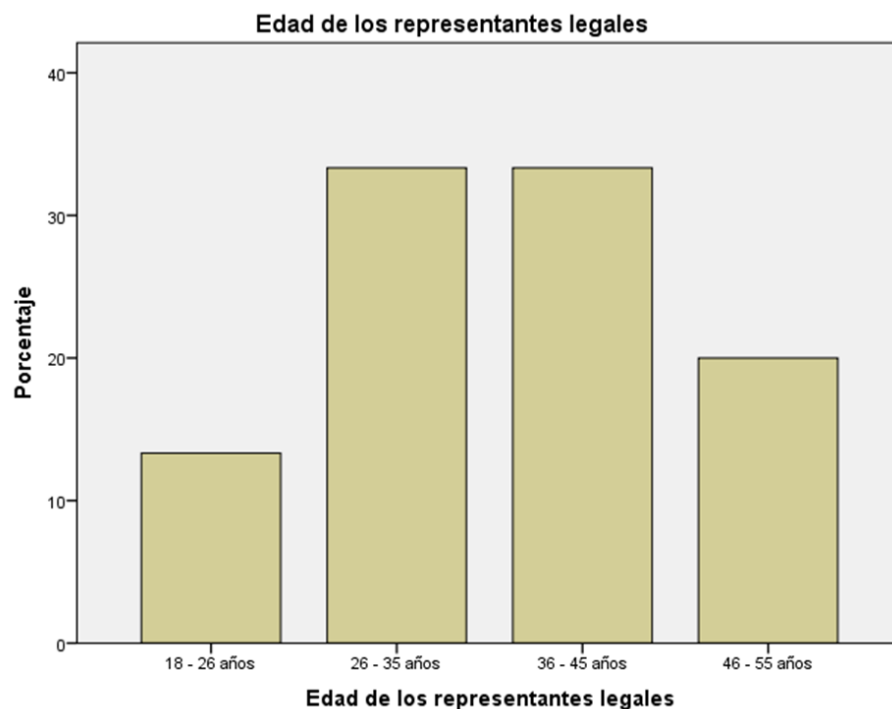


Figura 1: Edad del propietario o representante

En la tabla y figura 1, se puede observar que la edad de un 33% de los representantes es de 36 a 45 años, otro 33% tiene de 26 a 35 años, y un 20% tiene de 46 a 55 años de edad.

TABLA 2

**SEXO DEL PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL EN LAS MYPES DEL SECTOR
COMERCIAL RUBRO ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017**

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	6	40,0
Mujer	9	60,0
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado en las empresas en estudio

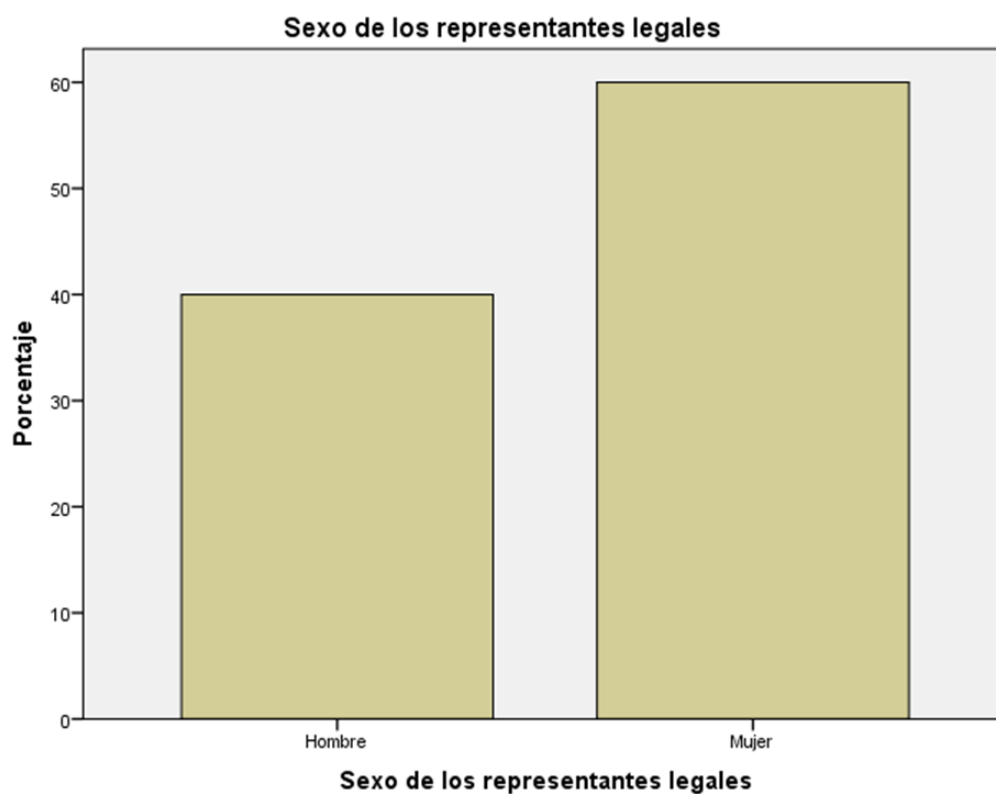


Figura 2: Sexo del propietario o representante

En la figura y tabla 2 se aprecia que el 60% de los encuestados son mujeres y el 40% son hombres.

TABLA 3
GRADO DE INSTRUCCIÓN DEL PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL EN LAS
MYPES DEL SECTOR COMERCIAL RUBRO ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE
CALLERÍA, 2017

Grado de instrucción	Frecuencia	Porcentaje
Primaria completa	0	0,0
Secundaria incompleta	0	0,0
Secundaria completa	7	47,0
Superior No Universitaria Completa	4	27,0
Superior No Universitaria Incompleta	3	20,0
Superior Universitaria Completa	1	6,0
Superior Universitaria Incompleta	0	0,0
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado en las empresas en estudio

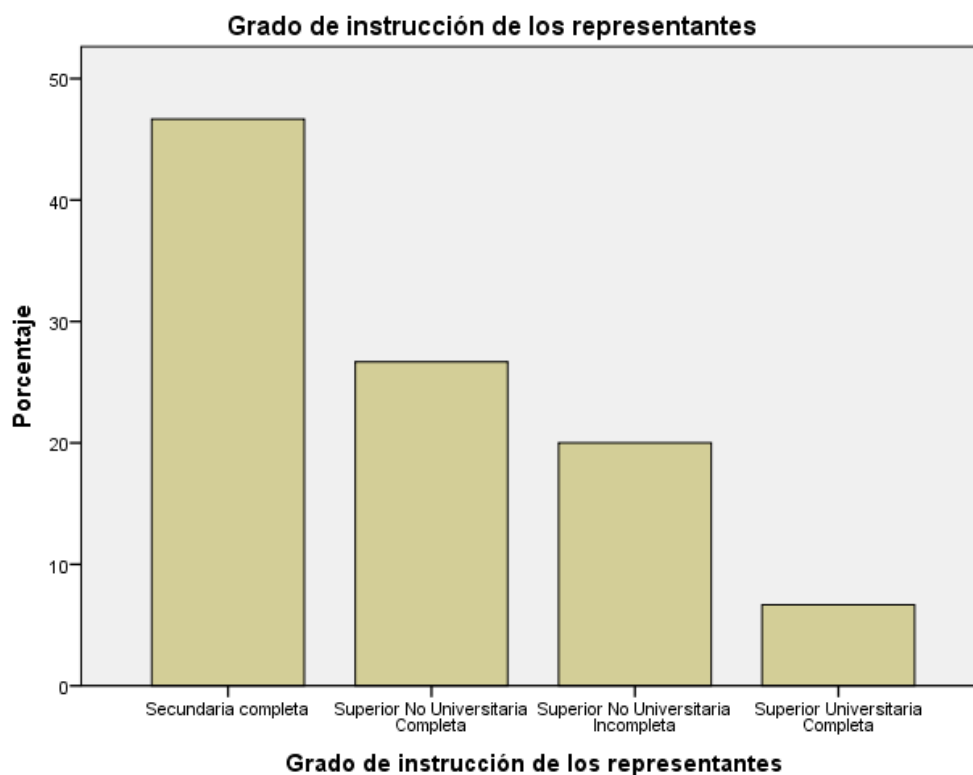


Figura 3: Grado de instrucción del propietario o representante

En la figura y tabla 3, se puede apreciar que el 47% de encuestados tiene secundaria completa como instrucción, un 20% “tiene educación superior no universitaria completa, y el 7% tiene superior universitaria incompleta”.

TABLA 4

ESTADO CIVIL DEL PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL EN LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL RUBRO ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017

Estado civil	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	3	20,0
Casado	6	40,0
Conviviente	6	40,0
Divorciado	0	0,0
Otro	0	0,0
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado en las empresas en estudio

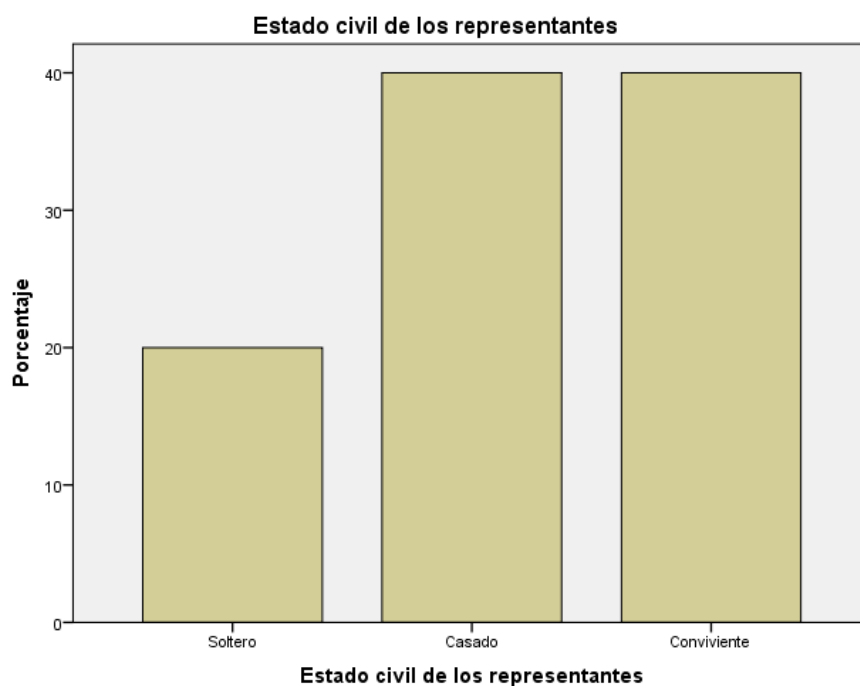


Figura 4: Estado civil del propietario o representante

En la figura y tabla 4, se puede observar que el 40% de los representantes es casado, otro 40% es conviviente, y un 20% es soltero.

TABLA 5
PROFESIÓN DEL PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL EN LAS MYPES DEL
SECTOR COMERCIAL RUBRO ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE CALLERÍA,
2017

Profesión u ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Ninguna	9	60,0
Técnico	5	33,0
Profesional universitario	1	7,0
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado en las empresas en estudio

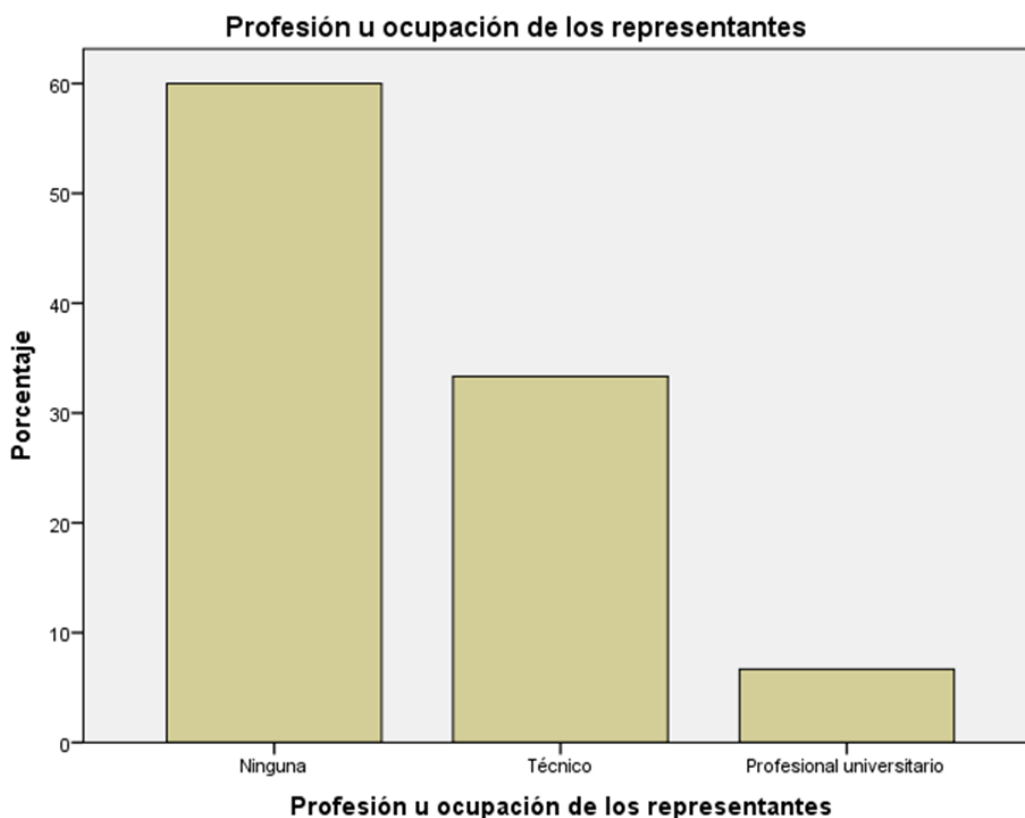


Figura 5: Profesión del propietario o representante

En la tabla y figura 5, se puede apreciar que el 60% de los encuestados no tiene profesión alguna, y el 34% posee una carrera técnica.

TABLA 6
OCUPACIÓN DEL PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL EN LAS MYPES DEL
SECTOR COMERCIAL RUBRO ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE CALLERÍA,
2017

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Comerciante	12	80,0
Empleado	3	20,0
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado en las empresas en estudio

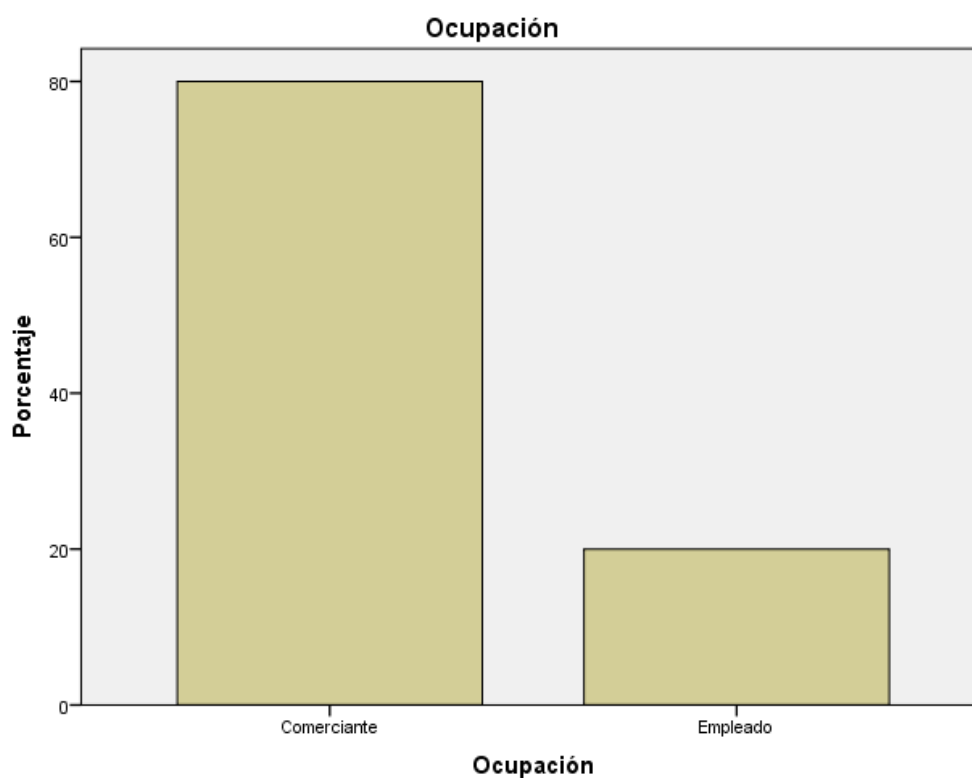


Figura 6: Ocupación del propietario o representante

En la figura y tabla 6, se puede apreciar que el 80% tiene como ocupación la de comerciante a tiempo completo, y el 20% trabaja, paralelamente, como empleado.

4.1.2 Características de las empresas en estudio.

TABLA 7

TIEMPO EN EL SECTOR Y RUBRO DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL
RUBRO ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017

Tiempo en años	Frecuencia	Porcentaje
1 a 5 años	4	27,0
6 a 10 años	6	40,0
11 a 15 años	5	33,0
Más de 16 años	0	0,0
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado al propietario o representante legal de las mypes en estudio

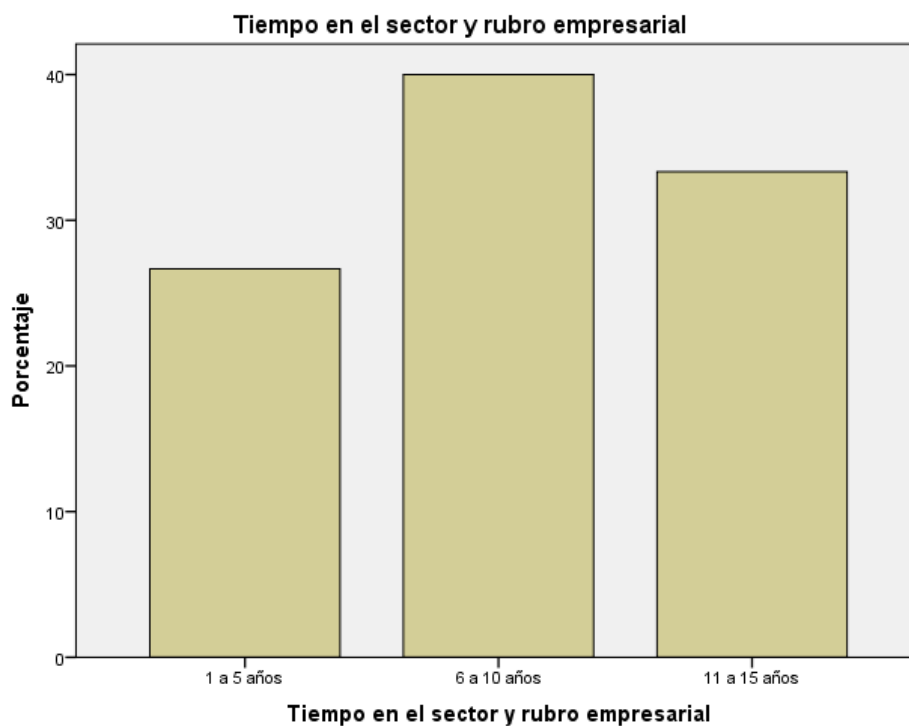


Figura 7: Tiempo en el sector y rubro empresarial

En la figura y tabla 7, se puede observar que el 40% de los comercios operan entre 6 a 10 años de antigüedad, un 33% tiene de 11 a 15 años, y el 27% tiene de 1 a 5 años.

TABLA 8
FORMALIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL RUBRO ROPA PARA
NIÑOS DEL DISTRITO DE CALLERÍA 2017

Son formales	Frecuencia	Porcentaje
SI	15	100,0
NO	0	0,0
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado en las empresas en estudio

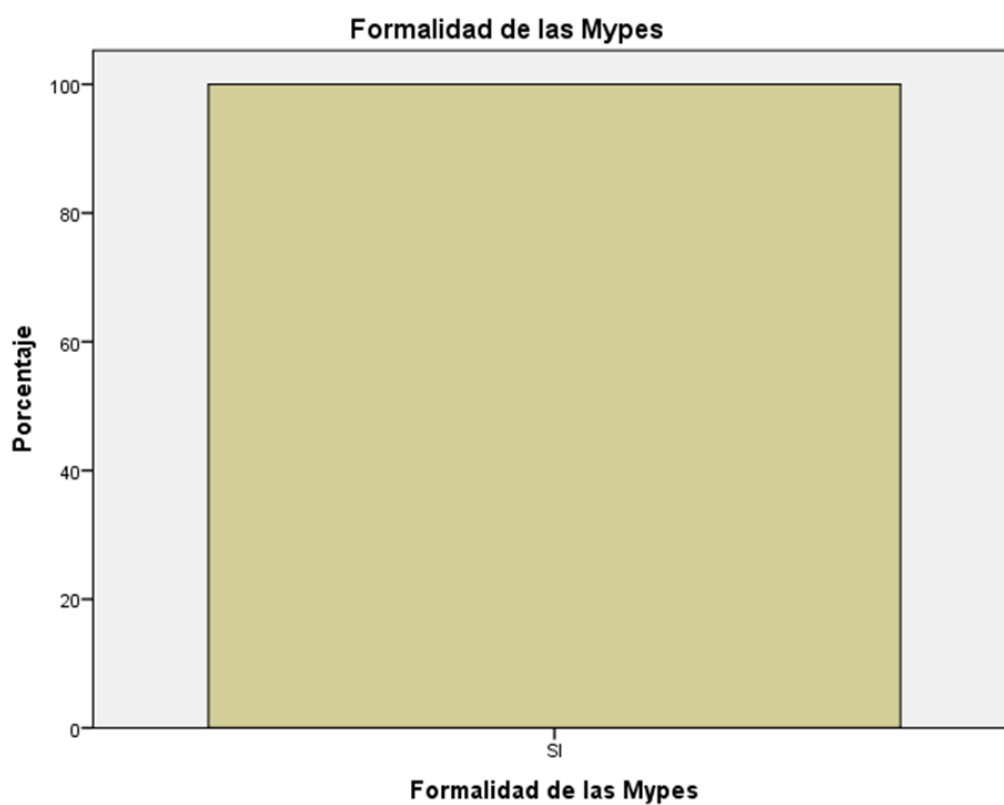


Figura 8: Formalidad de las empresas

En la figura y tabla 8, se aprecia que el 100% de las empresas analizadas son formales.

TABLA 9
TRABAJADORES PERMANENTES DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL RUBRO
ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017

N° de trabajadores	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	4	27,0
De uno a dos	9	60,0
De 3 a 5	2	13,0
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionarios aplicados al propietario o representante legal de las mypes en estudio

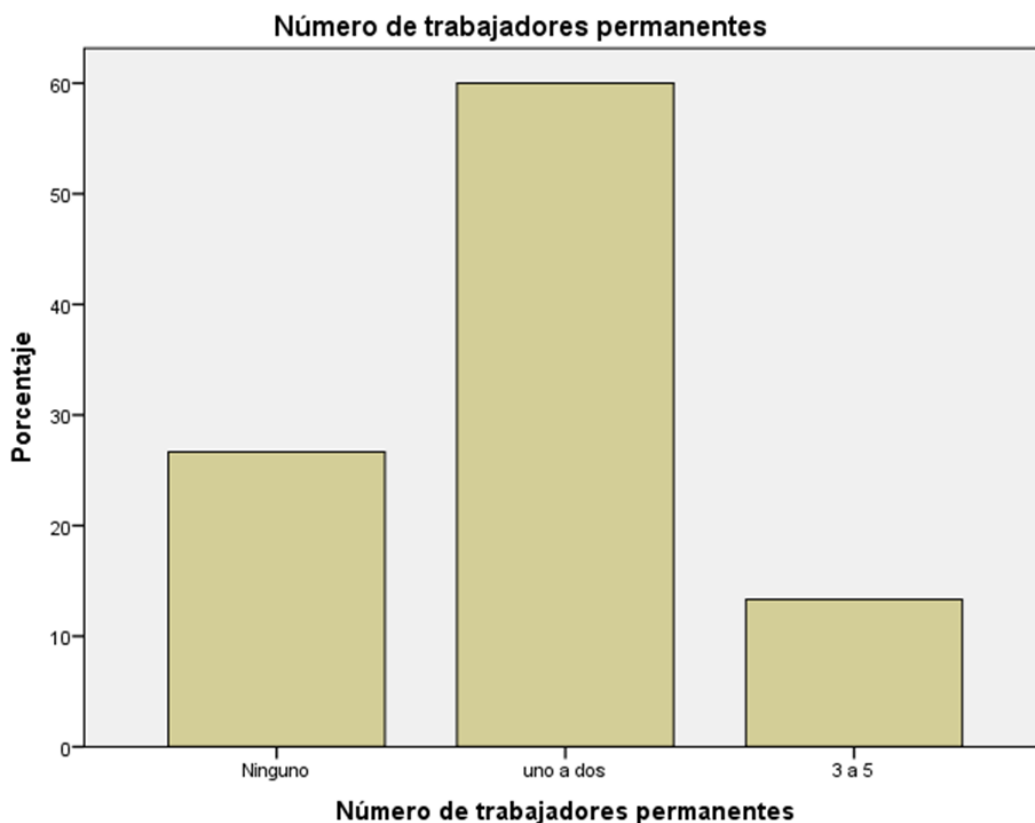


Figura 9: Número de trabajadores permanentes en las Mypes en estudio.

