

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

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

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

AUTOR

BARDALES TAMANI, MINERVA ALHELI

ASESOR

Mg. CPCC. RAMIREZ PANDURO, JORGE ALFREDO

PUCALLPA – PERÚ

2018

1. Título de la tesis

“Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017”

2. Hoja de firma del jurado y asesor

.....
Mg. CPCC. MONTOYA TORRES, SILVIA VIRGINIA
PRESIDENTE

.....
Mg. CPCC. LOPEZ SOUZA, JOSE LUIS ALBERTO
MIEMBRO

.....
Mg. CPCC. VILCA RAMIREZ, RUSELLI FERNANDO
MIEMBRO

.....
Mg. CPCC. RAMIREZ PANDURO, JORGE ALFREDO
ASESOR

3. Hoja de agradecimiento y dedicatoria

Agradecimiento

Un agradecimiento especial a mis docentes de la Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas y a mi Asesor por sus conocimientos compartidos y el tiempo prestado para la revisión del presente trabajo de investigación, asimismo con todo respeto y gratitud a los dueños, gerentes y/o representantes legales de las diversas Empresa, por todas las facilidades brindadas para la realización del presente trabajo de investigación.

Dedicatoria

A mis padres, pilares fundamentales en mi vida, quienes han velado por mi bienestar y educación, siendo mi apoyo en todo momento, depositando su entera confianza, impulso y tenacidades. También dedico a mis queridos hermanos (as) por ser mi apoyo incondicional y brindarme palabras de aliento.

4. Resumen y abstract

Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general, determinar y describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017. La investigación realizada fue descriptiva, se trabajó con una población de 26 y una muestra de 26 microempresas, a los que se aplicó un cuestionario de 36 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: Con **Respecto a los dueños, gerentes y/ representantes legales:** Es preciso concluir que el 46.15% (12) de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años. El 69.23% (18) de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas son del género masculino. El 26.92% (7) de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas tienen primaria incompleta. El 19.23% (5) de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas son solteros; el 30.77% (8) son casados, el 38.46% (10) son convivientes y el 11.54% (3) son divorciados. El 76.92% (20) de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas no cuentan con ninguna profesión. El 46.15% (12) de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas tienen la ocupación de Gerente General. Con **Respecto a las características de las micro y pequeñas empresas:** El 42.31% (11) de las micro y pequeñas empresas tienen entre 16 a más años en el rubro. El 100.00% (26) de las micro y pequeñas empresas son formales. El 65.38% (17) de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores permanentes. El 50.00% (13) de las micro y pequeñas empresas de 1 a 5 trabajadores eventuales. El 100.00% (26) de las micro y pequeñas empresas tienen el objetivo de obtener ganancias. Con **Respecto al financiamiento:** El 61.54% (16) de las micro y pequeñas empresas han sido por financiamiento propio. El

61.54% (16) de las micro y pequeñas empresas no recibieron ningún financiamiento financiero. El 61.54% (16) de las micro y pequeñas empresas no pagó ningún interés mensual. El 96.15% (25) de las micro y pequeñas empresas recibieron financiamiento de otros. El 62.00 % (16) de las micro y pequeñas empresas no pagó ninguna tasa de interés. El 96.15% (25) de las micro y pequeñas empresas no solicitan ningún financiamiento. El 96.15% (25) de las micro y pequeñas empresas mencionan que pagaron de 11% a 15% de interés. El 100.00% (26) de las micro y pequeñas empresas no pagaron otras tasa de interés. El 100.00% (26) de las micro y pequeñas empresas manifestaron que no pagaron otras tasas de interés mensual. El 61.54% (16) no solicitaron ninguno préstamo. El 100.00% (26) de los créditos otorgados no fueron los montos solicitados por las micro y pequeñas empresas. El 61.54% (16) de las micro y pequeñas empresas no solicitaron ningún monto de financiamiento. El 61.54%(16) de las micro y pequeñas empresas no solicitaron ningún crédito. El 61.54% (16) de los representantes legales de las micro empresas invirtió en otros fines. Con **Respecto a la capacitación:** El 100.00% (26) de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas, manifestaron que no recibieron capacitación para el otorgamiento del crédito financiero. El 100.00% (26) de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas, manifestaron que no se capacitaron en ningún curso en el último año. El 100.00% (26) de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas, manifestaron que no participaron en ningún curso. El 50.00% (13) de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas, manifestaron que el personal recibió capacitación de 1 a 2 cursos. El 53.85% (14) de los representantes legales, consideran que la capacitación es una inversión en las micro y pequeñas empresas. El 53.85% (14) de los representantes legales, consideran que la capacitación es relevante para las micro y pequeñas empresas. El 46.15% (12) de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas, manifestaron que los trabajadores no se capacitaron. Con **Respecto**

a la rentabilidad: El 57.69% (15) de los representantes legales, manifestaron que el financiamiento otorgado no ha mejorado la rentabilidad. El 50.00% (13) de los representantes legales, mencionaron que la capacitación mejora la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas. El 73.00% (19) de los representantes legales, mencionaron que la rentabilidad a mejorado en los últimos años. El 54.14% (14) de los representantes legales mencionaron que la rentabilidad no ha disminuido.