En la tabla y figura 9, se puede apreciar que el 60% de empresas tiene entre 1 a 2 trabajadores permanentes, un 27% no tiene ninguno, y el 13% tiene de 3 a 5 trabajadores.

TABLA 10

**TRABAJADORES EVENTUALES DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL RUBRO
ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017**

N° de trabajadores	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	4	27,0
De 1 a 2 trabajadores	9	60,0
De 3 a 5 trabajadores	2	13,0
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionarios aplicados al propietario o representante legal de las mypes en estudio

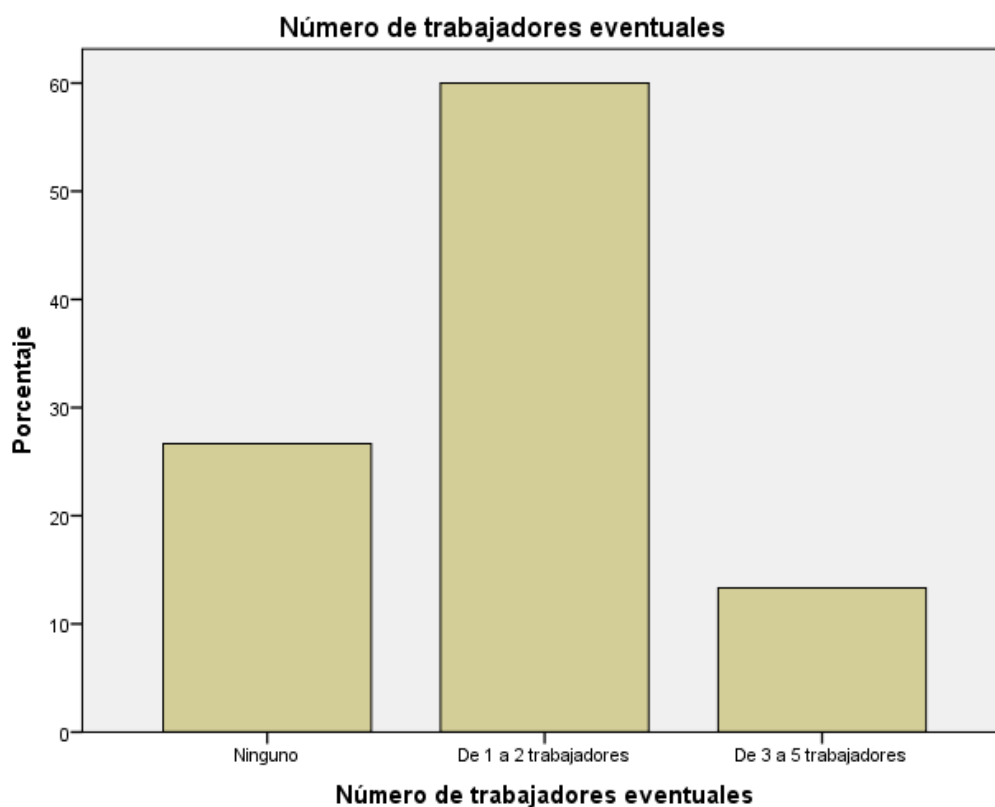


Figura 10: Número de trabajadores eventuales de las Mypes e estudio

En la tabla y figura 10, se aprecia que el 60% de las Mypes tiene de 1 a 2 trabajadores eventuales, y un 27% no tiene ninguno.

TABLA 11

**MOTIVO DE FORMACIÓN DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL
RUBRO ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017**

Motivo de formación	Frecuencia	Porcentaje
Obtener ganancias	12	80,0
Como subsistencia	3	20,0
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionarios aplicados al propietario o representante legal de las mypes en estudio

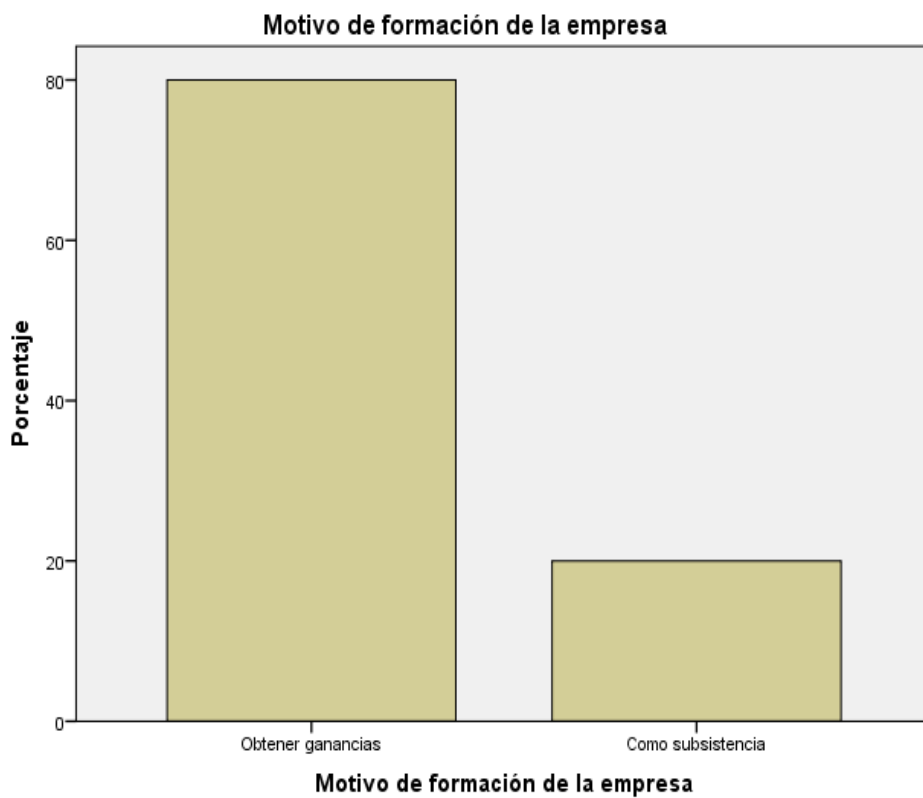


Figura 11: Motivo de formación

En la figura y tabla 11, se puede observar que el 80% de las Mypes se formó para obtener ganancias, y un 20% lo hizo como medio de subsistencia.

TABLA 12

**CÓMO FINANCIAN SU ACTIVIDAD LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL RUBRO
ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017**

Cómo se financian	Frecuencia	Porcentaje
Financiamiento propio	6	40,0
Financiamiento de terceros	9	60,0
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado al propietario o representante legal de las mypes en estudio

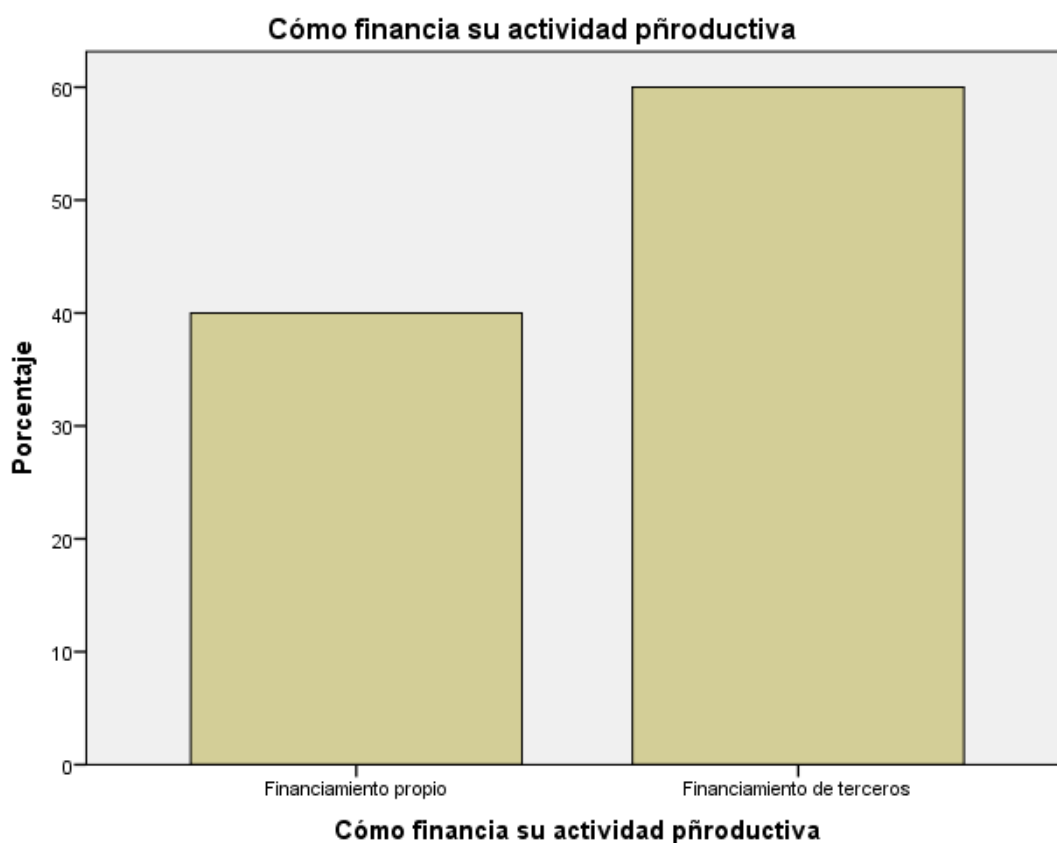


Figura 12: Cómo financian su actividad comercial las Mypes en estudio

En la tabla y figura 12, se puede notar que el 60% de empresas utiliza el financiamiento de terceros para desarrollar sus actividades, y el 40% lo hace con financiamiento propio.

TABLA 13
ENTIDAD BANCARIA A LA QUE RECURRE PARA FINANCIAR SU ACTIVIDAD LAS
MYPES DEL SECTOR COMERCIAL RUBRO ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE
CALLERÍA, 2017

Entidad bancaria	Frecuencia	Porcentaje
Ninguna	6	40,0
Banco de Crédito	5	33,0
Banco Continental	1	7,0
Interbank	2	13,0
Scotiabank	1	7,0
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado al propietario o representante legal de las mypes en estudio

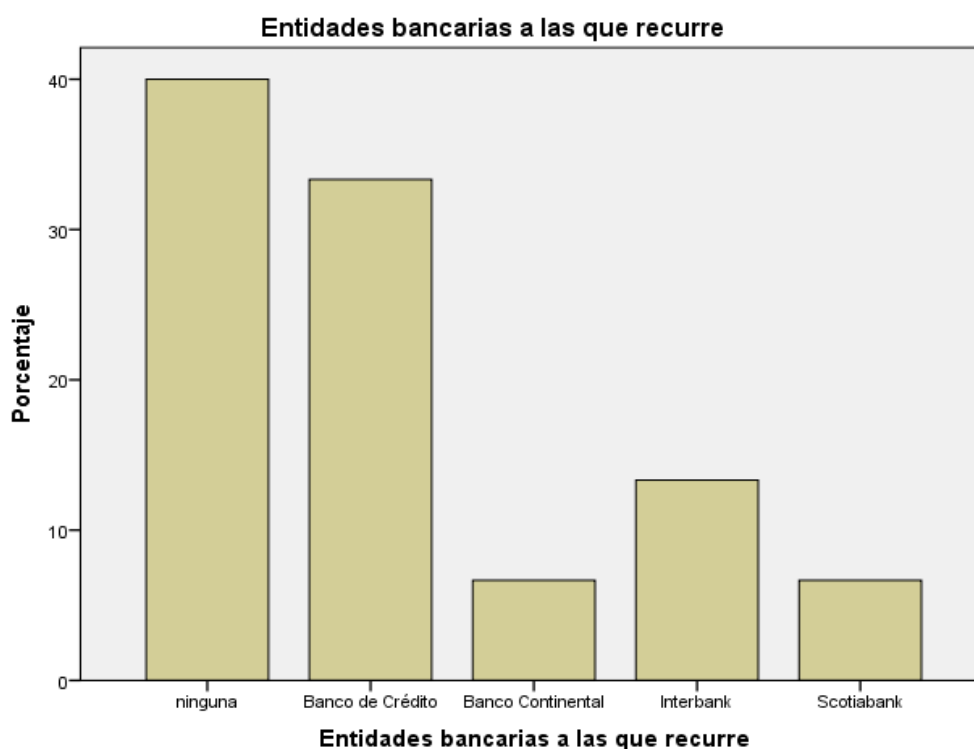


Figura 13: Entidades bancarias a las que recurren las Mypes en estudio

En la figura y tabla 13 se puede observar que el 40% de empresas no recurre a ninguna entidad bancaria, el 33% acude al Baco de Crédito y un 13% lo hace al Interbank para financiarse.

TABLA 14
TASA DE INTERÉS QUE PAGAN POR UN CRÉDITO BANCARIO LAS MYPES DEL
SECTOR COMERCIAL RUBRO ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE CALLERÍA,
2017

Entidad bancaria	Frecuencia	Porcentaje
Ninguna	6	40,0
1.5%	5	33,0
2%	3	20,0
2.5%	1	7,0
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado al propietario o representante legal de las mypes en estudio

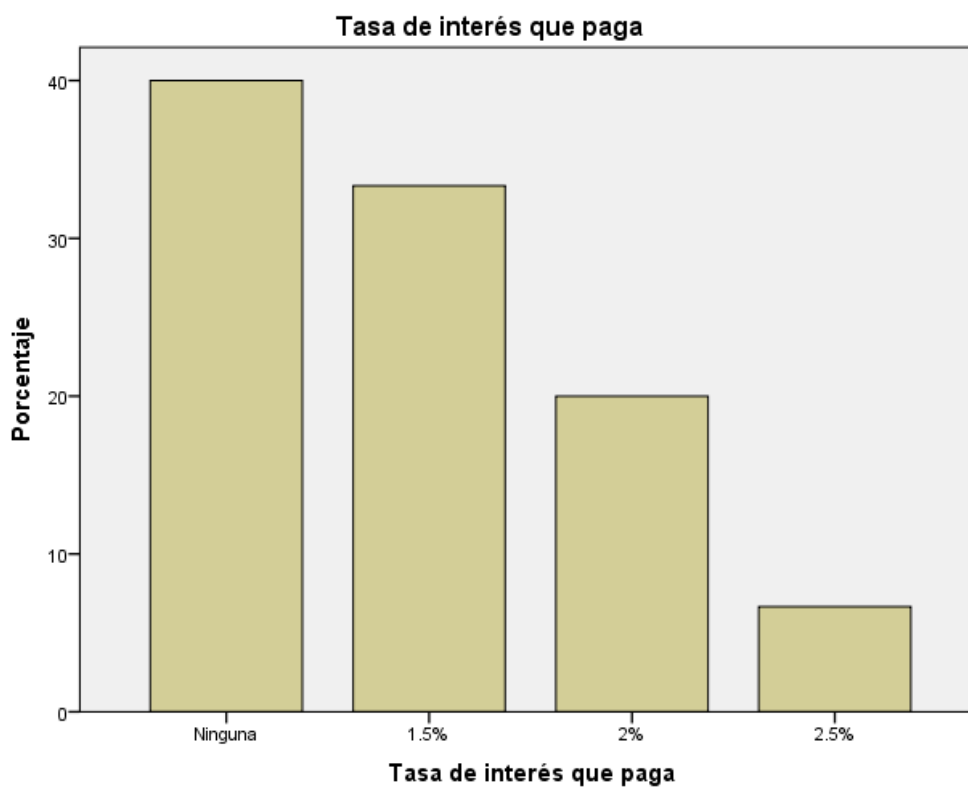


Figura 14: Tasa de interés que pagan las Mypes en estudio por los créditos otorgados

En la tabla y figura 14, se observa que el 33% de las empresas paga el 1.5% de tasa de interés, el 20% paga un 2%, y el 40% no paga ninguna tasa de interés.

TABLA 15
ENTIDADES NO BANCARIAS A LAS QUE RECURREN PARA FINANCIARSE LAS
MYPES DEL SECTOR COMERCIAL RUBRO ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE
CALLERÍA, 2017

Entidades no bancarias	Frecuencia	Porcentaje
Ninguna	6	40,0
Mi Banco	4	27,0
Crediscotia	2	13,0
Caja Maynas	2	13,0
Caja Huancayo	1	7,0
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado al propietario o representante legal de las mypes en estudio

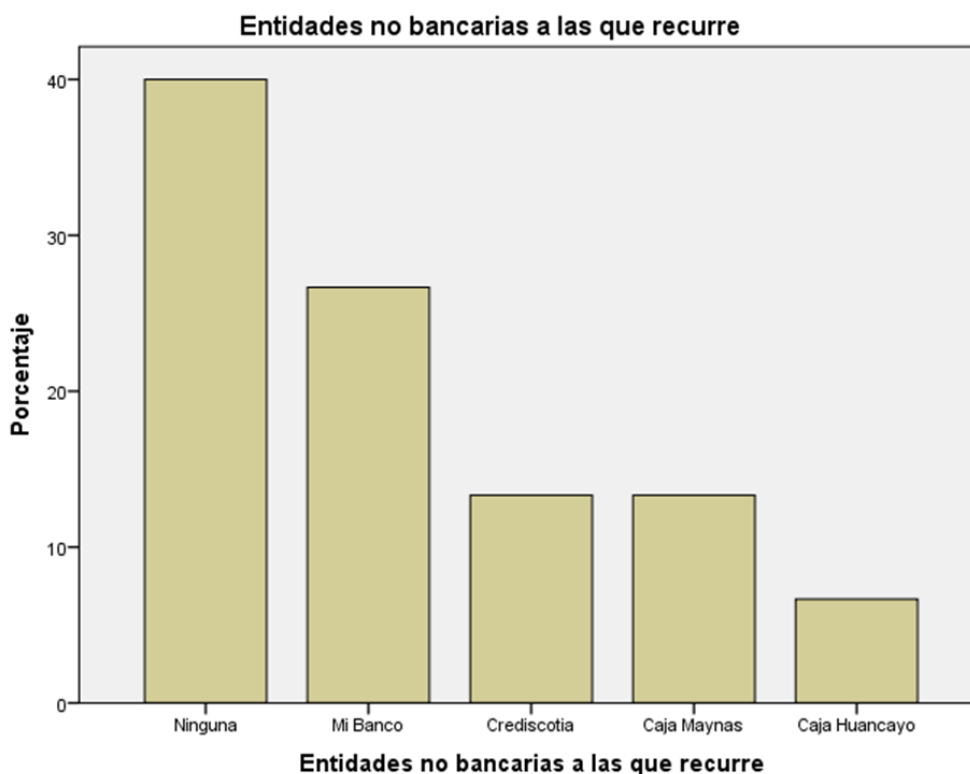


Figura 15: Entidades no bancarias a las que recurren para financiarse las Mypes en estudio

En la figura y tabla 15 se puede observar que el 27% de empresas recurre a la financiera Mi Banco, un 13% lo hace a Crediscotia, otro 13% a la Caja Maynas, mientras que el 40% no recurre a entidades no bancarias para financiar sus actividades comerciales.

TABLA 16
TASA DE INTERÉS QUE PAGAN POR UN CRÉDITO NO BANCARIO LAS MYPES DEL
SECTOR COMERCIAL RUBRO ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE CALLERÍA,
2017

Tasa de interés que paga	Frecuencia	Porcentaje
Ninguna	6	40,0
2.5%	3	20,0
3%	6	40,0
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado al propietario o representante legal de las mypes en estudio

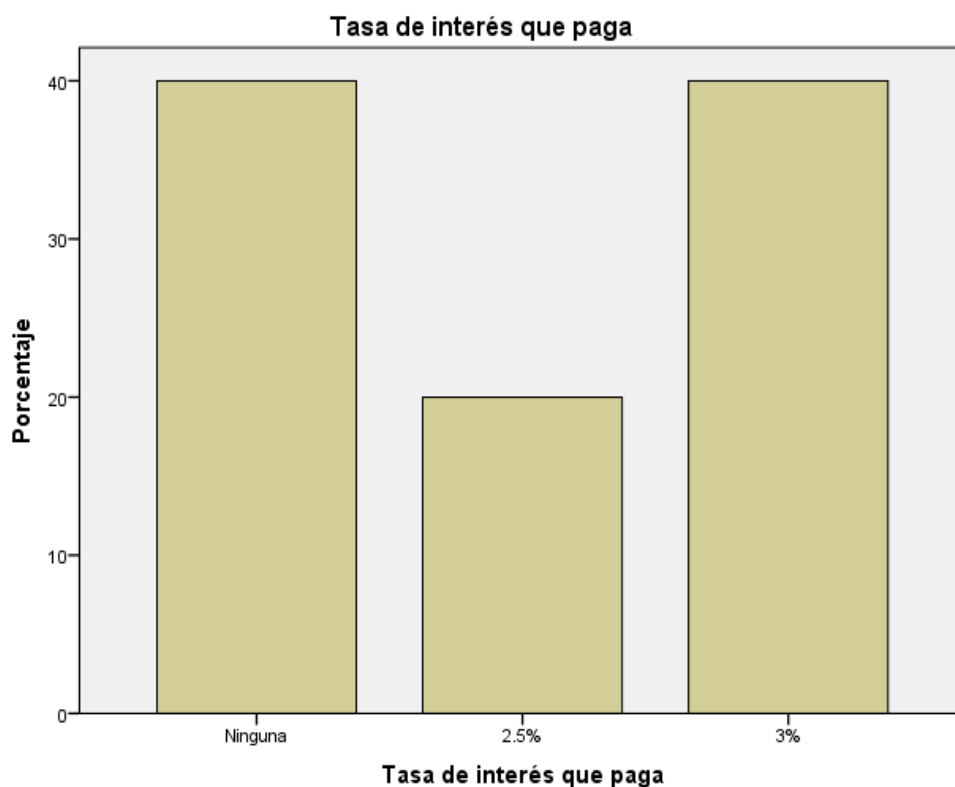


Figura 16: Tasa de interés que pagan las Mypes en estudio por los créditos otorgados

En la figura y tabla 16, se puede apreciar que un 40% de las Mypes paga una tasa de 3% de interés mensual, un 20% paga el 2.5%, y el 40% no paga ninguna tasa de interés.

TABLA 17

SI RECURREN A PRESTAMISTAS O USUREROS PARA FINANCIARSE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL RUBRO ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE CALLERIA, 2017

Recurre	Frecuencia	Porcentaje
SI	3	20,0
NO	12	80,0
No precisa	0	0,0
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado al propietario o representante legal de las mypes en estudio

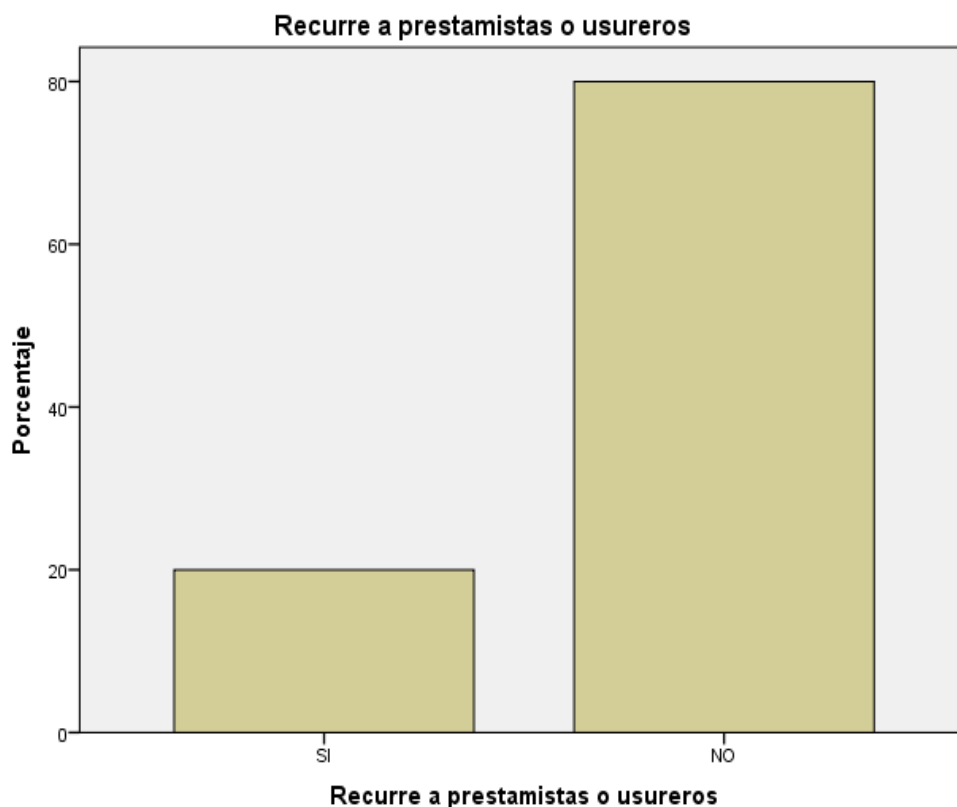


Figura 17: Si las Mypes en estudio recurren a usureros o prestamistas para financiar su actividad comercial

En la figura y tabla 17 se puede observar que un 80% de las Mypes no recurre a prestamistas o usureros para financiarse, y el 20% si lo hace.

TABLA 18
TASA DE INTERÉS QUE PAGAN POR UN CRÉDITO DE PRESTAMISTAS O JUSUREROS
LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL RUBRO ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO
DE CALLERIA, 2017

Tasa de interés	Frecuencia	Porcentaje
5%	0	0,0
10%	2	13,0
Más de 10%	7	47,0
Ninguno	6	40,0
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionarios aplicados al propietario o representante legal de las mypes en estudio

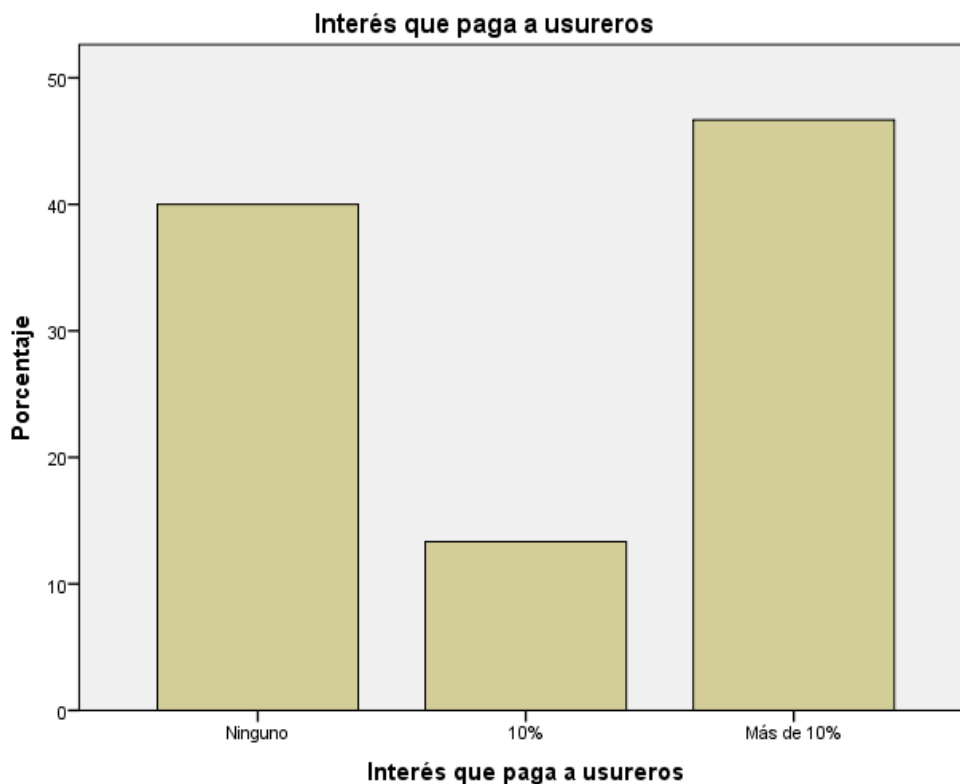


Figura 18: Tasa de interés que pagan las Mypes en estudio por los créditos otorgados

En la figura y tabla 18, se puede apreciar que un 47% de empresas paga más del 10% de interés a los prestamistas, y el 40% no paga ninguna tasa.

TABLA 19

SI SE FINANCIAN POR OTROS MEDIOS LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL
RUBRO ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017

Se financia por otros medios	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	27,0
NO	11	73,0
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado al propietario o representante legal de las mypes en estudio

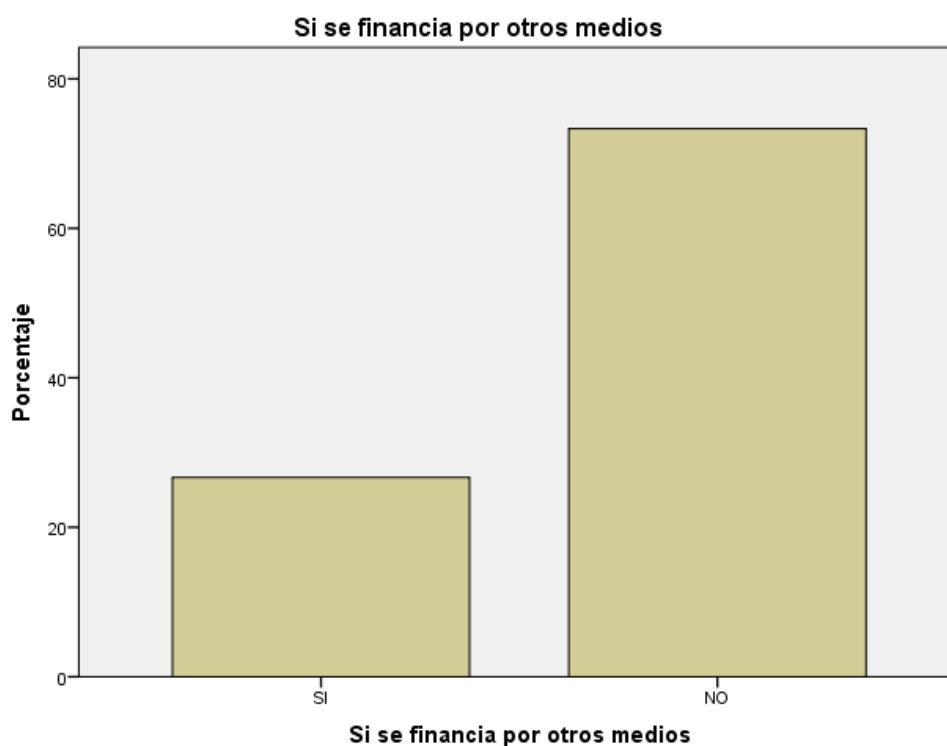


Figura 19: Si las Mypes en estudio recurren a otros medios para financiar su actividad comercial

En la figura y tabla 19, se puede observar que un 73% de no recurre a otros medios de financiamiento, mientras que el 27% sí lo hace.

TABLA 20
TASA DE INTERÉS QUE PAGAN POR UN CRÉDITO EN OTROS MEDIOS LAS MYPES
DEL SECTOR COMERCIO RUBRO ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE CALLERIA,
2017

Tasa de interés que paga	Frecuencia	Porcentaje
De 2 a 3%	3	20,0
De 3 a 10%	2	13,0
Ninguna	8	54,0
No precisa	2	13,0
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionarios aplicados al propietario o representante legal de las mypes en estudio

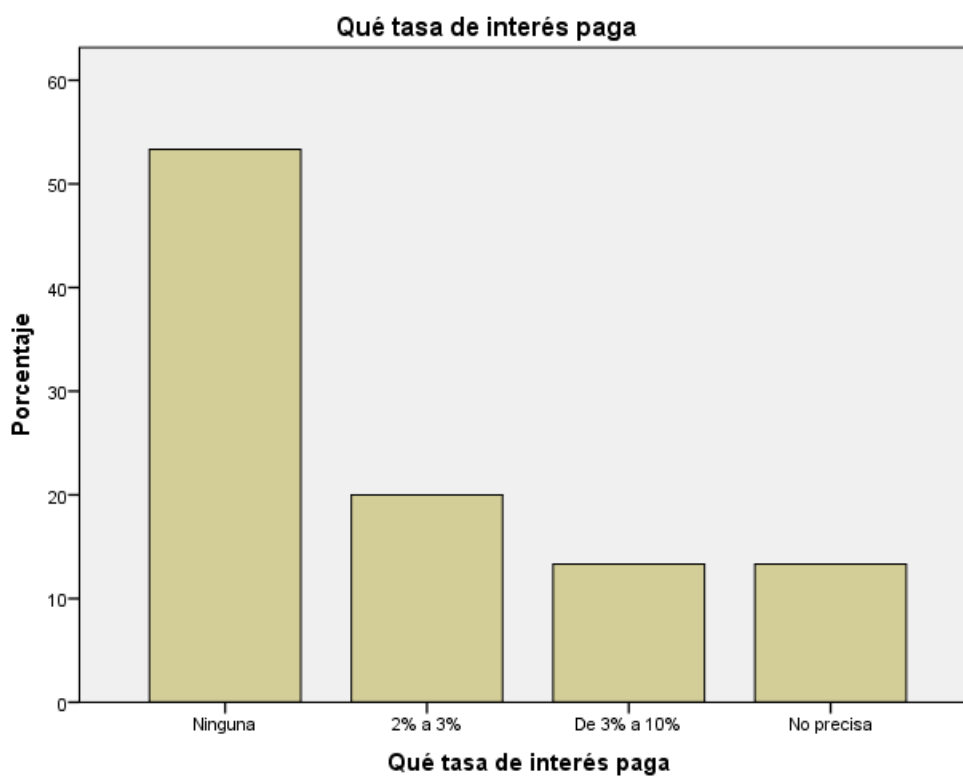


Figura 20: Tasa de interés que pagan las Mypes en estudio por los créditos otorgados

En la tabla y figura 20, se observa que el 20% de empresas paga de 2% a 3% de interés mensual por el financiamiento, mientras que el 54% no paga ninguna tasa de interés.

TABLA 21
ENTIDADES FINANCIERAS QUE OTORGAN MAS FACILIDADES A LAS MYPES DEL
SECTOR COMERCIAL RUBRO ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE CALLERÍA,
2017

Otorgan mayores facilidades	Frecuencias	Porcentajes
Entidades bancarias	6	40,0
Entidades no bancarias	6	40,0
Prestamistas o usureros	3	20,0
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionarios aplicados al propietario o representante legal de las mypes en estudio

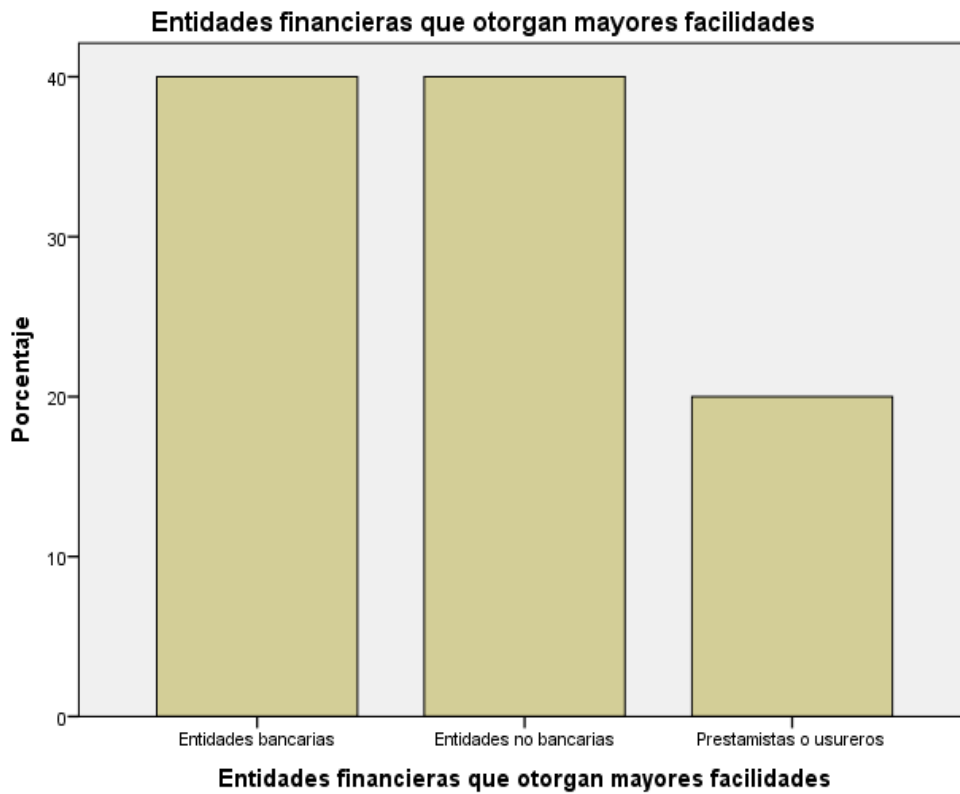


Figura 21: Entidades financieras que ofrecen mayores facilidades para otorgar un crédito.

En la tabla y figura 21, se observa que un 40% de las empresas asegura que son las entidades bancarias los que otorgan mayores facilidades para la obtención del crédito, y otro 40% dice que son las entidades no bancarias.

TABLA 22
LE OTORGARON EL CRÉDITO EN EL MONTO SOLICITADO A LAS MYPES DEL
SECTOR COMERCIAL RUBRO ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE CALLERÍA,
2017

Le otorgaron el crédito	Frecuencia	Porcentaje
SI	6	40,0
NO	3	20,0
No precisa	6	40,0
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado al propietario o representante legal de las mypes en estudio

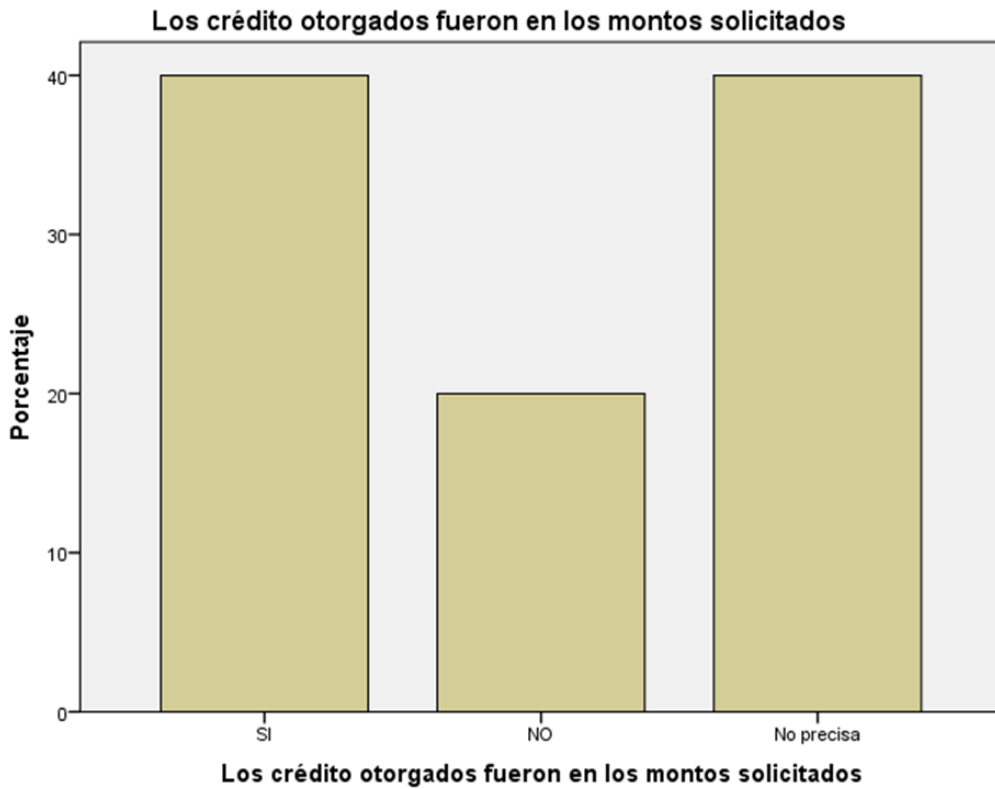


Figura 22: Le otorgaron el crédito en el monto solicitado a las Mypes en estudio.

En la figura y tabla 22 se puede apreciar que a un 40% sí les otorgaron el crédito en el monto solicitado, a otro 40% no precisa, y a un 20% no les entregaron los créditos en los montos solicitados.

TABLA 23

MONTO PROMEDIO DEL CREDITO OTORGADO A LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL RUBRO ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017

Monto del crédito otorgado	Frecuencia	Porcentaje
De 1,000 a 5,000	8	53,0
De 6,000 a 10,000	5	33,0
De 11,000 a 15,000	2	14,0
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado al propietario o representante legal de las mypes en estudio

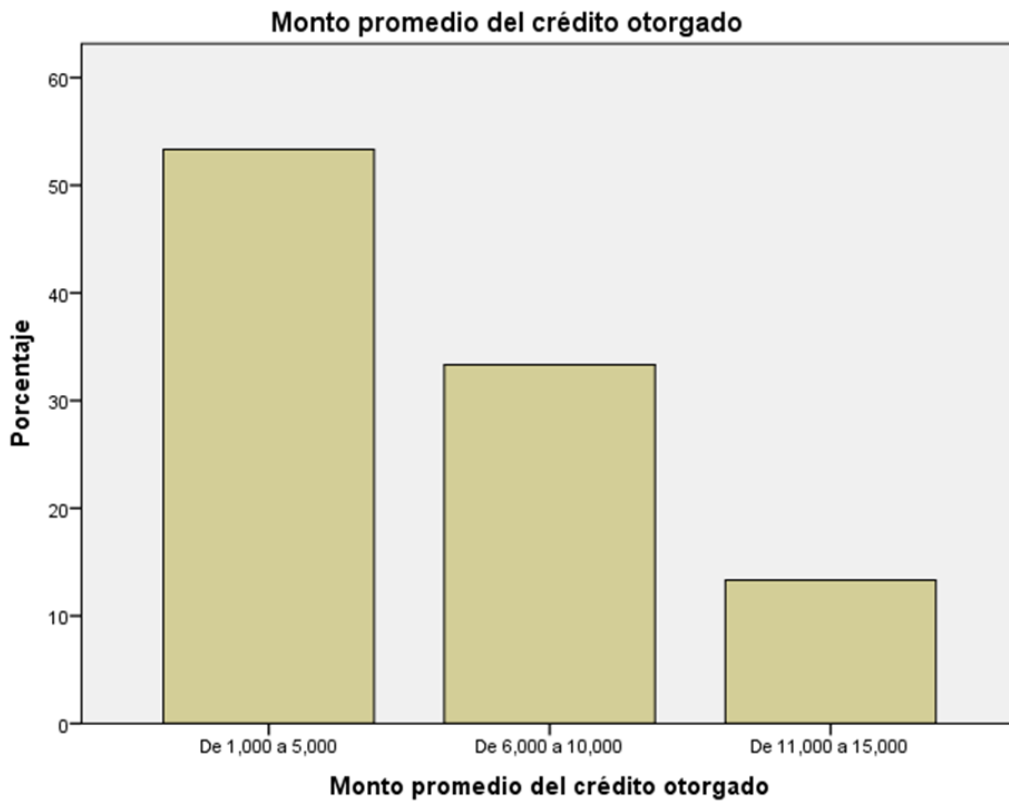


Figura 23: Monto del crédito otorgado a las Mypes en estudio.

En la tabla y figura 23 se puede observar que el 53% de las Mypes recibió créditos entre 1,000 a 5,000 soles en promedio, y un 33% recibió de 6,000 a 10,000 soles.

TABLA 24
PLAZO DEL CRÉDITO SOLICITADO POR LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL
RUBRO ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017

Plazo del crédito	Frecuencia	Porcentaje
a corto plazo	11	73,0
a largo plazo	4	27,0
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado al propietario o representante legal de las mypes en estudio

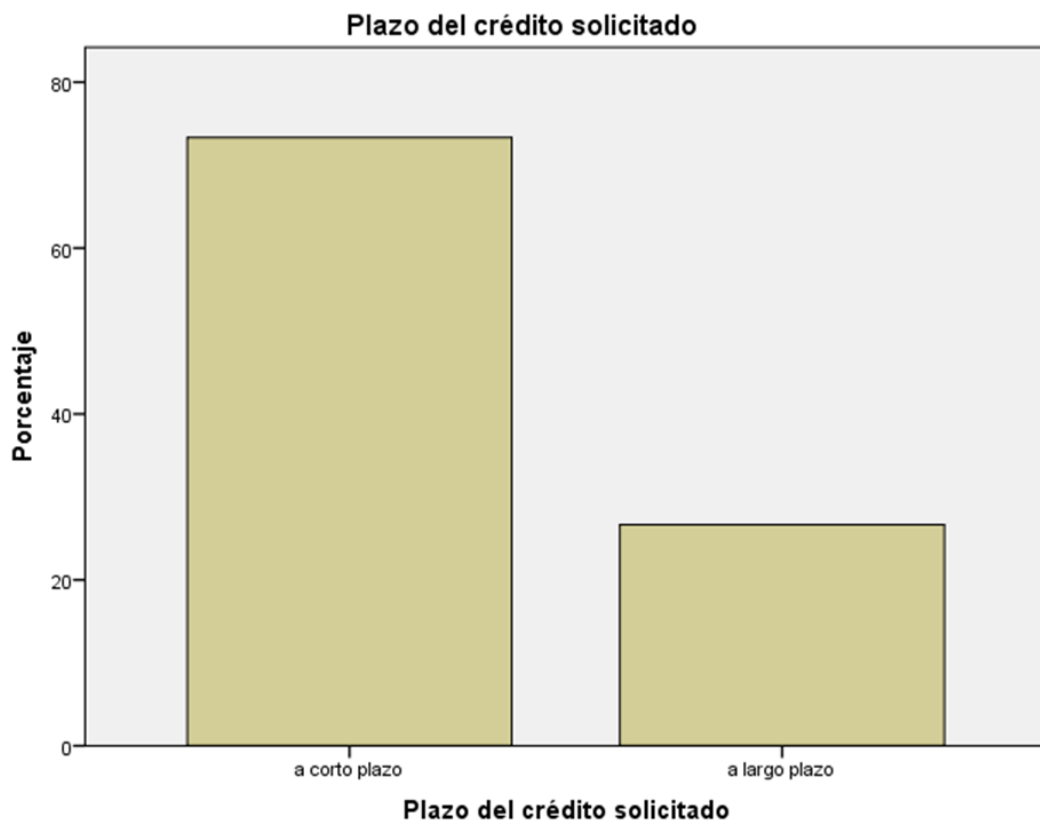


Figura 24: Plazo del crédito solicitado por las Mypes del ámbito de estudio

En la tabla y figura 24, se puede observar que el 73% recibieron créditos a cortos plazos, y un 27% lo hizo a largo plazo.