Palabras clave: Financiamiento, micro y pequeñas empresas.

Abstract

The main objective of this research work was to determine and describe the main characteristics of financing, training and profitability of micro and small businesses in the commercial sector, purchase and sale of electrical appliances in the district of Callería, 2017. The research carried out It was descriptive, we worked with a population of 26 and a sample of 26 micro-companies, to which a questionnaire of 36 questions was applied, using the survey technique, obtaining the following results: With respect to the owners, managers and / or representatives Legal: It is necessary to conclude that 46.15% (12) of the legal representatives of micro and small businesses are between 31 and 50 years old. 69.23% (18) of the legal representatives of the micro and small companies are of the masculine gender. 26.92% (7) of the legal representatives of micro and small enterprises have incomplete primary education. The 19.23% (5) of the legal representatives the micro and small companies are single; 30.77% (8) are married, 38.46% (10) are cohabiting and 11.54% (3) are divorced. 76.92% (20) of the legal representatives of micro and small businesses do not have any profession. 46.15% (12) of the legal representatives of micro and small companies have the position of General Manager. With respect to the characteristics of micro and small companies: 42.31% (11) of the micro and small companies have between 16 and more years in the field. The 100.00% (26) of the micro and small companies are formal. 65.38% (17) of the micro and small companies have 1 to 5 permanent workers. 50.00% (13) of the micro and small companies with 1 to 5 temporary workers. The 100.00% (26) of the micro and small companies have the objective of obtaining profits. With respect to financing: 61.54% (16) of the micro and small companies have been through their own financing. The 61.54% (16) of the micro and small companies did not receive any financial financing. 61.54% (16) of the micro and small companies did not pay any monthly interest. 96.15% (25) of the micro and small enterprises received

financing from others. The 62.00% (16) of the micro and small companies did not pay any interest rate. 96.15% (25) of the micro and small companies do not request any financing. 96.15% (25) of the micro and small companies mention that they paid from 11% to 15% interest. The 100.00% (26) of the micro and small companies did not pay other interest rate. The 100.00% (26) of the micro and small companies stated that they did not pay other monthly interest rates. The 61.54% (16) did not request any loan. The 100.00% (26) of the credits granted were not the amounts requested by the micro and small companies. 61.54% (16) of the micro and small companies did not request any amount of financing. 61.54% (16) of the micro and small companies did not request any credit. 61.54% (16) of the legal representatives of the micro companies invested in other purposes. With respect to the training: 100.00% (26) of the legal representatives of the micro and small companies, said that they did not receive training for the granting of the financial credit. The 100.00% (26) of the legal representatives of the micro and small companies, said that they were not trained in any course in the last year. The 100.00% (26) of the legal representatives of the micro and small companies, stated that they did not participate in any course. The 50.00% (13) of the legal representatives of the micro and small companies, stated that the personnel received training from 1 to 2 courses. 53.85% (14) of the legal representatives consider that training is an investment in micro and small companies. 53.85% (14) of the legal representatives consider that training is relevant for micro and small businesses. 46.15% (12) of the legal representatives of the micro and small enterprises, stated that the workers were not trained. With respect to profitability: 57.69% (15) of the legal representatives, said that the financing granted has not improved profitability. 50.00% (13) of the legal representatives mentioned that training improves profitability in micro and small businesses. 73.00% (19) of the legal representatives mentioned that profitability has

improved in recent years. The 54.14% (14) of the legal representatives mentioned that the profitability has not diminished.

Keywords: Financing, micro and small businesses.

5. Contenido	Pág.
1. título de la tesis	ii
2. hoja de firma del jurado y asesor	iii
3. hoja de agradecimiento y dedicatoria	iv
4. resumen y abstract	vi
5. contenido	xii
6. índice de gráficos, tablas y cuadros	xiv
I. Introducción.....	23
II. Revisión de literatura	25
2.1 Antecedentes	25
2.1.1 Internacionales	25
2.1.2 Nacionales.....	28
2.1.3 Regionales y locales.....	30
2.2 Marco conceptual.....	32
2.3 Bases teóricas de la investigación.....	34
III. Hipótesis	39
IV. Metodología.....	39
4.1 Diseño de la investigación	39
4.2 Población y muestra.....	40
4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores	40
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	44
4.5 Plan de análisis.....	45
4.6 Matriz de consistencia.....	46
4.7 Principios éticos	47
V. Resultados	48
5.1 Resultados	48
5.2 Análisis de resultados	55
VI. Conclusiones y recomendaciones	61