TABLA 25

EN QUÉ INVIRTIERON EL CRÉDITO OBTENIDO LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL RUBRO ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017

Inversión del crédito obtenido	Frecuencias	Porcentajes
Capital de trabajo	5	33,0
Mejoramiento y/o ampliación de local	5	33,0
Activos fijos	5	34,0
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionarios aplicados al propietario o representante legal de las mypes en estudio

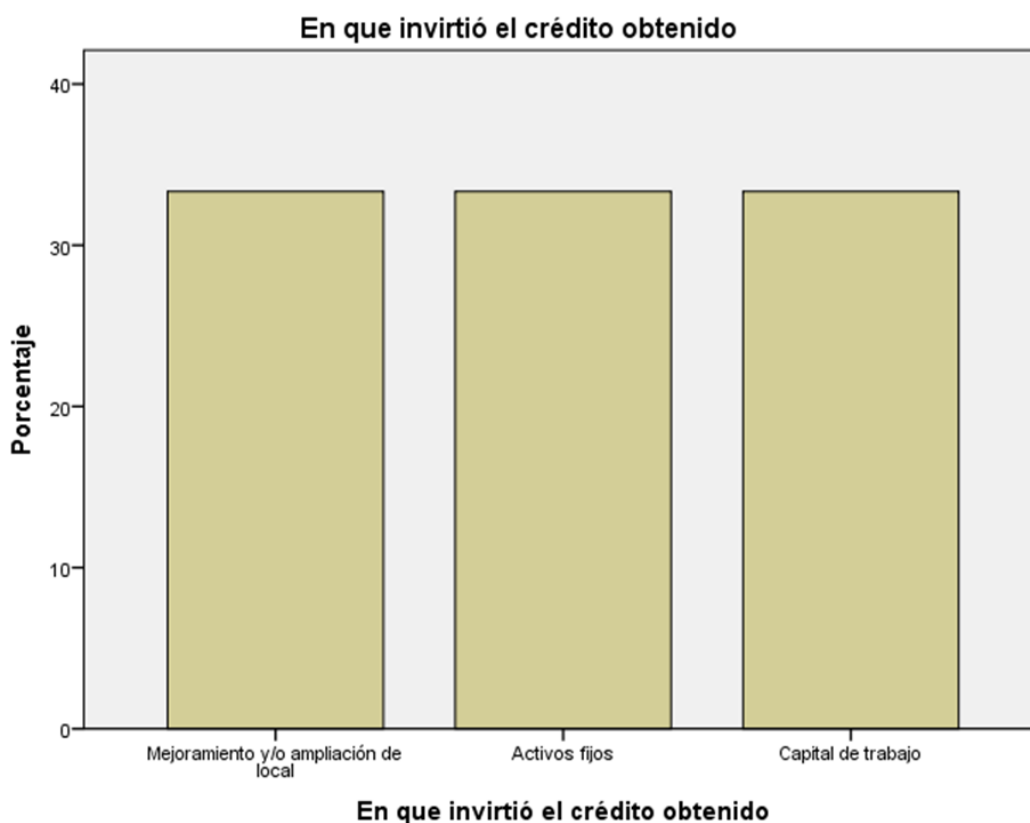


Tabla 25: En qué invirtieron el crédito obtenido las Mypes en estudio.

En la figura y tabla 25, se puede apreciar que los encuestados invirtieron los créditos en “capital de trabajo, mejoramiento y ampliación de local y en activos fijos”.

4.1.4 Características de la capacitación de las Mypes en estudio.

TABLA 26
RECIBIÓ CAPACITACIÓN EL PROPIETARIO O REPRESENTANTE PARA EL OTORGAMIENTO DEL CRÉDITO DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL RUBRO ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017

Recibieron capacitación	Frecuencia	Porcentaje
SI	10	67,0
NO	5	33,0
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado al propietario o representante legal de las mypes en estudio

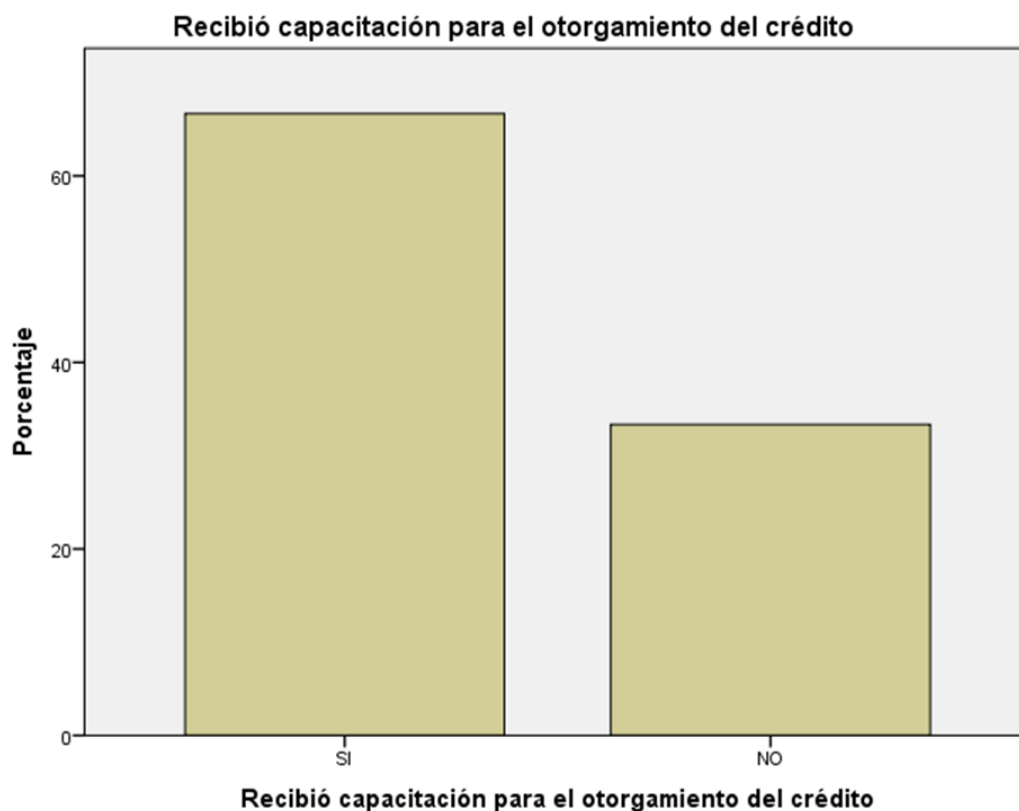


Tabla 26: Recibieron capacitación para el otorgamiento del crédito las Mypes en estudio.

En la tabla y figura 26, se puede observar que un 67% de los empresarios manifiestan que si recibió capacitación para el otorgamiento del préstamo, y el 33% manifestó que no recibieron capacitación.

TABLA 27
CURSOS DE CAPACITACIÓN QUE RECIBIÓ EN EL ÚLTIMO AÑO EL PROPIETARIO O REPRESENTANTE DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO RUBRO ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017

N° Cursos de capacitación	Frecuencia	Porcentaje
Uno	6	40,0
Dos	3	20,0
Ninguno	6	40,0
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionarios aplicados al propietario o representante legal de las mypes en estudio

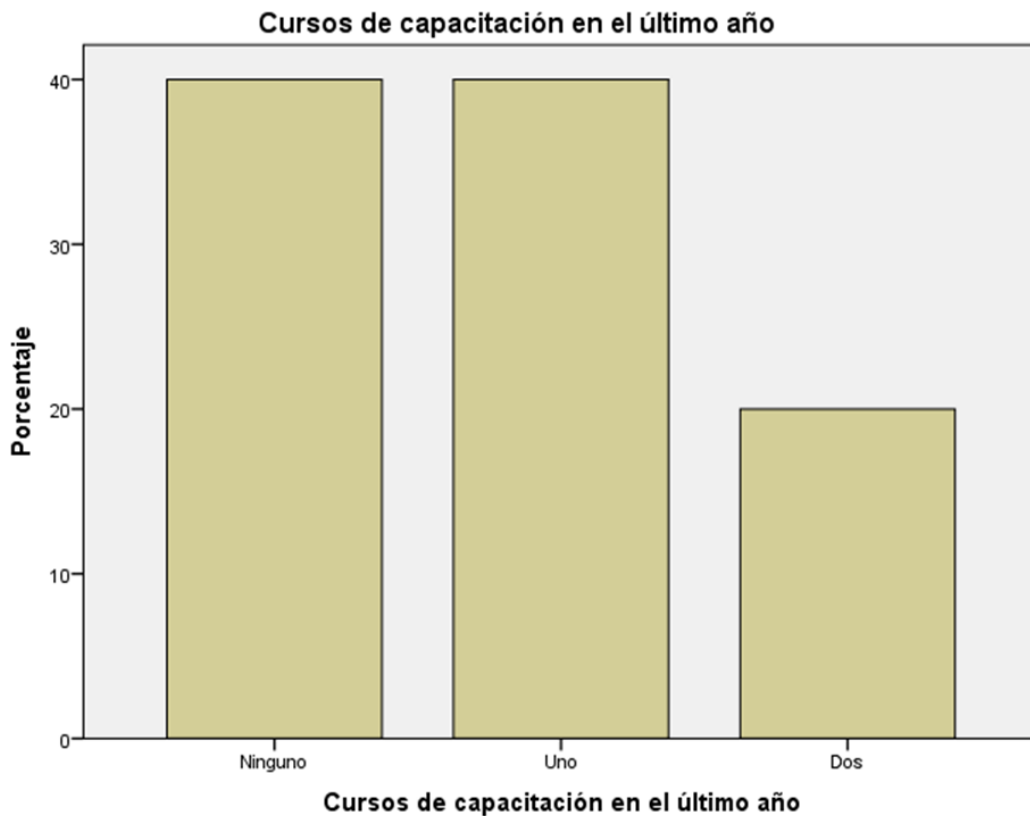


Tabla 27: Cuántos cursos de capacitación recibieron en el último año las Mypes en estudio.

En la figura y tabla 27, se puede apreciar que el 40% dijo que recibió un curso de capacitación, y otro 40% dijo que no recibió capacitación.

TABLA 28

EN QUÉ TIPO DE CURSOS DE CAPACITACIÓN PARTICIPARON LOS REPRESENTANTES DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL RUBRO ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017

Tipo de cursos en que participaron	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	6	40,0
Inversión del crédito financiero	4	27,0
Marketing empresarial	3	20,0
Otros	2	13,0
Total	15	100,0

Fuente: Aplicación de cuestionarios al propietario o representante legal de las mypes en estudio

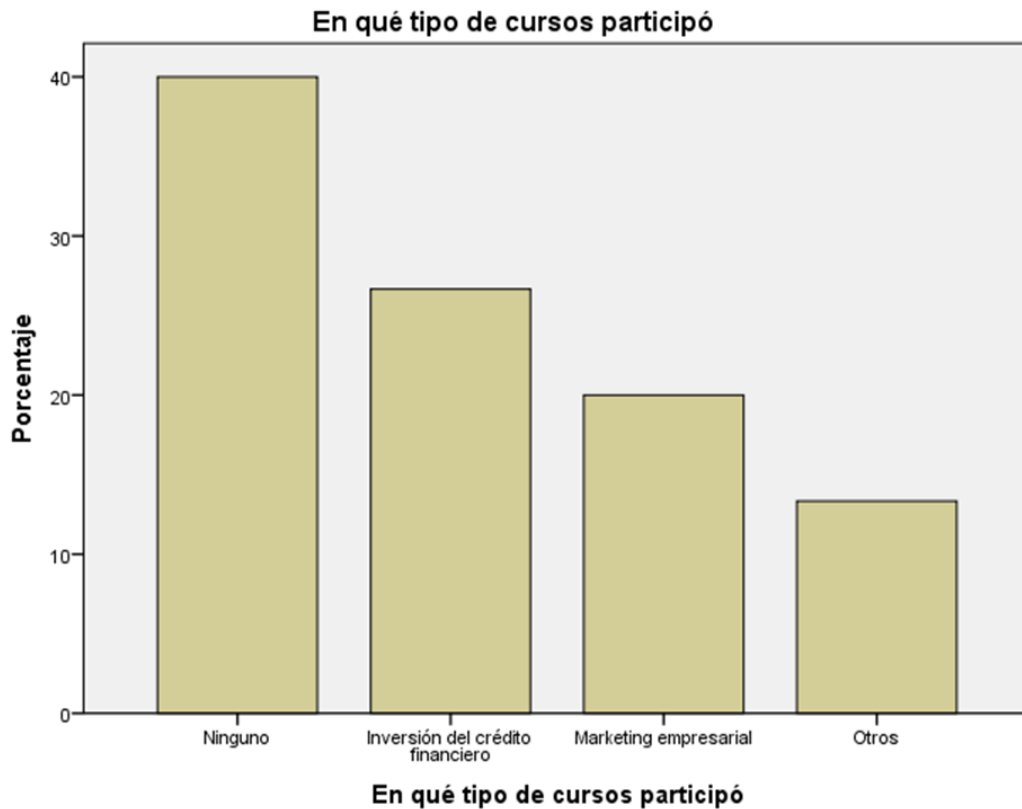


Tabla 28: En qué tipo de cursos de capacitación participaron

En la tabla y figura 28, se observa que el 40% de los empresarios no recibió capacitación en curso alguno, el 27% lo hizo en inversión del crédito financiero, y un 20% en marketing empresarial.

TABLA 29-A
RECIBIÓ CAPACITACIÓN EL PERSONAL DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL
RUBRO ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017

El personal recibió capacitación	Frecuencia	Porcentaje
SI	9	60,0
NO	2	13,0
No precisa	4	27,0
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado al propietario o representante legal de las mypes en estudio

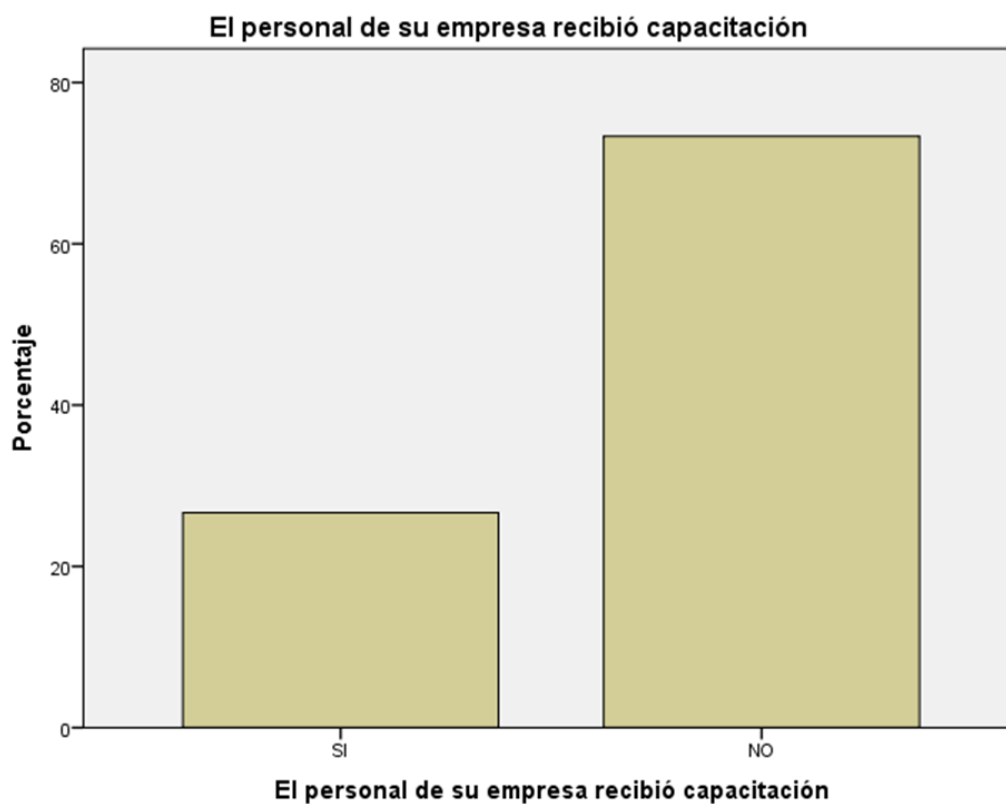


Tabla 29-A: El personal de su empresa recibió capacitación.

En la tabla y figura 29-A, se observa que el 73% no capacitó a su personal, mientras que el 27% si lo hizo.

TABLA 29-B
CANTIDAD DE CURSOS EN QUE SE CAPACITÓ EL PERSONAL DE LAS MYPES DEL
SECTOR COMERCIAL RUBRO ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE CALLERÍA,
2017

Cantidad de cursos	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	7	47,0
Un curso	7	47,0
Dos cursos	1	6,0
Total	15	100,0

Fuente: Aplicación de cuestionario al propietario o representante legal de las mypes en estudio

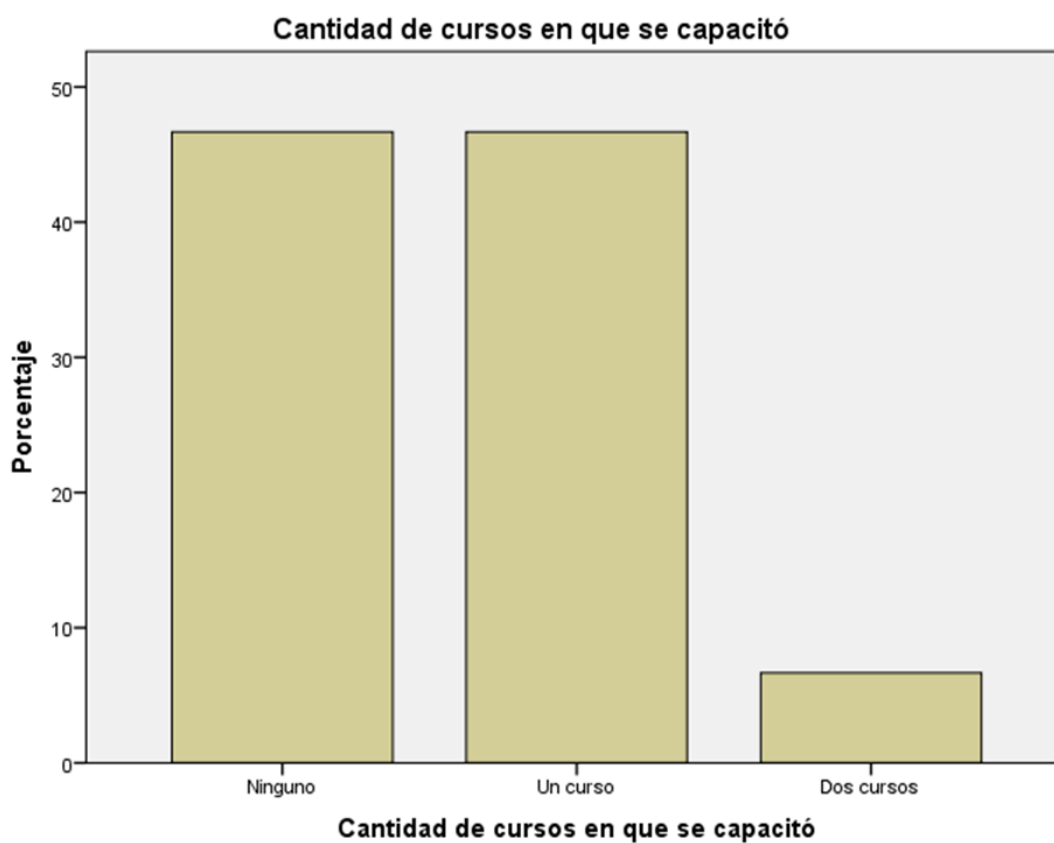


Tabla 29-B: Cantidad de cursos de capacitación que recibió el personal.

En la tabla y figura 29-B, se observa que un 47% de los trabajadores de las empresas no recibió capacitación, y otro 47% participó en un curso de capacitación.

TABLA 30

SI CONSIDERA A LA CAPACITACION COMO UNA INVERSIÓN EN LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL RUBRO ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017

Consideran una inversión	Frecuencia	Porcentaje
SI	8	53,0
NO	4	27,0
No precisa	3	20,0
Total	15	100,0

Fuente: Aplicación de cuestionario al propietario o representante legal de las mypes en estudio

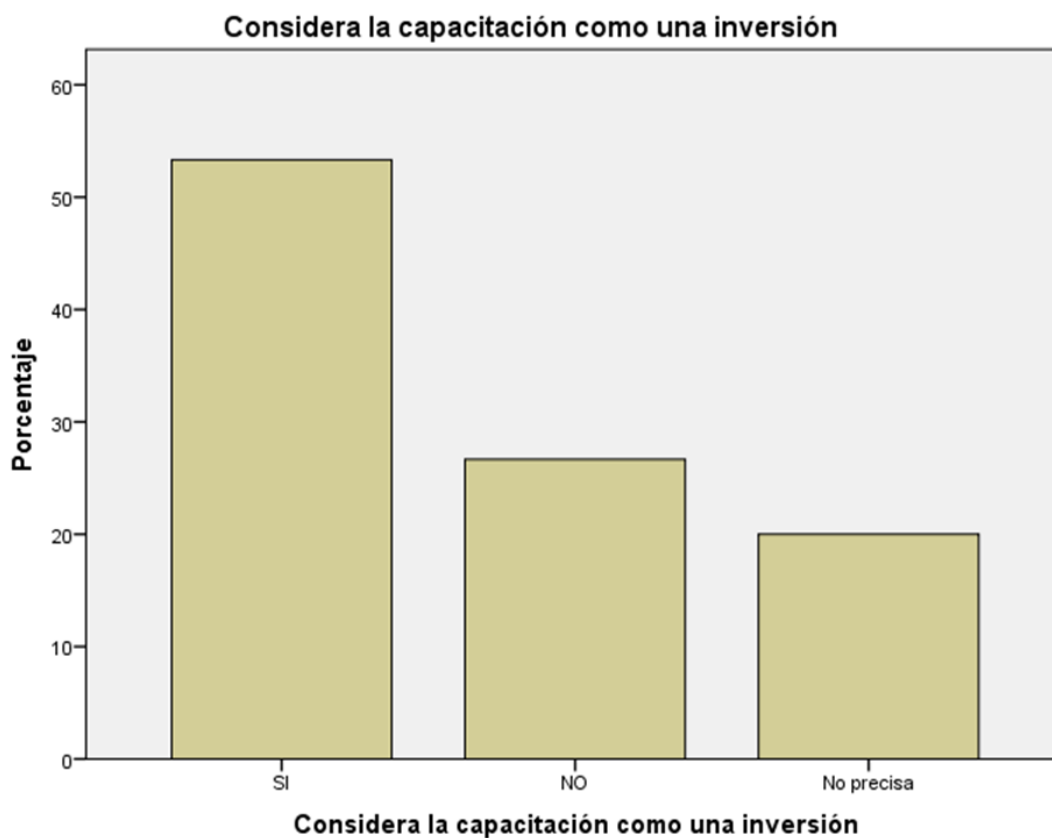


Tabla 30: Considera a la capacitación como una inversión.

En la figura y tabla 30, se puede apreciar que un 53% de empresarios sí considera que capacitarse es una inversión, mientras que el 27% no lo considera así.

TABLA 31
CONSIDERA QUE CAPACITAR AL PERSONAL ES RELEVANTE PARA SU EMPRESA
DEL SECTOR COMERCIAL RUBRO ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE
CALLERÍA, 2017

Lo consideran relevante	Frecuencia	Porcentaje
SI	9	60,0
NO	2	13,0
No precisa	4	27,0
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado al propietario o representante legal de las mypes en estudio

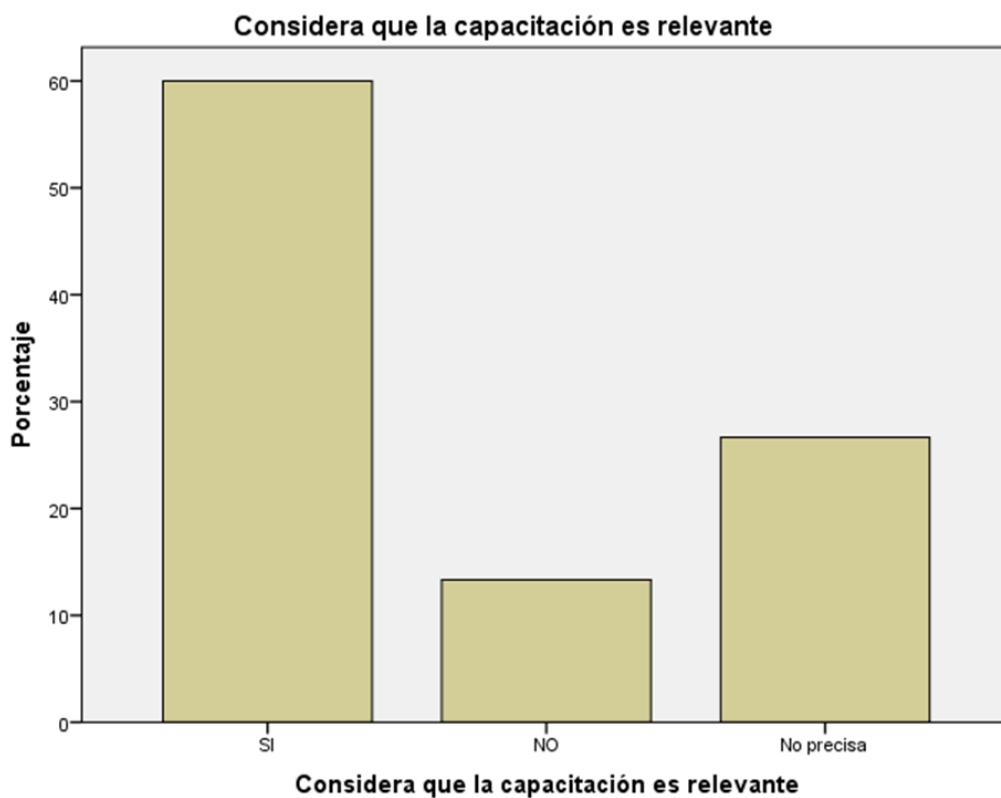


Tabla 31: Considera a la capacitación del personal es relevante

En la figura y tabla 31, se puede observar que un 60% de empresarios si considera que la capacitación es relevante para sus empresas, y el 27% no precisa su respuesta.

TABLA 32

EN QUÉ TEMAS SE CAPACITARON LOS TRABAJADORES DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL RUBRO ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017

En qué temas se capacitaron	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	7	47,0
Prestación de mejor servicio a los clientes	3	20,0
Otros temas	5	33,0
Total	15	100,0

Fuente: Aplicación del cuestionario al propietario o representante legal de las mypes en estudio

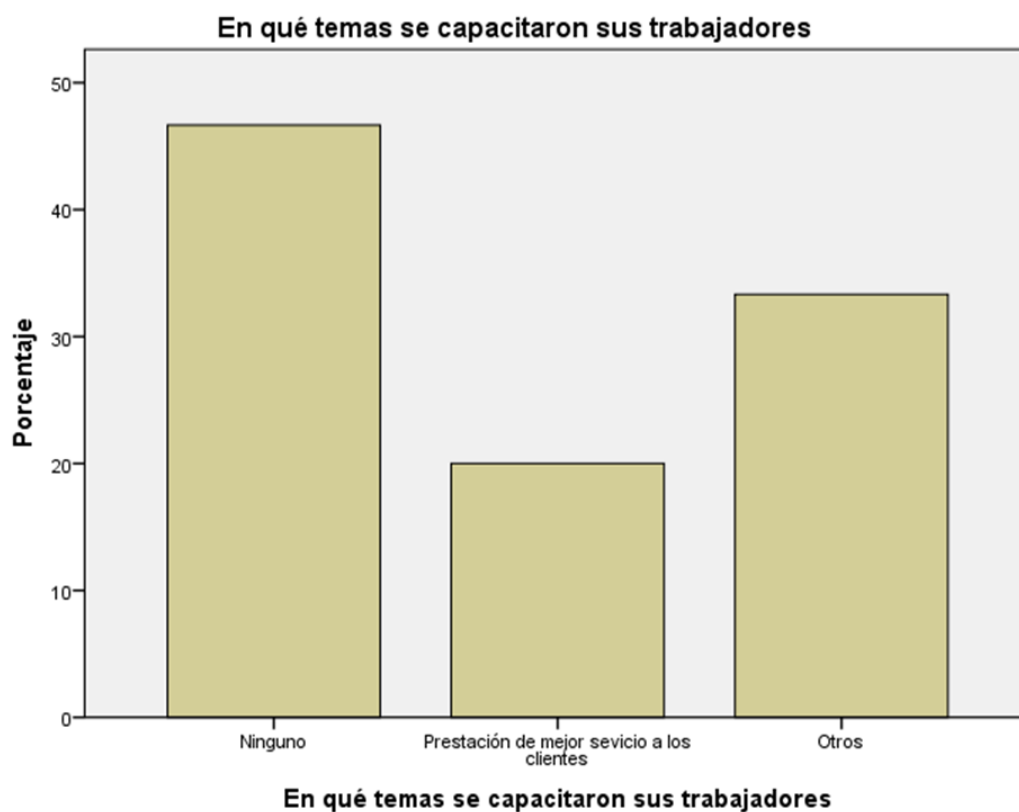


Tabla 32: En qué temas se capacitaron sus trabajadores.

En la tabla y figura 32, se observa que el 47% de los trabajadores no se capacitó, el 33% lo hizo en otros temas, y un 20% lo hizo en prestación de mejor servicio a los clientes.

4.1.5 Con respecto a las características de la rentabilidad de las empresas.

TABLA 33

SI CREEN QUE CON EL FINANCIAMIENTO SE MEJORÓ LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL RUBRO ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2017

Mejóro la rentabilidad	Frecuencia	Porcentaje
SI	11	73,0
No precisa	4	27,0
Total	15	100,0

Fuente: Aplicación de cuestionario al propietario o representante legal de las mypes en estudio

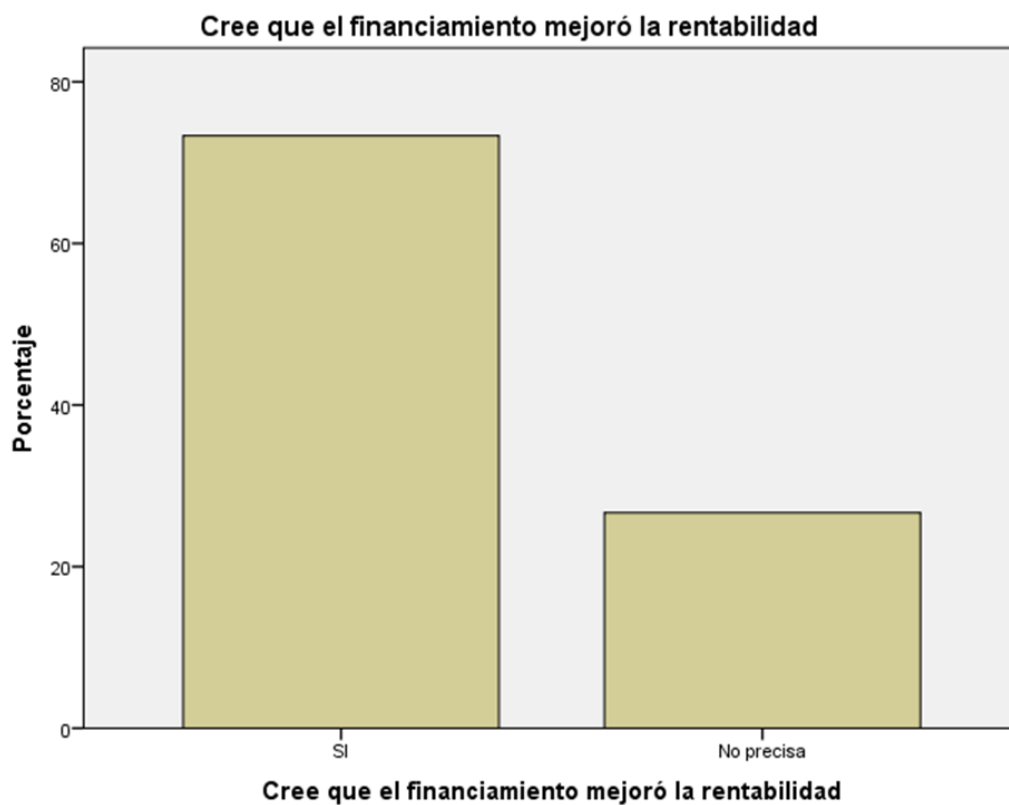


Tabla 33: Cree que con el financiamiento se mejoró la rentabilidad

En la figura y tabla 33, se puede observar que el 73% de los empresarios cree que al financiar sus actividades se mejoró la rentabilidad, y el 23% cree que no fue así.

TABLA 34
CREE QUE POR LA CAPACITACIÓN SE MEJORÓ LA RENTABILIDAD DE SU
EMPRESA DEL SECTOR COMERCIAL RUBRO ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE
CALLERÍA, 2017

Se mejoró la rentabilidad	Frecuencias	Porcentajes
SI	6	40,0
NO	2	13,0
No precisa	7	47,0
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado al propietario o representante legal de las mypes en estudio

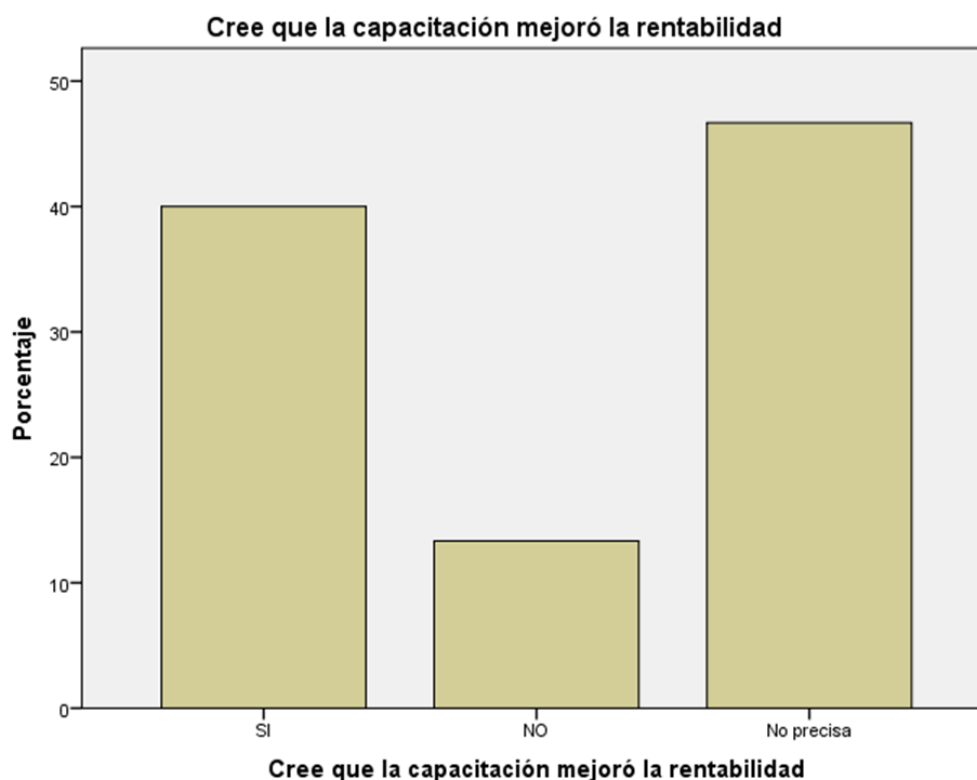


Tabla 34: Cree que con la capacitación se ha mejorado la rentabilidad

En la tabla y figura 34, se observa que el 47% de los empresarios no precisa su respuesta, y el 40% si cree que capacitarse mejora la rentabilidad de las empresas

TABLA 35

**CREE QUE LA RENTABILIDAD DE SU EMPRESA DEL SECTOR COMERCIAL RUBRO
ROPA PARA NIÑOS MEJORÓ EN EL ÚLTIMO AÑO**

Mejóro la rentabilidad	Frecuencia	Porcentaje
SI	13	87,0
NO	2	13,0
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado al propietario o representante legal de las mypes en estudio

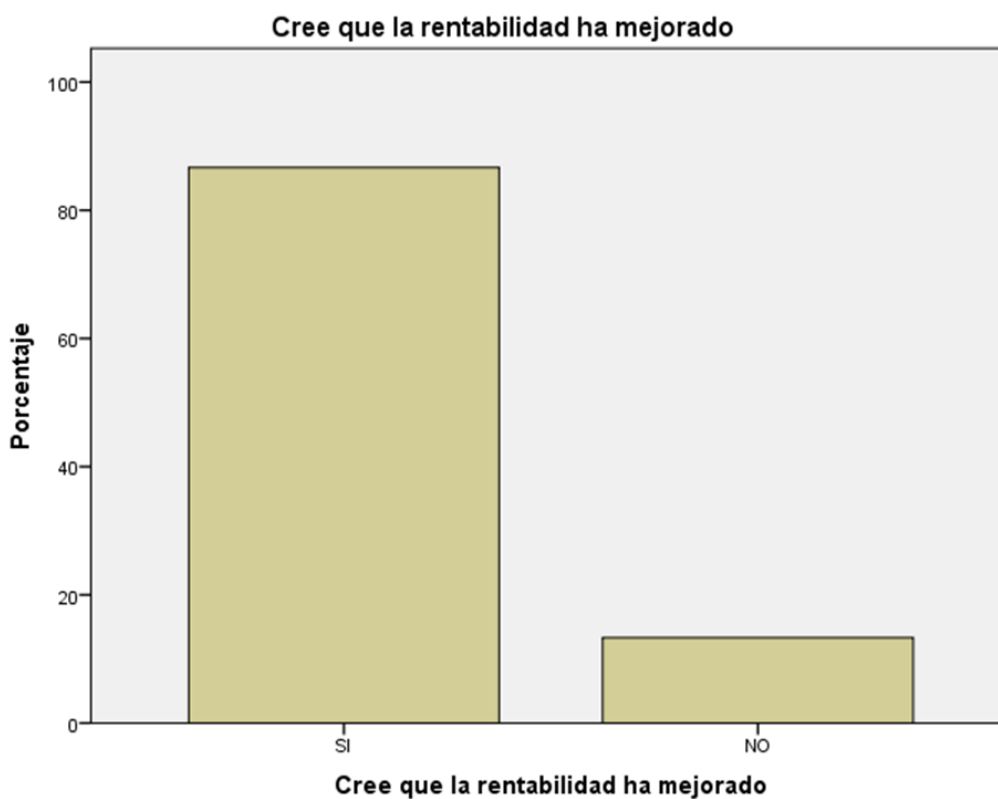


Tabla 35: La rentabilidad mejoró en el último año

En la tabla y figura 35, se observa que el 87% de empresarios sí cree que la rentabilidad sí mejoró en el último año, mientras que el 13% dijo que no.

TABLA 36

CREE QUE LA RENTABILIDAD DE SU EMPRESA DEL SECTOR COMERCIAL RUBRO ROPA PARA NIÑOS DISMINUYÓ EN EL ÚLTIMO AÑO

Disminuyó la rentabilidad en el último año	Frecuencia	Porcentaje
SI	2	13,0
NO	13	87,0
Total	15	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado al propietario o representante legal de las mypes en estudio

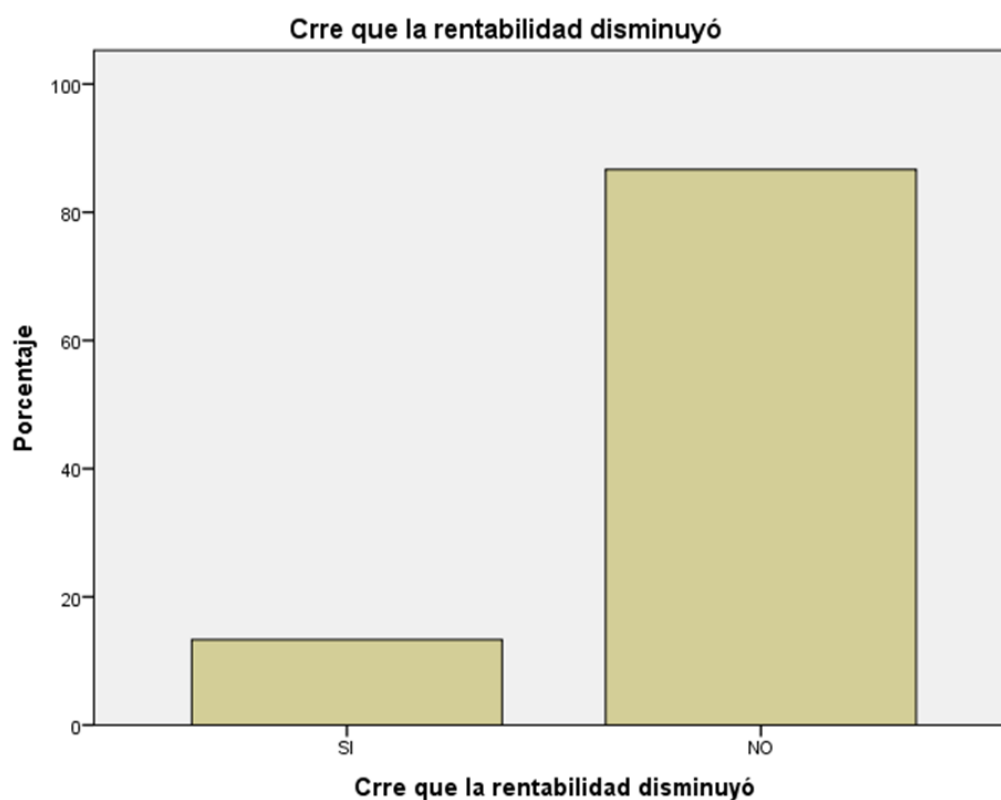


Tabla 36: La rentabilidad disminuyó en el último año

En la tabla y figura 36, se observa que el 87% de los empresarios no cree que la rentabilidad de sus empresas haya disminuido, mientras que el 13% sí cree que disminuyó en los últimos años.

4.2 Análisis de resultados

4.2.1 Características de los representantes de las mypes.

- El 67% (10) de empresarios tiene entre 26 a 45 años de edad (ver tabla 1). Resultados muy parecidos a los de Camarena (2011) donde el 80% de los empresarios del rubro ropa de vestir tiene entre 26 a 60 años de edad, con Acuña (2010) donde el promedio de edad en el rubro útiles de oficina es de 40 años, y Ferreyros (2011) que el 1005 de los representantes del mismo rubro en el distrito de Callería tenían entre 26 a 60 años.
- El 60% (9) es mujer y el 40% (6) hombre (tabla 2). Exactamente igual a Puglias (2017), y parecido a Sifuentes (2011) del rubro boticas, donde el 80% son de sexo femenino.
- El 47% (7) tiene estudios de secundaria completa, y un 27% (4) los tiene en educación no universitaria completa (ver tabla 3). Resultados parecidos a los de Camarena (2011) donde el 50% tiene educación secundaria, algo parecidos a los de Ferreyros (2011) donde el 40% tiene nivel de instrucción no universitario completo, y con Lezama (2010) el 87.5% tiene nivel de instrucción superior no universitario.
- Un 40% (6) son casados y otro 40% son convivientes, además el 60% (9) no tiene estudios superiores y el 33% (5) son técnicos y comparten esa ocupación con la de comerciantes (tablas 5 y 6). Estos resultados son casi idénticos a los de Puglias (2017) donde el 59% se dedica exclusivamente a su labor de comerciante.

4.2.2. De las características de las empresas en estudio.

- Del 73% (11) tiene de 6 a 15 años de antigüedad en el rubro (tabla 7).

Resultados que concuerdan con Puglias (2017) donde el 63% tiene de 5 a más de 10 años en el rubro, y Ferreyros (2011) en la que el 87% tiene más de 3 años como empresa.

- El 100% (15) de las empresas están formalizadas (tabla 8). Esta cifra coincide con casi todos los antecedentes en los que la mayoría de empresas dice ser formal, coincidiendo totalmente con Puglias (2017) donde el 100% de encuestados dijo ser formal.
- El 60% tiene de 1 a 2 permanentes e igual número de trabajadores eventuales (tablas 9 y 10). Resultados parecidos a los de Ferreyros (2011) donde el 47% tiene un trabajador permanente y otro eventual, Tacas (2011) que tiene 60% de empresas poseen dos permanentes y un eventual, y Sifuentes (2011) con el 70% que tiene igual cantidad.
- El 80% (12) de empresas se formó con el propósito de generar ganancias (tabla 11), resultados muy parecidos a Lozano (2011) donde el 100% formaron su empresa para obtener ganancias, y diferentes a los de Camarena (2011) y Puglias (2017) donde el 70% y 87% de empresas se crearon por subsistencia.

4.2.3. De cómo se financian las mypes estudiadas.

- El 60% de empresarios (9) utiliza el financiamiento de terceros y el 40% lo hace con capital propio (tabla 12). Resultados parecidos a Acuña (2010) donde el 43% recibió créditos, con Lezama (2010) y Ferreyros (2011) donde el 100% recibió créditos financieros bancarios.
- El 40% (6) no recurre a entidades bancarias en busca de financiarse (Tabla 13) y el 33% acude al Banco de Crédito. Estos resultados difieren con los de Ferreyros (2011), Tacas (2011), y Puglias (2017) donde los empresarios se

financiaron en 100% por entidades bancarias.

- El 60% se financia por instituciones no bancarias, en este caso financieras 40% (6) y Cajas municipales 20% (3), en los que pagan tasas mensuales de 3% y 2.5%, respectivamente (Tablas 15 y 16).
- Un 20% (3) de ellos recurre a prestamistas o usureros para financiarse y pagan tasas del 10% y más por el préstamo (tablas 17 y 18). Algunos resultados referidos a este se encuentran en zonas rurales como al de Camarena (2011) donde el 78% de empresarios de Contamana se financian por medio de usureros, esto debido a que hay poca oferta de bancos es que recurren a este tipo de financiamiento.
- Además, el 27% (4) de empresas se financia por otros medios y paga de 2 a 10% de interés mensual (tablas 19 y 20). Entre estos otros medios, se tiene principalmente a los prestamos entre familiares y a la participación de “panderos” o “juntas” entre amigos y vecinos.
- Un 40% (6) dice que son los bancos los que brindan mayores facilidades para acceder a un crédito, y otro 40% piensa que son las instituciones no bancarias. Aquí se aprecia que, debido a la oferta crediticia que se encuentra en la ciudad, todas las entidades compiten por brindar facilidades a los comerciantes y particulares para que accedan a un crédito.
- El 40% (6) dice que sí les fueron otorgados los créditos en el monto que solicitó, que estos montos fueron de 1,000 a 5,000 soles y que fueron a corto plazo (tablas 22, 23 y 24). Al ser los montos de los créditos relativamente pequeños, la lógica indica que busquen pagarlos en el menor tiempo posible, mientras que para montos mayores es preferible elegir plazos mayores.

- Los créditos obtenidos se utilizaron por igual en capital 33%, mejoramiento 33% y activos 34% (tabla 25). Parecido a Lezama (2010) donde el 62.5% lo invirtieron en capital de trabajo y activo fijo, pero diferentes a los de Camarena (2009) donde el 78% invirtió su crédito en capital de trabajo, y Acuña (2010) donde el 67% lo invirtió como capital de trabajo.

4.2.4. De cómo se capacitan en las empresas en estudio.

- El 67% de encuestados recibió capacitación para que les otorguen el crédito (tabla 26). Resultados similares los de Sifuentes (2011) donde el 20% sí recibió capacitación, y a los de Ferreyros (2011) donde el 53% de empresarios recibió capacitación en el último año.
- El 40% (6) que se capacitaron, lo hizo en un solo curso, que fue inversión del crédito y marketing empresarial (tablas 27 y 28). Resultados parecidos en Acuña (2010) donde el 29% recibió una capacitación, y Sifuentes (2011) donde el 20% recibió capacitación en el último año.
- El 60% (2) manifiesta que sus empleados fueron capacitados en los cursos de prestación de mejor servicio al cliente y en otros temas (tablas 29-A, 29-B y 32). Resultados que se asemejan a los de Acuña (2010) y Ferreyros (2011) quienes sí capacitan a su personal, aunque no especifican en qué temas lo hacen. Y son diferentes a Camarena (2011), Lezama (2010) y Lozano (2011) donde no capacitan a su personal las empresas.
- El 53% (8) considera que capacitarse es una inversión, y el 60% cree que es importante para el funcionamiento de su empresa que su personal se capacite (tablas 30 y 31). Resultados parecidos a Camarena (2011) donde el 60% sí considera que sea una inversión, y Lezama (2010) con el 62.5% que se

manifiestan en el mismo sentido.

4.2.5. Sobre la rentabilidad de las mypes en estudio.

- El 73% (11) cree que con financiamiento sí se llegó a mejorar la rentabilidad de la mype (tabla 33) y el 47% no precisa si pasó lo mismo con la capacitación (tabla 34). Resultados algo similares a Lezama (2010) donde el 100% considera que con financiamiento y con capacitación mejoraron la rentabilidad, y diferentes a Camarena (2011), en el que un 70% dijo que al financiarse no obtuvo mejora en la rentabilidad del negocio, el 90% dijo que capacitarse si produjo una mejora en su rentabilidad.
- El 87% (13) dijo que está convencido de que la rentabilidad de su negocio dedicado al comercio de ropa para niños, ha mejorado en el último año, y que no ha disminuido (ver tablas 35 y 36). Resultados muy similares a Sifuentes (2011) en los que un 80% dijo que al financiarse si logró una mejora en la rentabilidad, que el 100% dijo que su rentabilidad sí mejoró en el último año. Y, son totalmente diferentes a los de Tacas (2011) donde todos los participantes manifestaron que con el financiamiento no se mejoraron los índices de rentabilidad de su negocio y que, al contrario, ésta disminuyó en los dos últimos años.

V. CONCLUSIONES

5.1 Características del propietario o representante de las mypes en estudio.

- El 87% (13) tiene de 26 a 55 años de edad.
- El 60% (9) es mujer y el 40% (6) es hombre.
- El 47% (7) tiene estudios secundarios completos, y el 27% (4) superiores no universitarios completos.
- Un 40% tiene el estado civil de conviviente y otro 40% están casados.
- El 60% (9) no alcanzó profesión alguna, y se dedica al comercio a tiempo completo, y el 33% (5) tiene estudios técnicos.

5.2. De las características de las empresas en estudio.

- El 73% (11) de las empresas tiene una antigüedad de 6 a 15 años en el rubro.
- El 100% (15) están formalizados
- El 73% (11) posee de 1 a 5 empleados permanentes y similar cantidad de empleados eventuales.
- El 80% (12) se formó con el objetivo de la obtención de ganancias y el 20% como manera de subsistencia.

5.3. De las características del financiamiento de las empresas en estudio.

- El 60% (9) se financia mediante terceros y el 40% (6) con autofinanciamiento.
- El 60% (9) recurre al sistema bancario y a instituciones no bancarias para acceder a un financiamiento, pagando de 2% a 3% de interés.
- Un 20% (3) si recurre a prestamistas o usureros para buscar financiamiento y paga más de 10% de interés mensual por el crédito.

- El 27% (4) se financia, además, por otros medios pagando de 2 a 10% de interés mensual por el crédito.
- Un 40% (6) cree que los que otorgan mayores facilidades para obtener un crédito son los bancos, y otro 40% cree que son las no bancarias.
- El 40% (6) sí recibió el crédito en el monto solicitado, que fue en promedio de 1,000 a 5,000 soles, y plazo corto.
- El 33% (5) hizo su inversión en capital de trabajo, un 33% en mejoramiento de local, y un último 34% lo hizo en activos fijos.

5.4. De cómo se da la capacitación en las mypes estudiadas.

- El 67% (10) de empresarios si recibió capacitación al otorgársele el crédito.
- El 47% (7) hizo su capacitación en marketing empresarial e inversión del crédito.
- El 60% (9) capacita a sus empleados en servicios de atención al cliente y en otros temas.
- El 53% (8) si cree que la capacitación es una inversión, además, el 60% (9) cree que sí tiene relevancia para su negocio.

5.5. De las características de la rentabilidad de las empresas en estudio

- El 73% (11) sí considera que al financiarse logró mejorar la rentabilidad de su negocio.
- El 40% (6) considera que con la capacitación se logró mejorar la rentabilidad de su negocio.
- Un 87% (13) cree que su negocio mejoró en rentabilidad en el último año y que no disminuyó.

Recomendaciones:

Respecto a los empresarios

- Que este rubro es muy específico por el público al que está dirigido, por lo que no hay competencia suficiente y existe mercado para más emprendedores.
- Que el rubro de ropa para niños no distinga cuestiones de género, así que los emprendimientos pueden venir tanto de hombres como de mujeres.
- Que aquellos empresarios que tengan sus estudios superiores trunco vean la manera de continuarlos y concluirlos, esto les dará más herramientas para utilizarlas en las ventas.
- Que parte de la estabilidad del negocio es la estabilidad personal y familiar de los que lo manejan, así que deben de formalizar sus relaciones familiares.

Respecto a las características de las microempresas

- Que, la ropa es un producto que tiene salida en todos los meses del año, más aún en campañas como en época escolar o navidad, así que deben de tener stock suficiente para estas campañas.
- Que, el personal con más antigüedad y experiencia pase a la condición de permanente y en planilla
- Que, en épocas de campaña en las que se incrementan las ventas se deben de contratar trabajadores eventuales, temporalmente.

Respecto al financiamiento

- Que, busquen siempre las tasas de interés más ventajosas, deben de fijarse en los plazos de pago también.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acuña L. O. (2010). “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro distribuidoras de útiles de oficina del distrito de Chimbote, periodo 2008-2009”. (Tesis de pregrado en Contabilidad). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Aspilcueta J. (s.f.), “Micro y pequeñas empresas en el Perú”. Recuperado de [http://www.monografias.com/trabajos93/Micro y pequeñas empresas-peru/Micro y pequeñas empresas-peru.shtml](http://www.monografias.com/trabajos93/Micro_y_pequeñas_empresas-peru/Micro_y_pequeñas_empresas-peru.shtml)
- Bahamonde M. (2017). La capacitación y la rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro venta de ropa para niños - Huánuco, 2017. Tesis de grado. Universidad de Huánuco. Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/2501>
- Benito S. y Platero M. (2012). Las microempresas en tiempos de crisis: análisis de la formación, la experiencia y la innovación. *Revesco* Vol. 108. Recuperado de: <https://revistas.ucm.es/index.php/REVE/article/view/39592>
- Briceño A. (2013). “Formas y fuentes de financiamiento a corto y largo plazo”. Recuperado de: <http://www.monografias.com/trabajos15/financiamiento/financiamiento.shtml>

- Briozzo, A. y Vigier H. (2007) “La Estructura de Financiamiento PYME Una revisión del pasado y presente”. Recuperado el 18 de mayo de 2010, de: <http://www.scielo.org.co/cgi-bin/wxis.exe/iah/>.
- Camarena J.A. (2011). “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro prendas de vestir para damas y caballeros del distrito de Contamana, periodo 2009-2010”. (Tesis de pregrado en Contabilidad). Recuperada de la base de datos de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote; sede-Pucallpa.
- Elias A. (2014). Definición de la rentabilidad. Recuperado de <http://www.crecenegocios.com/definicion-de-rentabilidad/>
- Escalante E. (2016). “Promulgan Ley N° 30056 que modifica la actual Ley MYPE y otras normas para las micro y pequeñas empresas”. Publicado en Mi Empresa Propia, página de Internet. Recuperado de: <https://mep.pe/promulgan-ley-no-30056-que-modifica-la-actual-ley-mype-y-otras-normas-para-las-micro-y-pequenas-empresas/>
- Fazzari, S., Glenn, R. y Petersen, B. (1998). Apremios del financiamiento e inversión corporativa. Papeles de brookings en la actividad económica. Recuperado de: http://www.brookings.edu/~media/Projects/BPEA/1988%201/1988a_bpea_fazzari_hubbard_petersen_blinder_poterba.PDF
- Ferreyros S. (2011). “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio–rubro

útiles de oficina, del distrito de Callería-Provincia de Coronel Portillo, período 2009 – 2010”. (Tesis de pregrado en Contabilidad), Universidad Católica los Ángeles de Chimbote; sede-Pucallpa.

Ferruz L. (2000). “La rentabilidad y el riesgo en las inversiones financieras”. (Informe de Investigación Universidad de Zaragoza-España). Recuperado de <http://ciberconta.unizar.es/LECCION/fin010/000F2.HTM>. (02Ene.2014)

Financiamiento.com.mx (s.f.), Definición del financiamiento. Recuperad de <http://definicion.mx/financiamiento/>

FUNDES (2010). “Análisis de la Actividad Emprendedora en Sectores de Comercio en América Latina”. Recuperado de <http://www.fundes.org/uploaded/content/publicacione/435921738.pdf>

García D. (2014). Gestión de Economía y Negocios del Perú. Recuperado de [http://gestion.pe/economia/solo-36-Micro y pequeñas empresas-formales-estan-capacidad- exportar-2092675](http://gestion.pe/economia/solo-36-Micro-y-pequeñas-empresas-formales-estan-capacidad-exportar-2092675).

Genaro M. (2008) Sistema Nacional de Capacitación para la Mype Peruana. Recuperado de: http://www.esan.edu.pe/publicaciones/2011/04/28/sistema_nacional_de_capacitaci%C3%B3n_mype_peruana.pdf.

Gimo P. (s.f.). Definición de fuentes de financiamiento. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/51739379/Definicion-de-fuentes-de-financiamiento>

- Helberth (2006). Capacitación y desarrollo del personal. Recuperado de http://www.wikilearning.com/apuntes/capacitacion_y_desarrollo_del_personal-concepto_de_capacitacion/19921-2.
- Herrera S., Limón S. y Soto I. (2006). “Fuentes de financiamiento en época de crisis en observatorio de la economía latinoamericana”. Recuperado de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2006/ghs.htm>
- Huamán, J. (2009). “Las Micro y pequeñas empresas en el Perú”. Recuperado de http://www.gestiopolis.com/innovacion-emprendimiento/Microy-pequeñas_empresas-en-el-peru.html
- Infante, J. (2006). Gamarra. Recuperado de: <http://gamarraperu.blogspot.com/2007/05/juan-infante-articulo-aparecido-en-el.html>
- Koepsell D. y Ruiz de Chávez (2015). Ética de la investigación, Integridad científica. Primera edición, Comisión Nacional de Bioética/Secretaría de salud. México D.F.
- Lezama, L. (2010). “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro servicios xerográficos del distrito de Nuevo Chimbote, periodo 2008-2009”. (Tesis de pregrado en Contabilidad). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Lozano, V. (2011). “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de los micros y pequeñas empresas del sector servicios – rubro vidrierías, del distrito de Callería, período 2009 – 2010”. Tesis de

pregrado en Contabilidad. Recuperada de la base de datos de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote; sede-Pucallpa.

Puglias W. (2017). Caracterización del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra y venta de ropa para damas del distrito de Callería, 2016. Tesis de grado Uladech. Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4826>

Reynoso C. (2001). La capacitación y adiestramiento en México. Recuperado de: <http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/revlads/cont/5/art/art9.pdf>

Saba K. (2018). Caracterización gestión de calidad y capacitación en las Mype comerciales rubro confecciones, ropa para niños mercado modelo de Piura, año 2018. Tesis de grado. Uladech. Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3588>

Sánchez J. P. (2002), Análisis de la rentabilidad de la empresa. (Lección Análisis Contable). Recuperado de: <http://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisR.pdf> (02.Ene.2014)

SENCE - Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (2006). Recuperado de <http://www.sence.cl>”}.

Sifuentes A. (2011). “Caracterización del financiamiento, la capacitación, la competitividad y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del

sector comercio– rubro boticas, del distrito de Manantay, período 2009 – 2010”. Tesis de pregrado en Contabilidad. Recuperado de la base de datos de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote

Schnettler (2002). Estructura de capital de micro y pequeñas empresas agropecuarias del sur de Chile. Recuperado de http://mingaonline.uach.cl/scielo.php?pid=S0304-88022002000200007&script=sci_arttext

Sosa R. (2014). El financiamiento de los micronegocios en México. Tesis de maestría. Universidad de Nuevo León. Recuperado de: <http://eprints.uanl.mx/4101/1/1080253761.pdf>

Tacas M. (2011). “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de los micros y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de muebles de estilo de madera de la ciudad de Pucallpa, periodo 2009-2010”. (Tesis de pregrado en Contabilidad). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote; sede-Pucallpa.

Vela L. (2007). “Caracterización de las micro y pequeñas empresas (Micro y pequeñas empresas) en el Perú y desempeño de las microfinanzas”. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos46/microfinanzas-peru/microfinanzas-eru2.shtml>.

Villafuerte C. (2002), El contexto del desarrollo de las PYMES. Extraído el 13 de Julio 2014. Recuperado de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/422/ANTECEDENTES%20DE%20LAS%20PYMES%20EN%20EL%20MUNDO.htm>

Villarán F. (1998). Riqueza Popular, Pasión y gloria de la Pequeña *Empresa*, PYMES y el sector comercio. Recuperado de <http://www.fundes.org/?art=1510>.

Zapata L. (2004). Cómo se genera el conocimiento en las pequeñas y medianas empresas de las tecnologías de la información y cómo se transfiere el conocimiento en dichas empresas. Tesis doctoral. Universidad Autónoma de Barcelona. Recuperado de: <https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/3955/lezc1de1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Zevallos E.E. (2010). “Competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas (Micro y pequeñas empresas) ante el Tratado de Libre Comercio-TLC”. Revista de la Facultad de Ciencias Contables Vol. 17 N.º 33 (pp.127-132). Universidad Mayor de San Marcos, Lima, Perú

ANEXOS DE LA INVESTIGACIÓN

Anexo 1. Cuestionario para la encuesta a las micro y pequeñas empresas

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE METODOLOGÍA DE LA
INVESTIGACIÓN – DEMI

**Cuestionario aplicado a los dueños, gerentes o representantes legales de las
Micro y pequeñas empresas del ámbito de estudio.**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado **Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de ropa para niños del distrito de Callería, 2017**”

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

Encuestador(a):.....Fecha:/...../201...

Razón Social:.....RUC N°.....

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: Ninguno.... Primaria: Completa.....

Incompleta..... Secundaria: Completa.....Incompleta..... Superior

Universitaria Completa (....) Superior Universitaria Incompleta (....) Superior

No Universitaria: Completa.....Incompleta.....

1.4 Estado Civil: Soltero..... Casado.....Conviviente.....Divorciado.....
Otros.....

1.5 Profesión.....

1.6 Ocupación.....

II PRINCIPALES CARACTERISTICAS DE LAS MYPES

2.1 Tiempo en años que se encuentra en el sector y rubro.....

2.2 Formalidad de las Mypes: Formal (.....) Informal (.....)

2.3. Número de trabajadores permanentes.....

2.4 Número de trabajadores eventuales.....

2.5 Motivos de formación de las Mype: Obtener ganancias (....) Subsistencia (....)

III. DEL FINANCIAMIENTO DE LAS MYPES:

3.1. Cómo financia su actividad productiva: Con financiamiento propio

(Autofinanciamiento): (.....) Con financiamiento de terceros: (....)

3.2. Si el financiamiento es de terceros: A que entidades recurre para obtener financiamiento: Entidades bancarias (especificar el nombre de la entidad bancaria)

.....

3.3. Que tasa interés mensual paga.....

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

.....

3.5. Qué tasa de interés mensual paga a las entidades no bancarias

3.6. Prestamistas o usureros

3.7. Que tasa de interés mensual paga a prestamistas o usureros.....

3.8. Otros (especificar).....

3.9. Que tasa de interés paga

3.10. Qué entidades financieras le otorga mayores facilidades para la obtención del crédito: Las entidades bancarias (.....) Las entidades no bancarias (.....) los prestamistas usureros (.....)

3.11. Los créditos otorgados fueron en los montos solicitados: Si (....) No (....)

3.12. Monto Promedio de crédito otorgado:

3.13. Tiempo del crédito solicitado:

El crédito fue de corto plazo: (....) Largo plazo: (....)

3.14. En que fue invertido el crédito financiero que obtuvo: Capital de trabajo (%).....Mejoramiento y/o ampliación del local (%).....Activos fijos (%).....Programa de capacitación (%)..... Otros-Especificar:

IV DE LA CAPACITACIÓN A LAS MYPES:

4.1 Recibió Ud. Capacitación para el otorgamiento del crédito financiero: Si.....No.....

4.2 Cuántos cursos de capacitación ha tenido Ud. en el último año: Uno.....Dos.....Tres..... Cuatro..... Más de cuatro.....

4.3 Si tuvo capacitación: En qué tipo de cursos participó Ud.: Inversión del crédito financiero.....Manejo empresarial..... Administración de recursos humanos..... Marketing Empresarial..... Otros Especificar.....

4.4 El personal de su empresa ¿Ha percibido algún tipo de capacitación? Si..... No.....; Si la respuesta es sí, Indique Ud. la cantidad de cursos que su personal recibió. 1 Curso..... 2 Cursos..... 3 Cursos..... Más de 3 cursos.....

4.6 Considera Ud. Que la capacitación como empresario es una inversión: Si..... No.....

4.7 Considera Ud. Que la capacitación de su personal es relevante para su empresa; Si..... No.....

4.8 En qué temas se capacitaron sus trabajadores: Gestión Empresarial.....
Manejo eficiente del microcrédito..... Gestión Financiera..... Prestación
de mejor servicio a los clientes..... Otros:... Especificar.....

V. PERCEPCION DE LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES:

5.1 Cree que el financiamiento otorgado ha mejorado la rentabilidad de su empresa:
Si..... No.....

5.2 Cree que la capacitación mejora la rentabilidad de la empresa: Si.....No.....

5.3 Cree Ud. Que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los últimos años:
Si.....No.....

5.4 Cree Ud. que la rentabilidad de su empresa ha disminuido en el último año: Si
(....) No (....)

Callería, mayo 2019

Anexo 2. Relación de participantes

Nº	Nombre de la empresa	Representante	Nº RUC
1	Novedades “Luchito”	Luis Andrés Córdova Fabián	1048381208
2	Trading Fashion Line SAC	Carmen Rosario Armas Hernández	2050105768
3	El Oso Todo Modas SAC	Cindy Mabel Vásquez López	2054113470
4	Centro Comercial Mati & Ale	Tania Santos Meza	10431013881
5	Novedades Katering Milagros EIRL	Ventura Huerta Asencios	10103886240
6		David Tucto Berrospi	10040658101
7	Novedades “Anita”	Carmen Huancaya Recuay	
8	Novedades Kenyicito Baby	Roger Fabián Aquí	10211436064
9	Exclusividades y Estilos Niurka	Ner Gerson García Saavedra	10001055998
10	Bazares Bambin	Dionicia Calderón Flores	10000351513
11	Tonitex EIRL	María Clementina Cachay de Diaz	20283502521
12		Amelia Siu de Vásquez	10000927235
13	Distribuidora Textil Mondragón	Elmer Mondragón Oérez	20601562392
14	Servicios Generales Santa María	Cris Guevara Tapia	20393383276
15	Novedades Sergio	Olga Julián Espinoza	10001260834

Anexo 3. Cuadros de resultados

➤ Con respecto a los representantes legales de las micro y pequeñas empresas

CUADRO N° 01

ITEMS	TABLA N°	COMENTARIOS
<i>Edad</i>	1	Un 33% (5) tiene de 36 a 45 años, otro 33% (5) tiene de 26 a 35 años, un 20% (3) tiene de 46 a 55 años, y el 13% (2) de 18 a 26 años de edad.
<i>Sexo</i>	2	El 60% (9) son mujeres y el 40% (6) son hombres.
<i>Grado de Instrucción</i>	3	El 47% (7) tiene secundaria completa, el 27% (4) tiene educación superior no universitaria completa, un 20% (3) tiene superior no universitaria incompleta, y el 6% (1) superior universitaria completa.
<i>Estado civil</i>	4	Un 40% (6) es conviviente, otro 40% (6) es casado, y un 20% (3) es soltero.
<i>Profesión</i>	5	El 60% (9) no tiene ninguna profesión, y el 33% (5) es profesional técnico.
<i>Ocupación</i>	6	El 80% (12) tiene la ocupación de comerciante, y el 20% (3) labora además como empleado.

Fuente: Tablas 1, 2, 3, 4, 5 y 6

➤ **Características de las micro y pequeñas empresas en estudio.**

CUADRO N° 02

ITEMS	TABLA N°	COMENTARIOS
<i>Tiempo que se dedica al rubro compra y venta de muebles de madera</i>	7	El 40% (6) tiene de 6 a 10 años, el 33% (5) tiene de 11 a 15 años, y un 27% (4) tiene de 1 a 5 años de antigüedad.
<i>Formalidad de las Micro y pequeñas empresas</i>	8	El 100% (15) de las empresas evaluadas son formales
<i>Nro. de trabajadores permanentes</i>	9	El 60% (9) tiene de 1 a 2 empleados permanentes, el 27% (4) no tiene ninguno, y el 13% (2) tiene de 3 a 5 trabajadores.
<i>Nro. de trabajadores eventuales</i>	10	El 60% (9) tiene de 1 a 2 trabajadores eventuales, el 27% (4) no tiene ninguno, y el 13% (2) tiene de 3 a 5 trabajadores eventuales.
<i>Motivo de formación de las Micro y pequeñas empresas.</i>	11	El 80% (12) de las empresas se crearon para obtener ganancias, y el 20% (3) lo hizo como modo de subsistencia.

Fuente: Tablas 7, 8, 9, 10 y 11

➤ **Con respecto a las características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas en el ámbito de estudio**

CUADRO N° 03

ITEMS	TABLA N°	COMENTARIOS
<i>Cómo se financian</i>	12	El 60% (9) busca el financiamiento de terceros, y el 40% (6) lo hace con financiamiento propio.
<i>Financiamiento bancario.</i>	13	El 40% (6) no recurre a entidades bancarias, el 33% (5) recurre al BCP, el 13% (2) al Interbank, un 7% (1) al BBVA y otro 7% al Scotiabank para financiarse.
<i>Tasa de interés bancario que pagan</i>	14	El 40% (6) no paga, el 33% (5) paga 1.5% de interés mensual, el 20% (3) paga 2% y el 7% (1) paga 2.5% por el crédito bancario.
<i>Financiamiento no bancario</i>	15	El 40% (6) no recurre a entidades no bancarias, un 27% (4) lo hace a Mi Banco, un 13% (2) a Crediscotia, otro 13% a Caja Maynas y un 7% acude a Caja Huancayo para financiarse.
<i>Tasa de interés no bancario que pagan</i>	16	Un 40% (6) paga un interés de 3%, otro 40% no paga ninguna tasa de interés mensual por no tener crédito en instituciones no bancarias, y el 20% (3) paga 2.5%.
<i>Financiamiento por prestamistas o usureros</i>	17	El 80% (12) no se financia por prestamistas, y el 20% (3) sí lo hace.
<i>Tasa de interés que pagan a prestamistas o usureros</i>	18	El 47% paga más del 10% , y el 13% paga 10% de interés mensual por un crédito con prestamistas o usureros.
<i>Financiamiento por otros medios</i>	19	El 73% (11) no se financia por otros medios, el 27% (4) sí lo hace.
<i>Tasa de interés que pagan por un crédito en otros medios</i>	20	El 20% paga de 2 a 3% de interés mensual, un 13% paga de 3 a 10% y el 13% no precisa que tasa paga por el crédito.
<i>Entidad financiera que otorga más facilidades</i>	21	El 40% (6) afirma que son las entidades bancarias, otro 40% que son las no bancarias, y un 20% (3) dice que son los prestamistas o usureros, los que otorgan más facilidades.
<i>Le otorgaron el crédito en el monto solicitado</i>	22	El 40% (6) sí recibió el crédito en el monto solicitado, un 40% (6) no precisa, y el 20% (3) dijo que no.
<i>Monto promedio del crédito otorgado</i>	23	El 53% (8) recibió de 1,000 a 5,000 soles en promedio, el 33% (5) recibió de 6,000 a 10,000, y el 14% (2) obtuvo de 11,000 a 15,000 de crédito.
<i>Plazo del crédito solicitado</i>	24	El 73% (11) recibió el crédito a corto plazo, y el 27% (4) lo hizo a largo plazo.
<i>En que invirtió el crédito</i>	27	El 34% (5) invirtió el crédito en activos fijos, un 33% (5) lo hizo en capital de trabajo, y otro 33% (5) en mejoramiento y/o ampliación de local.

Fuente: Tablas 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27

➤ **Características de la capacitación de las micro y pequeñas empresas en el ámbito de estudio.**

CUADRO N° 04

ITEMS	TABLA N°	COMENTARIOS
<i>Recibe capacitación cuando recibe crédito</i>	26	El 67% (10) si recibió capacitación para el otorgamiento del crédito, y el 33% (5) dijo que no.
<i>Capacitaciones en el último año</i>	27	Un 40% recibió un curso, otro 40% no recibió capacitación en el último año, el 20% (2) recibió dos cursos.
<i>En qué tipo de cursos participó</i>	28	Un 27% (4) lo recibió en inversión del crédito, el 20% en marketing empresarial, y un 13% en otros temas.
<i>Personal recibió capacitación</i>	29-A	El 60% (9) si capacitó a su personal, el 27% (4) no precisa, y el 13% (2) no lo capacitó.
<i>Cantidad de cursos en que se capacitó su personal</i>	29-B	El 47% recibió un curso de capacitación, y el 6% dos cursos.
<i>La capacitación es una inversión</i>	30	El 53% (8) si considera a la capacitación como una inversión, el 27% (4) no lo considera así, y el 20% (3) no precisa.
<i>La capacitación es relevante para la empresas</i>	31	El 60% (9) si considera que la capacitación es relevante para su empresa, el 27% no precisa, y el 13% (2) no cree que lo es.
<i>Temas en que se capacitó a sus trabajadores</i>	32	El 20% se capacitó en prestación de mejor servicio al cliente, y el 33% (5) lo hizo en otros temas.

Fuente: Tablas 26, 27, 28, 29, 30, 31, y 32

- **Con respecto a las características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del ámbito de estudio.**

CUADRO N° 05

ITEMS	TABLA N°	COMENTARIOS
<i>Financiamiento mejoró la rentabilidad</i>	33	El 73% (11) sí cree que el financiamiento mejoró la rentabilidad de su empresa, y el 27% (4) no precisa su respuesta.
<i>Capacitación mejoró la rentabilidad</i>	34	El 40% (6) sí cree que la capacitación mejoró la rentabilidad, el 13% (2) dice que no, y el 47% (7) no precisa su respuesta.
<i>La rentabilidad mejoró en los últimos años.</i>	35	El 87% (13) sí cree que la rentabilidad de su empresa mejoró en los últimos años, y el 13% (2) no cree que la rentabilidad mejoró.
<i>La rentabilidad disminuyó en los últimos años</i>	36	El 87% (13) de empresarios no cree que la rentabilidad de sus empresas haya disminuido en los últimos años, el 13% (2) si cree que disminuyó.

Fuentes: Tablas 33, 34, 35, y 36

“CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO, LA CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL RUBRO ROPA PARA NIÑOS DEL DISTRITO DE CALLERÍA, 2018”

CHARACTERIZATION OF THE FINANCING, TRAINING AND PROFITABILITY OF THE MSES OF THE SECTOR TRADE IN CLOTHING FOR CHILDREN OF THE DISTRICT OF CALLERÍA, 2018

Mónica del Pilar Paredes Lomas¹

Mg. CPCC Jorge Alfredo Ramírez Panduro²

RESUMEN

Esta investigación trató sobre los pequeños negocios dedicados a la venta de ropa para niños del distrito de Callería. El propósito del estudio fue la determinación de los principales caracteres sobre cómo se financian, se capacitan y sobre la rentabilidad de las mypes del sector comercial rubro ropa para niños del distrito de Callería, 2018”. Fue un estudio cuantitativo – descriptivo - no experimental; donde se trabajó con un grupo muestral de 15 empresas a cuyos representantes brindaron información por medio de un cuestionario de 36 preguntas para obtener una data que fue procesada con el programa SPSS y luego analizada, se llegó a las conclusiones siguientes: los emprendedores son en mayoría mujeres, tienen entre 26 a 55 años de edad, con secundaria completa y estudios técnicos concluidos; siendo un 40% conviviente y otro 40% casado. Las empresas están de 6 a 15 años en el rubro, están formalizadas y fueron formadas para obtener ganancias. Se financian por medio de bancos, financieras y por cuenta propia. La mayoría de empresarios se capacitó y capacitó a su personal. El 73% está convencido al financiarse mejoró la rentabilidad, y un 87% tiene el convencimiento de que su rentabilidad empresarial mejoró y no ha disminuido en el último año.

Palabras clave: Financiamiento, capacitación, rentabilidad, micro y pequeñas empresas.

ABSTRACT

This investigation was about the small businesses dedicated to the sale of children's clothes from the district of Callería. The purpose of the study was the determination of the main characters on how they are financed, trained and on the profitability of the mypes of the commercial sector of clothing for children of the district of Callería, 2018. " It was a quantitative - descriptive - not experimental study; where we worked with a sample group of 15 companies whose representatives provided information through a questionnaire of 36 questions to obtain data that was processed with the SPSS program and then analyzed, the following conclusions were reached: entrepreneurs are mostly women, are between 26 and 55 years of age, with full secondary and technical studies completed; being a 40% cohabitant and another 40% married. The companies are from 6 to 15 years old in the field, they are formalized and they were trained to obtain profits. They are financed through banks, financial and self-employed. The majority of entrepreneurs trained and trained their personnel. 73% are convinced when financing improved profitability, and 87% are convinced that their business profitability improved and has not decreased in the last year.

Keywords: Financing, training, profitability, micro and small businesses.

¹ Estudiante de la carrera de Contabilidad de la ULADECH Católica.

² DTI de la carrera de Contabilidad de la ULADECH Católica

INTRODUCCIÓN

Los micro y pequeños negocios tienen mucha relevancia en el desenvolvimiento económico y social de cualquier país, tanto por su representación porcentual (se habla del 98% del total de empresas), como por su capacidad para generar empleo (autoempleo, sub empleo, empleo formal e informal). Como unidades no representan casi nada, pero en conjunto son, la mayor fuente de empleo y ocupación.

De acuerdo a la Comisión Europea (2013), “las Pequeñas Empresas son aquellas cuyo volumen de transacciones y balances contables son similares o menores a 10 millones de euros, y cuenta con menos de 50 trabajadores”.

En la UE, en naciones como Francia, República Checa, Italia y España, las microempresas tienen una presencia muy grande de alrededor del 92% al 95% del total empresarial, que se caracteriza por un nivel elevado de productividad en ventas por trabajador, el cual es mayor comparándolos con similares de Latinoamérica.

Esta misma realidad, se aprecia a naciones del oriente de Europa, esto debido a que grandes empresas de la ex Unión Soviética y otros estados socialistas se fragmentaron. En cuanto a la informalidad en la Zona Euro, ésta tiene muy poca presencia y en algunos casos prácticamente no existe, tal es así que los datos estadísticos nos pueden aproximar mejor a su presente productivo.

En cuanto a la mano de obra empleada, es en la Unión Europea y en Latinoamérica, donde los micro y pequeños negocios absorben la mayor porción de los empleos totales de los países y de los sectores privados, sobretodo. En la Unión Europea abarca alrededor del 70% del empleo en el sector privado, cifra que corresponde a empleos en empresas formalizadas. Desagregando por países, veremos cifras desde el 60% en Francia y Alemania al 80% de España e Italia. Y por sectores, en empresas con mayor demanda de empleo los micro negocios tienen representación de casi el 90% de la generación de empleo. Un ejemplo de esto es el sector de la construcción; y aquellas con mayor demanda de capital, como la industria

manufacturera donde representa sólo al 57%.

De acuerdo a Henríquez (2009), la tasa promedio por año de creación empresarial en la UE era del 9,9% con respecto al total empresarial y tasas anuales de mortandad de los pequeños negocios de 8,3%, lo que representa una tasa de supervivencia neta de 1,6% al año de operaciones. Estas empresas sobrevivientes, a los dos años de operaciones alcanzan una tasa de supervivencia que varía según sectores del 75% al 77%, cifras que a escala internacional son buenas. Los mayores problemas que deben afrontar los pequeños empresarios al inicio y para desarrollar la empresa son: sobrecostos regulatorios y administrativos, la morosidad de pagos, la baja rentabilidad, los competidores, escasa clientela, problemas para mantener los precios, lograr un financiamiento inicial y durante el desarrollo del negocio, los trámites iniciales, y demás.

Entre los mayores problemas o dificultades que deben hacer frente las pequeñas empresas está el financiamiento. En la Unión Europea tienen muy clara la enorme importancia de este sector en la economía y el empleo, por lo que se destinan importantes recursos destinados a este sector, y que tiene mucha relevancia en la UE, con los fondos FEDER (que destina hasta 100,000 millones de Euros para Pymes), FES, PIC y otros destinados a inversiones más específicas- y que se otorgan a largo plazo, permitiendo a los pequeños empresarios hacer una programación más estratégica de su inversión. Para financiar estos proyectos los recursos provienen de la Comunidad, de los países, las regiones y de fuentes privadas (como agremiaciones, empresas, fondo universitario, etc.), conformando lo que da una mixtura sólida de iniciativas e intereses detrás de los proyectos y, obviamente, de los resultados.

El financiamiento por parte de entidades financieras privadas, es clave para lograr el desarrollo empresarial. Incide directamente en el apalancamiento de las ventas, para reducir costos de insumos y en las mejoras tecnológicas. Es decir, el financiamiento otorgado de manera oportuna y en condiciones favorables, viabiliza la operación y la inversión en las mismas. Y si

hablamos de cobertura crediticia, en términos de % de créditos/PIB, ésta es mucho más alta en la Unión Europea que en Latinoamérica, en Europa el crédito bancario alcanza niveles del 100% en Alemania y España, algo que contrasta mucho con nuestra realidad en el Perú que alcanza un 19% y en Argentina apenas un 17%.

Estas últimas cifras sobre países latinos nos indica lo dificultoso que es acceder a un crédito, sobre todo para la mype y que está vinculado a la informalidad de estas unidades productivas, y a la falta de garantías que puedan presentar para acceder a los créditos.

Sintetizando con respecto a 17 naciones latinoamericanas importantes, se puede señalar que el empleo generado por las mypes, tiene una representación del 87% en el sector privado y a nivel país es del 66%” (Henríquez, 2009). El 66% del empleo de la empresa privada corresponde a microempresas y trabajadores independientes, representando una muy importante proporción, así como al mismo tiempo, una gran inestabilidad, que linda con la informalidad (alrededor del 45%). Por su parte, en el Perú este índice es mucho más alto (86,8%), mientras que, en Colombia, México y Argentina, linda con el 70%.

Entre los problemas que afectan a las microempresas en países de la región, Henríquez (2009) refiere que “la última crisis ha afectado duramente a los negocios micro en Latinoamérica. En muchos casos, ha habido un desplome en las ventas, dificultades para acceder a un crédito, sus clientes han caído en morosidad. Si se tratara apenas de un pequeño negocio que cierra porque genera más pérdidas que ganancias, su impacto en la economía sería irrelevante, pero si estas sufren el impacto en bloque, ahí sí que se siente el impacto recesivo, pues juntos, los micro, pequeños y medianos negocios representan alrededor del 85% de la mano de obra privada en Latinoamérica”.

A diferencia de Europa, en Latinoamérica los programas que apoyan a la pequeña y microempresa presentan un aporte magro con relación a los problemas que tiene el sector, lo que no posibilita una amplia cobertura de esos negocios. Aunque,

últimamente se ven cambios positivos en este sentido en países como México, Chile, Brasil, Ecuador y Perú. Gran parte de estos recursos, en muchas naciones Latinoamericanas, vienen de la cooperación internacional, algo que si bien es positivo dado su carácter cooperativo no garantiza su continuidad en el tiempo, por no constituir estos presupuestos en partidas corrientes del presupuesto de los países. Los recursos que se asignan a este sector generalmente son aprobados para el siguiente año en el presupuesto, no habiendo una seguridad para estos programas, de mantenerse a largo plazo. De manera similar a la UE, se busca generar recursos por medio de programas públicos y privados y la tendencia gira en torno a la promoción de contribuciones de fuentes diversas para su financiamiento. A pesar de esto, dadas las trabas burocráticas, ideas como esta tardan mucho en ejecutarse. Mientras que, en programas recién iniciados, se hace necesario romper la desconfianza inicial de la empresa privada para invertir, que normalmente es alta. Finalmente, la poca capacidad de asociarse en las empresas micro, hace más dificultoso o retarda los aportes en el cofinanciamiento de algunos programas.

En una publicación del año 2013 de AL-INVEST, la CEPAL y EUROCHAMBRES, donde el programa AL-INVEST se constituye en un programa regional de cooperación económica muy importante de la CE en Latinoamérica. Manifiesta que “si lo que se quiere es la reducción de la brecha de productividad y nivelar las proporciones entre empresas de diferente envergadura, los privados recomiendan que se busquen un mayor consenso entre los sectores públicos y privados para afianzar un avance en 4 sectores muy relacionados en políticas de fomento: a) innovar para fortalecer la capacidad productiva y gerencial; b) acceder al mercado; c) articulaciones productivas y cooperación institucional, y d) acceder a financiamiento”.

Buscando aprovechar la relación entre ser competitivo e internacionalizarse, los emprendedores tienen la propuesta de ejecutar acciones en 2 áreas importantes: a) capacitar y sensibilizar a los pequeños y micro negocios para que se internacionalicen, y b) promover cadenas

productivas e identificar la oportunidad de negocio con empresas multinacionales y cadenas globalizadas de valor.

Continúa la publicación, “en este campo, así como para reducir las brechas en productividad, se necesita que las instituciones públicas y privadas inicien acciones en conjunto y en coordinación, que permanezcan en el tiempo e incorporando en ámbitos locales, regionales y nacionales.

Como se puede apreciar, las mypes tienen características similares a nivel local, regional, nacional o internacional, y los problemas que deben afrontar para desarrollarse también son similares.

En cuanto al financiamiento de las Mypes en el país, el BCR (2009), publica que acceder a financiamiento del sistema hace posible para las Mypes alcanzar mayores capacidades para desarrollarse, llevar a cabo nuevos y más eficaces operativos, acrecentar su volumen de operaciones y el acceso al crédito en condiciones de interés y plazos más ventajosos, entre otros; es más, nuestro país tiene el primer lugar en cuanto a niveles de actividad empresarial en su fase de inicio, lo que nos indica la gran presencia de las Mypes en el Perú.

Pita T. en un artículo del diario Gestión (2018), afirma que los micro y pequeños negocios se acrecientan con mayor intensidad en los sectores más desfavorecidos, pero su crecimiento se da hasta el punto que pierden la brújula, pues la mayoría llegó a desarrollarse como empresa familiar, en la cual el dueño es el que tomaba todas las decisiones y todo dependía de él. Es más, los niveles de informalidad en el sector se mantienen a lo largo de medio siglo, más el incentivo para formalizarse se ha estancado y no existe un ordenamiento en este crecimiento. Con más de tres millones de mypes en el país y la gran mayoría no cuenta con fuentes de financiamiento adecuado y no está capacitada para tener una empresa”.

Continúa Pita, “la gran presión tributaria detienen su crecimiento, y, por ende, se tienen 3,500 mercados minoristas en el país, y de ellos, 1250 están en Lima, ninguno de ellos paga tributos, a eso agregar que en cada

barrio existen bodegas que en su mayoría son informales y sin apoyo”.

Concluye Pita, ante esta realidad, “las instituciones financieras deben apostar más por la innovación, para esto, conceder préstamos innovadores que busquen resaltar el emprendimiento, para que de esta manera alcancen a todos los puntos del país. Ver la realidad de cada zona, pues no se pueden adoptar los mismos criterios para conceder un crédito en la selva que en la costa, o en la ciudad que, en zona rural, las cuales tienen requerimientos distintos, y sus operaciones se ven afectadas hasta por el clima de la zona.

En esta introducción, hemos descrito cuán importante es el financiamiento para que se desarrollen y para el crecimiento de las mypes, y su eventual rentabilidad. Con la ejecución de este estudio, se llegó a conocer la forma cómo se financian los pequeños comercios del distrito de Callería, su acceso a créditos formales e informales (usureros, prestamistas); así como la consideración que le dan a la capacitación para lograr una mejor inversión del capital y se pudo constatar que todo esto ayuda a lograr la rentabilidad de sus empresas.

Ante el panorama descrito párrafos arriba, se enunció el problema de la investigación, de la siguiente manera: ¿Cuáles son las principales características del financiamiento, la capacitación y rentabilidad de las mypes del sector comercio rubro compra y venta de ropa para niños del distrito de Callería, 2018?

Para contestar a esta cuestión se planteó el objetivo general: “describir las principales características del financiamiento, la capacitación y rentabilidad de las mypes del sector comercio rubro compra y venta de ropa para niños del distrito de Callería, 2018”.

Así como a los objetivos específicos:

- Describir las principales características del propietario o representante de las mypes del sector comercio rubro compra y venta de ropa para niños del distrito de Callería, año 2018.
- Describir las principales características de las mypes del sector comercio rubro

compra y venta de ropa para niños del distrito de Callería, año 2018.

- Describir las principales características del financiamiento de las mypes del sector comercio rubro compra y venta de ropa para niños del distrito de Callería, año 2018.
- Describir las principales características la de capacitación en las mypes del sector comercio rubro compra y venta de ropa para niños del distrito de Callería, año 2018.
- Describir las principales características de la rentabilidad de las mypes del sector comercio rubro compra y venta de ropa para niños del distrito de Callería, año 2018.

Concordante a lo manifestado por Huamán (2009), “el Perú atraviesa por un desarrollo económico emergente, al punto que el avance tecnológico y el alcance de la globalización, ha aperturado novedosos mercados y se crearon nuevos retos para los empresarios peruanos. No se puede dudar que las Mypes repercuten en diferentes aspectos relevantes de la economía nacional entre ellos está la generación de mano de obra, y su contribución en el sector exportador. Sin embargo, de acuerdo a ADEX, entre el 2014 y el 2015 la Mypes que exportaban se redujeron en un 15%, y hoy continua la tendencia a bajar más. Expertos manifiestan que es de gran importancia brindarles a los pequeños negocios los recursos necesarios para evitar su mortalidad temprana, entre estos recursos se debe destacar a la oportunidad de financiarse y a capacitarse.

Las Mypes presentan ciertos problemas debido a su tamaño: tienen restringido el acceso a fuentes de financiamiento; escasa o nula participación de su personal en programas de capacitación; poca o ninguna inversión en innovación y tecnología; escasa penetración a mercados externos; baja productividad; incapacidad para asociarse y de administración.

Sin lugar a dudas, el acceder a financiamiento constituye uno de los retos con mayor significancia para lograr sobrevivir y crecer, incluyendo aquí a las empresas más innovadoras. En cambio, la

gran empresa tiene más facilidades para financiarse por fuentes tradicionales, esto porque cuentan con un negocio planificado, informes financieros confiables y mayor cantidad de activos.

Por todo esto, era importante estudiarlas y poder describir los principales caracteres de la forma cómo se financian y se capacitan las empresas, además de cómo éstos factores influyen para que estas empresas sean rentables, sobre todo los pequeños negocios que se dedican a la compra y venta de ropa para niños, lo que hizo posible que conozcamos la realidad en que se desarrollan estas entidades comerciales en un determinado periodo cronológico.

También, esta investigación identificó los motivos por los cuales estos negocios son exitosos o no lo son, sobre sus planes inmediatos y cómo influyeron en su desarrollo las capacitaciones y el crédito que obtuvieron.

Por último, el estudio permitió ver con los resultados obtenidos la razón de la metodología propuesta. Finalmente, esta investigación sirve de base para llevar a cabo investigaciones de índole similar en el sector productivo o de servicios de la provincia, y de otros ámbitos regionales y nacionales.

MATERIALES Y METODOS

La investigación siguió una metodología cuantitativa – descriptiva - no experimental – transversal - retrospectivo; en la que se analizó a un grupo muestral de 15 empresas de las cuales se obtuvo información por medio de un cuestionario de 36 ítems para obtener una data sobre las variables en estudio, la misma que fue procesada con ayuda del programa SPSS V22 para ser representada estadísticamente por medio de tablas y gráficos, y, luego estos resultados fueron analizados.

RESULTADOS

➤ **Con respecto a los representantes legales de las micro y pequeñas empresas**
CUADRO N° 01

ITEMS	TABLA N°	COMENTARIOS
<i>Edad</i>	1	Un 33% (5) tiene de 36 a 45 años, otro 33% (5) tiene de 26 a 35 años, un 20% (3) tiene de 46 a 55 años, y el 13% (2) de 18 a 26 años de edad.
<i>Sexo</i>	2	El 60% (9) son mujeres y el 40% (6) son hombres.
<i>Grado de Instrucción</i>	3	El 47% (7) tiene secundaria completa, el 27% (4) tiene educación superior no universitaria completa, un 20% (3) tiene superior no universitaria incompleta, y el 6% (1) superior universitaria completa.
<i>Estado civil</i>	4	Un 40% (6) es conviviente, otro 40% (6) es casado, y un 20% (3) es soltero.
<i>Profesión</i>	5	El 60% (9) no tiene ninguna profesión, y el 33% (5) es profesional técnico.
<i>Ocupación</i>	6	El 80% (12) tiene la ocupación de comerciante, y el 20% (3) labora además como empleado.

➤ **Características de las micro y pequeñas empresas en estudio.**
CUADRO N° 02

ITEMS	TABLA N°	COMENTARIOS
<i>Tiempo que se dedica al rubro compra y venta de muebles de madera</i>	7	El 40% (6) tiene de 6 a 10 años, el 33% (5) tiene de 11 a 15 años, y un 27% (4) tiene de 1 a 5 años de antigüedad.
<i>Formalidad de las Micro y pequeñas empresas</i>	8	El 100% (15) de las empresas evaluadas son formales
<i>Nro. de trabajadores permanentes</i>	9	El 60% (9) tiene de 1 a 2 empleados permanentes, el 27% (4) no tiene ninguno, y el 13% (2) tiene de 3 a 5 trabajadores.
<i>Nro. de trabajadores eventuales</i>	10	El 60% (9) tiene de 1 a 2 trabajadores eventuales, el 27% (4) no tiene ninguno, y el 13% (2) tiene de 3 a 5 trabajadores eventuales.
<i>Motivo de formación de las Micro y pequeñas empresas.</i>	11	El 80% (12) de las empresas se crearon para obtener ganancias, y el 20% (3) lo hizo como modo de subsistencia.

- **Con respecto a las características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas en el ámbito de estudio**

CUADRO N° 03

ITEMS	TABLA N°	COMENTARIOS
<i>Cómo se financian</i>	12	El 60% (9) busca el financiamiento de terceros, y el 40% (6) lo hace con financiamiento propio.
<i>Financiamiento bancario.</i>	13	El 40% (6) no recurre a entidades bancarias, el 33% (5) recurre al BCP, el 13% (2) al Interbank, un 7% (1) al BBVA y otro 7% al Scotiabank para financiarse.
<i>Tasa de interés bancario que pagan</i>	14	El 40% (6) no paga, el 33% (5) paga 1.5% de interés mensual, el 20% (3) paga 2% y el 7% (1) paga 2.5% por el crédito bancario.
<i>Financiamiento no bancario</i>	15	El 40% (6) no recurre a entidades no bancarias, un 27% (4) lo hace a Mi Banco, un 13% (2) a Crediscotia, otro 13% a Caja Maynas y un 7% acude a Caja Huancayo para financiarse.
<i>Tasa de interés no bancario que pagan</i>	16	Un 40% (6) paga un interés de 3%, otro 40% no paga ninguna tasa de interés mensual por no tener crédito en instituciones no bancarias, y el 20% (3) paga 2.5%.
<i>Financiamiento por prestamistas o usureros</i>	17	El 80% (12) no se financia por prestamistas, y el 20% (3) sí lo hace.
<i>Tasa de interés que pagan a prestamistas o usureros</i>	18	El 47% paga más del 10% , y el 13% paga 10% de interés mensual por un crédito con prestamistas o usureros.
<i>Financiamiento por otros medios</i>	19	El 73% (11) no se financia por otros medios, el 27% (4) sí lo hace.
<i>Tasa de interés que pagan por un crédito en otros medios</i>	20	El 20% paga de 2 a 3% de interés mensual, un 13% paga de 3 a 10% y el 13% no precisa que tasa paga por el crédito.
<i>Entidad financiera que otorga más facilidades</i>	21	El 40% (6) afirma que son las entidades bancarias, otro 40% que son las no bancarias, y un 20% (3) dice que son los prestamistas o usureros, los que otorgan más facilidades.
<i>Le otorgaron el crédito en el monto solicitado</i>	22	El 40% (6) sí recibió el crédito en el monto solicitado, un 40% (6) no precisa, y el 20% (3) dijo que no.
<i>Monto promedio del crédito otorgado</i>	23	El 53% (8) recibió de 1,000 a 5,000 soles en promedio, el 33% (5) recibió de 6,000 a 10,000, y el 14% (2) obtuvo de 11,000 a 15,000 de crédito.
<i>Plazo del crédito solicitado</i>	24	El 73% (11) recibió el crédito a corto plazo, y el 27% (4) lo hizo a largo plazo.
<i>En que invirtió el crédito</i>	27	El 34% (5) invirtió el crédito en activos fijos, un 33% (5) lo hizo en capital de trabajo, y otro 33% (5) en mejoramiento y/o ampliación de local.

- **Características de la capacitación de las micro y pequeñas empresas en el ámbito de estudio.**

CUADRO N° 04

ITEMS	TABLA N°	COMENTARIOS
<i>Recibe capacitación cuando recibe crédito</i>	26	El 67% (10) si recibió capacitación para el otorgamiento del crédito, y el 33% (5) dijo que no.
<i>Capacitaciones en el último año</i>	27	Un 40% recibió un curso, otro 40% no recibió capacitación en el último año, el 20% (2) recibió dos cursos.
<i>En qué tipo de cursos participó</i>	28	Un 27% (4) lo recibió en inversión del crédito, el 20% en marketing empresarial, y un 13% en otros temas.
<i>Personal recibió capacitación</i>	29-A	El 60% (9) si capacitó a su personal, el 27% (4) no precisa, y el 13% (2) no lo capacitó.
<i>Cantidad de cursos en que se capacitó su personal</i>	29-B	El 47% recibió un curso de capacitación, y el 6% dos cursos.
<i>La capacitación es una inversión</i>	30	El 53% (8) si considera a la capacitación como una inversión, el 27% (4) no lo considera así, y el 20% (3) no precisa.
<i>La capacitación es relevante para la empresas</i>	31	El 60% (9) si considera que la capacitación es relevante para su empresa, el 27% no precisa, y el 13% (2) no cree que lo es.
<i>Temas en que se capacitó a sus trabajadores</i>	32	El 20% se capacitó en prestación de mejor servicio al cliente, y el 33% (5) lo hizo en otros temas.

- **Características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas**

CUADRO N° 05

ITEMS	TABLA N°	COMENTARIOS
<i>Financiamiento mejoró la rentabilidad</i>	33	El 73% (11) sí cree que el financiamiento mejoró la rentabilidad de su empresa, y el 27% (4) no precisa su respuesta.
<i>Capacitación mejoró la rentabilidad</i>	34	El 40% (6) sí cree que la capacitación mejoró la rentabilidad, el 13% (2) dice que no, y el 47% (7) no precisa su respuesta.
<i>La rentabilidad mejoró en los últimos años.</i>	35	El 87% (13) sí cree que la rentabilidad de su empresa mejoró en los últimos años, y el 13% (2) no cree que la rentabilidad mejoró.
<i>La rentabilidad disminuyó en los últimos años</i>	36	El 87% (13) de empresarios no cree que la rentabilidad de sus empresas haya disminuido en los últimos años, el 13% (2) si cree que disminuyó.

ANÁLISIS

De las características del propietario o representante de las mypes.

El 67% (10) de empresarios tiene entre 26 a 45 años de edad (ver tabla 1). Resultados muy parecidos a los de Camarena (2011) donde el 80% de los empresarios del rubro ropa de vestir tiene entre 26 a 60 años de edad, con Acuña (2010) donde el promedio de edad en el rubro útiles de oficina es de 40 años, y Ferreyros (2011) que el 100% de los representantes del mismo rubro en el distrito de Callería tenían entre 26 a 60 años.

El 60% (9) es mujer y el 40% (6) hombre (tabla 2). Exactamente igual a Puglias (2017), y parecido a Sifuentes (2011) del rubro boticas, donde el 80% son de sexo femenino.

El 47% (7) tiene estudios de secundaria completa, y un 27% (4) los tiene en educación no universitaria completa (ver tabla 3). Resultados parecidos a los de Camarena (2011) donde el 50% tiene educación secundaria, algo parecidos a los de Ferreyros (2011) donde el 40% tiene nivel de instrucción no universitario completo, y con Lezama (2010) el 87.5% tiene nivel de instrucción superior no universitario.

Un 40% (6) son casados y otro 40% son convivientes, además el 60% (9) no tiene estudios superiores y el 33% (5) son técnicos y comparten esa ocupación con la de comerciantes (tablas 5 y 6). Estos resultados son casi idénticos a los de Puglias (2017) donde el 59% se dedica exclusivamente a su labor de comerciante.

De las características de las empresas en estudio.

Del 73% (11) tiene de 6 a 15 años de antigüedad en el rubro (tabla 7). Resultados que concuerdan con Puglias (2017) donde el 63% tiene de 5 a más de 10 años en el rubro, y Ferreyros (2011) en la que el 87% tiene más de 3 años como empresa.

El 100% (15) de las empresas están formalizadas (tabla 8). Esta cifra coincide

con casi todos los antecedentes en los que la mayoría de empresas dice ser formal, coincidiendo totalmente con Puglias (2017) donde el 100% de encuestados dijo ser formal.

El 60% tiene de 1 a 2 permanentes e igual número de trabajadores eventuales (tablas 9 y 10). Resultados parecidos a los de Ferreyros (2011) donde el 47% tiene un trabajador permanente y otro eventual, Tacas (2011) que tiene 60% de empresas poseen dos permanentes y un eventual, y Sifuentes (2011) con el 70% que tiene igual cantidad.

El 80% (12) de empresas se formó con el propósito de generar ganancias (tabla 11), resultados muy parecidos a Lozano (2011) donde el 100% formaron su empresa para obtener ganancias, y diferentes a los de Camarena (2011) y Puglias (2017) donde el 70% y 87% de empresas se crearon por subsistencia.

De cómo se financian las mypes estudiadas.

El 60% de empresarios (9) utiliza el financiamiento de terceros y el 40% lo hace con capital propio (tabla 12). Resultados parecidos a Acuña (2010) donde el 43% recibió créditos, con Lezama (2010) y Ferreyros (2011) donde el 100% recibió créditos financieros bancarios.

El 40% (6) no recurre a entidades bancarias en busca de financiarse (Tabla 13) y el 33% acude al Banco de Crédito. Estos resultados difieren con los de Ferreyros (2011), Tacas (2011), y Puglias (2017) donde los empresarios se financiaron en 100% por entidades bancarias.

El 60% se financia por instituciones no bancarias, en este caso financieras 40% (6) y Cajas municipales 20% (3), en los que pagan tasas mensuales de 3% y 2.5%, respectivamente (Tablas 15 y 16).

Un 20% (3) de ellos recurre a prestamistas o usureros para financiarse y pagan tasas del 10% y más por el préstamo (tablas 17 y 18). Algunos resultados referidos a este se encuentran en zonas rurales como al de Camarena (2011) donde el 78% de

empresarios de Contamana se financian por medio de usureros, esto debido a que hay poca oferta de bancos es que recurren a este tipo de financiamiento.

Además, el 27% (4) de empresas se financia por otros medios y paga de 2 a 10% de interés mensual (tablas 19 y 20). Entre estos otros medios, se tiene principalmente a los prestamos entre familiares y a la participación de “panderos” o “juntas” entre amigos y vecinos.

Un 40% (6) dice que son los bancos los que brindan mayores facilidades para acceder a un crédito, y otro 40% piensa que son las instituciones no bancarias. Aquí se aprecia que, debido a la oferta crediticia que se encuentra en la ciudad, todas las entidades compiten por brindar facilidades a los comerciantes y particulares para que accedan a un crédito.

El 40% (6) dice que sí les fueron otorgados los créditos en el monto que solicitó, que estos montos fueron de 1,000 a 5,000 soles y que fueron a corto plazo (tablas 22, 23 y 24). Al ser los montos de los créditos relativamente pequeños, la lógica indica que busquen pagarlos en el menor tiempo posible, mientras que para montos mayores es preferible elegir plazos mayores.

Los créditos obtenidos se utilizaron por igual en capital 33%, mejoramiento 33% y activos 34% (tabla 25). Parecido a Lezama (2010) donde el 62.5% lo invirtieron en capital de trabajo y activo fijo, pero diferentes a los de Camarena (2009) donde el 78% invirtió su crédito en capital de trabajo, y Acuña (2010) donde el 67% lo invirtió como capital de trabajo.

De cómo se capacitan en las empresas en estudio.

El 67% de encuestados recibió capacitación para que les otorguen el crédito (tabla 26). Resultados similares los de Sifuentes (2011) donde el 20% sí recibió capacitación, y a los de Ferreyros (2011) donde el 53% de empresarios recibió capacitación en el último año.

El 40% (6) que se capacitaron, lo hizo en un solo curso, que fue inversión del crédito y marketing empresarial (tablas 27 y 28). Resultados parecidos en Acuña (2010) donde el 29% recibió una capacitación, y Sifuentes (2011) donde el 20% recibió capacitación en el último año.

El 60% (2) manifiesta que sus empleados fueron capacitados en los cursos de prestación de mejor servicio al cliente y en otros temas (tablas 29-A, 29-B y 32). Resultados que se asemejan a los de Acuña (2010) y Ferreyros (2011) quienes sí capacitan a su personal, aunque no especifican en qué temas lo hacen. Y son diferentes a Camarena (2011), Lezama (2010) y Lozano (2011) donde no capacitan a su personal las empresas.

El 53% (8) considera que capacitarse es una inversión, y el 60% cree que es importante para el funcionamiento de su empresa que su personal se capacite (tablas 30 y 31). Resultados parecidos a Camarena (2011) donde el 60% sí considera que sea una inversión, y Lezama (2010) con el 62.5% que se manifiestan en el mismo sentido.

Sobre la rentabilidad de las mypes en estudio.

El 73% (11) cree que con financiamiento sí se llegó a mejorar la rentabilidad de la mype (tabla 33) y el 47% no precisa si pasó lo mismo con la capacitación (tabla 34). Resultados algo similares a Lezama (2010) donde el 100% considera que con financiamiento y con capacitación mejoraron la rentabilidad, y diferentes a Camarena (2011), en el que un 70% dijo que al financiarse no obtuvo mejora en la rentabilidad del negocio, el 90% dijo que capacitarse si produjo una mejora en su rentabilidad.

El 87% (13) dijo que está convencido de que la rentabilidad de su negocio dedicado al comercio de ropa para niños, ha mejorado en el último año, y que no ha disminuido (ver tablas 35 y 36). Resultados muy similares a Sifuentes (2011) en los que un 80% dijo que al financiarse si logró una mejora en la

rentabilidad, que el 100% dijo que su rentabilidad sí mejoró en el último año. Y, son totalmente diferentes a los de Tacas (2011) donde todos los participantes manifestaron que con el financiamiento no se mejoraron los índices de rentabilidad de su negocio y que, al contrario, ésta disminuyó en los dos últimos años.

CONCLUSIONES

Características del propietario o representante de las mypes en estudio.

El 87% (13) tiene de 26 a 55 años de edad.

El 60% (9) es mujer y el 40% (6) es hombre.

El 47% (7) tiene estudios secundarios completos, y el 27% (4) superiores no universitarios completos.

Un 40% tiene el estado civil de conviviente y otro 40% están casados.

El 60% (9) no alcanzó profesión alguna, y se dedica al comercio a tiempo completo, y el 33% (5) tiene estudios técnicos.

De las características de las empresas en estudio.

El 73% (11) de las empresas tiene una antigüedad de 6 a 15 años en el rubro.

El 100% (15) están formalizados

El 73% (11) posee de 1 a 5 empleados permanentes y similar cantidad de empleados eventuales.

El 80% (12) se formó con el objetivo de la obtención de ganancias y el 20% como manera de subsistencia.

De las características del financiamiento de las empresas en estudio.

El 60% (9) se financia mediante terceros y el 40% (6) con autofinanciamiento.

El 60% (9) recurre al sistema bancario y a instituciones no bancarias para acceder a un financiamiento, pagando de 2% a 3% de interés.

Un 20% (3) si recurre a prestamistas o usureros para buscar financiamiento y paga

más de 10% de interés mensual por el crédito.

El 27% (4) se financia, además, por otros medios pagando de 2 a 10% de interés mensual por el crédito.

Un 40% (6) cree que los que otorgan mayores facilidades para obtener un crédito son los bancos, y otro 40% cree que son las no bancarias.

El 40% (6) sí recibió el crédito en el monto solicitado, que fue en promedio de 1,000 a 5,000 soles, y plazo corto.

El 33% (5) hizo su inversión en capital de trabajo, un 33% en mejoramiento de local, y un último 34% lo hizo en activos fijos.

De cómo se da la capacitación en las mypes estudiadas.

El 67% (10) de empresarios si recibió capacitación al otorgársele el crédito.

El 47% (7) hizo su capacitación en marketing empresarial e inversión del crédito.

El 60% (9) capacita a sus empleados en servicios de atención al cliente y en otros temas.

El 53% (8) si cree que la capacitación es una inversión, además, el 60% (9) cree que sí tiene relevancia para su negocio.

De las características de la rentabilidad de las empresas en estudio

El 73% (11) sí considera que al financiarse logró mejorar la rentabilidad de su negocio.

El 40% (6) considera que con la capacitación se logró mejorar la rentabilidad de su negocio.

Un 87% (13) cree que su negocio mejoró en rentabilidad en el último año y que no disminuyó.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acuña L. O. (2010). "Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro distribuidoras de útiles de oficina del

- distrito de Chimbote, periodo 2008-2009". (Tesis de pregrado en Contabilidad). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Aspilcueta J. (s.f.), "Micro y pequeñas empresas en el Perú". Recuperado de http://www.monografias.com/trabajos93/Micro_y_pequeñas_empresas-peru/Micro_y_pequeñas_empresas-peru.shtml
- Briozzo, A. y Vigier H. (2007) "La Estructura de Financiamiento PYME Una revisión del pasado y presente". Recuperado el 18 de mayo de 2010, de: <http://www.scielo.org.co/cgi-bin/wxis.exe/iah/>.
- Camarena J.A. (2011). "Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro prendas de vestir para damas y caballeros del distrito de Contamana, periodo 2009-2010". (Tesis de pregrado en Contabilidad). Recuperada de la base de datos de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote; sede-Pucallpa.
- Escalante E. (2016). "Promulgan Ley N° 30056 que modifica la actual Ley MYPE y otras normas para las micro y pequeñas empresas". Publicado en Mi Empresa Propia, página de Internet. Recuperado de: <https://mep.pe/promulgan-ley-no-30056-que-modifica-la-actual-ley-mype-y-otras-normas-para-las-micro-y-pequeñas-empresas/>
- Fazzari, S., Glenn, R. y Petersen, B. (1998). Premios del financiamiento e inversión corporativa. Papeles de brookings en la actividad económica. Recuperado de: http://www.brookings.edu/~media/Projects/BPEA/1988%201/1988a_bpea_fazzari_hubbard_petersen_blinder_potterba.PDF
- Ferreiros S. (2011). "Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio–rubro útiles de oficina, del distrito de Callería-Provincia de Coronel Portillo, período 2009 – 2010". (Tesis de pregrado en Contabilidad), Universidad Católica los Ángeles de Chimbote; sede-Pucallpa.
- Ferruz L. (2000). "La rentabilidad y el riesgo en las inversiones financieras". (Informe de Investigación Universidad de Zaragoza-España). Recuperado de <http://ciberconta.unizar.es/LECCION/in010/000F2.HTM>. (02Ene.2014)
- FUNDES (2010). "Análisis de la Actividad Emprendedora en Sectores de Comercio en América Latina". Recuperado de <http://www.fundes.org/uploaded/content/publicacione/435921738.pdf>
- García D. (2014). "Gestión de Economía y Negocios del Perú". Recuperado de http://gestion.pe/economia/solo-36-Micro_y_pequeñas_empresas-formales-estan-capacidad-exportar-2092675.
- Herrera S., Limón S. y Soto I. (2006). "Fuentes de financiamiento en época de crisis en observatorio de la economía latinoamericana". Recuperado de <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/mx/2006/ghs.htm>
- Huamán, J. (2009). "Las Micro y pequeñas empresas en el Perú". Recuperado de http://www.gestiopolis.com/innovacion-emprendimiento/Microy_pequeñas_empresas-en-el-peru.html
- Infante, J. (2006). Gamarra. Recuperado de: <http://gamarraperu.blogspot.com/2007/05/juan-infante-articulo-aparecido-en-el.html>
- Lezama, L. (2010). "Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro servicios xerográficos del distrito de Nuevo Chimbote, periodo 2008-2009". (Tesis de pregrado en Contabilidad). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Lozano, V. (2011). "Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de los micros y pequeñas

- empresas del sector servicios – rubro vidrierías, del distrito de Callería, período 2009 – 2010”. Tesis de pregrado en Contabilidad. Recuperada de la base de datos de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote; sede-Pucallpa.
- Reynoso C. (2001). “La capacitación y adiestramiento en México”. Recuperado de: <http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/revlads/cont/5/art/art9.pdf>
- SENCE - Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (2006). Recuperado de <http://www.sence.cl>”}.
- Sifuentes A. (2011). “Caracterización del financiamiento, la capacitación, la competitividad y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio– rubro boticas, del distrito de Manantay, período 2009 – 2010”. Tesis de pregrado en Contabilidad. Recuperado de la base de datos de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote
- Tacas M. (2011). “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de los micros y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de muebles de estilo de madera de la ciudad de Pucallpa, periodo 2009-2010”. (Tesis de pregrado en Contabilidad). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote; sede-Pucallpa.
- Vela L. (2007). “Caracterización de las micro y pequeñas empresas (Micro y pequeñas empresas) en el Perú y desempeño de las microfinanzas”. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos46/microfinanzas-peru/microfinanzas-eru2.shtml>.
- Villafuerte C. (2002), El contexto del desarrollo de las PYMES. Extraído el 13 de Julio 2014. Recuperado de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/422/ANTECEDENTES%20DE%20LAS%20PYMES%20EN%20EL%20MUNDO.htm>
- Villarán F. (1998). Riqueza Popular, Pasión y gloria de la Pequeña Empresa, PYMES y el sector comercio. Recuperado de <http://www.fundes.org/?art=1510>.
- Zevallos E.E. (2010). “Competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas (Micro y pequeñas empresas) ante el Tratado de Libre Comercio-TLC”. Revista de la Facultad de Ciencias Contables Vol. 17 N.º 33 (pp.127-132). Universidad Mayor de San Marcos, Lima, Perú

Anexo 5. Tabla de fiabilidad del instrumento

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	15	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N° de elementos
,780	37

Anexo 6. Base de datos

,00	2,00	5,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	,00	2,00	1,00	,00	,00	,00	,00	1,00	2,00	1,00	2,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	,00	,00	2,00	,00	3,00	1,00	,00
,00	1,00	5,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	,00	1,00	1,00	,00	,00	,00	,00	1,00	2,00	1,00	2,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	,00	,00	2,00	,00	3,00	1,00	,00	
1,00	1,00	5,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	2,00	,00	3,00	1,00	,00	
1,00	1,00	5,00	3,00	2,00	1,00	2,00	1,00	2,00	,00	1,00	1,00	,00	,00	,00	,00	2,00	,00	2,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	,00	,00	2,00	,00	2,00	1,00	,00	
1,00	1,00	6,00	3,00	2,00	1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	,00	,00	,00	,00	2,00	,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	,00	,00	1,00	1,00	1,00	1,00	4,00	
1,00	2,00	4,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	,00	,00	,00	,00	2,00	,00	2,00	,00	1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	,00	,00	1,00	1,00	1,00	1,00	4,00	
1,00	2,00	4,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	2,00	3,00	2,00	3,00	1,00	3,00	1,00	4,00	1,00	2,00	1,00	1,00	4,00	1,00	1,00	4,00	2,00	1,00	2,00	1,00	5,00	
2,00	2,00	4,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	1,00	1,00	2,00	3,00	2,00	,00	2,00	,00	1,00	3,00	1,00	1,00	4,00	2,00	2,00	4,00	2,00	1,00	2,00	2,00	5,00	
2,00	2,00	6,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	,00	,00	,00	,00	2,00	,00	2,00	,00	2,00	3,00	1,00	1,00	4,00	1,00	,00	,00	2,00	,00	2,00	2,00	,00	
2,00	2,00	4,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	,00	1,00	1,00	2,00	3,00	3,00	3,00	2,00	2,00	3,00	2,00	,00	2,00	3,00	2,00	1,00	4,00	1,00	1,00	5,00	2,00	,00	1,00	3,00	,00	
2,00	1,00	4,00	2,00	1,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	3,00	3,00	3,00	2,00	2,00	3,00	2,00	,00	2,00	3,00	2,00	1,00	4,00	1,00	1,00	5,00	2,00	,00	1,00	3,00	,00	
2,00	1,00	4,00	3,00	1,00	1,00	3,00	1,00	,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	3,00	2,00	3,00	2,00	,00	3,00	3,00	3,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	3,00	4,00
3,00	2,00	4,00	3,00	1,00	2,00	3,00	1,00	,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	3,00	2,00	3,00	2,00	,00	1,00	3,00	3,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	3,00	5,00
3,00	2,00	7,00	3,00	3,00	2,00	3,00	1,00	,00	2,00	1,00	2,00	4,00	4,00	4,00	3,00	2,00	3,00	2,00	,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	1,00	1,00	1,00	5,00
3,00	2,00	6,00	3,00	1,00	2,00	3,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	1,00	1,00	1,00	3,00	2,00	3,00	1,00	4,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	1,00	1,00	4,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	5,00