6.1. Conclusiones	61
6.2 Recomendaciones	62
Referencias bibliografías	63
Anexos	65
1. Gráficos, tablas y cuadros	65
2. Definición y operacionalización de variables e indicadores	101
3. Matriz de consistencia.....	106
4. Cuestionario	107
5. Evidencia de la recopilación de la información	110

6. Índice de gráficos, tablas y cuadros

Tablas	Pág.
Tabla 1: La edad de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017	65
Tabla 2: El género de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017	66
Tabla 3: Grado de instrucción de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017	67
Tabla 4: Estado civil de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017	68
Tabla 5: Profesión de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017	69
Tabla 6: Tiempo en sector y rubro de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017	70
Tabla 7: Tiempo de permanencia que se encuentra en el sector y rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017	71
Tabla 8: La Mype es formal en el sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017	72
Tabla 9: Número de trabajadores permanentes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017	73
Tabla 10: Número de trabajadores eventuales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017	74
Tabla 11: Fines de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017	75

Tabla 12: El financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017	76
Tabla 13: Entidades bancarias que dan préstamos a las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017	77
Tabla 14: Tasa de interés de las entidades que brindan a las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017	78
Tabla 15: Entidades no bancarias para del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.....	79
Tabla 16: Tasa de interés mensual que paga a las entidades no bancarias las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.....	80
Tabla 17: Prestamistas o usureros que brindan financiamiento a las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.....	81
Tabla 18: Tasa de interés mensual que brindan los prestamistas o usureros en el financiamiento a las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017	82
Tabla 19: Especificar otras tasa de interés para el financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.....	83

Tabla 20: Tasa de interés mensual que pagan otras instituciones para el financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017	84
Tabla 21: Entidades financieras que otorgan mayores facilidades para la obtención de crédito de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017	85
Tabla 22: Los créditos otorgados fueron los montos solicitados por las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.....	86
Tabla 23: Monto promedio de crédito otorgado a las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017	87
Tabla 24: Tiempo del crédito solicitado de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017	88
Tabla 25: Inversión del crédito financiero que obtuvo las empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017	89
Tabla 26: Recibió capacitación para el otorgamiento de crédito de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.....	90
Tabla 27: Cursos de capacitación en el último año de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017	91
Tabla 28: Tipo de cursos de capacitación de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.....	92

Tabla 29: El personal ha recibido algún tipo capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.....	93
Tabla 30: Considera como empresario, que la capacitación es una inversión en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.....	94
Tabla 31: La capacitación del personal es relevante para las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017	95
Tabla 32: Temas de capacitación de sus trabajadores de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017	96
Tabla 33: El financiamiento otorgado ha mejorado la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.....	97
Tabla 34: La capacitación mejora la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017	98
Tabla 35: La rentabilidad ha mejorado en los últimos años en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.....	99
Tabla 36: La rentabilidad ha disminuido en el último año en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017	100

Gráficos	Pág.
GRÁFICO 1: Edad de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.	65
GRÁFICO 2: El género de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.	66
GRÁFICO 3: El grado de instrucción de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.....	67
GRÁFICO 4: El estado civil de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.	68
GRÁFICO 5: La profesión de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.	69
GRÁFICO 6: Tiempo en sector y rubro de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.	70
GRÁFICO 7: Tiempo de permanencia que se encuentra en el Sector y rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.....	71
GRÁFICO 8: La Mype es formal en el sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.	72
GRÁFICO 9: El número de los trabajadores permanentes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.....	73

GRÁFICO 10: El número de los trabajadores eventuales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.	74
GRÁFICO 11: Fines de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.	75
GRÁFICO 12: Financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.	76
GRÁFICO 13: Entidades bancarias que dan préstamos a las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.	77
GRÁFICO 14: Tasa de interés de las entidades que brindan a las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.	78
GRÁFICO 15: Entidades no Bancarias para el Financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.	79
GRÁFICO 16: Tasa de interés mensual que paga a las entidades no bancarias las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.	80
GRÁFICO 17: Prestamistas o usureros que brindan financiamiento las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.	81
GRÁFICO 18: Tasa de interés mensual que brindan los prestamistas o usureros en el financiamiento a las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.	82

GRÁFICO 19: Especificar otras tasa de interés para el financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.....	83
GRÁFICO 20: Tasa de interés mensual que pagan otras instituciones para el financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.....	84
GRÁFICO 21: Entidades financieras que otorgan mayores facilidades para la obtención de crédito de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.....	85
GRÁFICO 22: Los créditos otorgados fueron los montos solicitados por las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.....	86
GRÁFICO 23: Monto promedio de crédito otorgado a las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.	87
GRÁFICO 24: Tiempo del crédito solicitado de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.	88
GRÁFICO 25: Inversión del crédito financiero que obtuvo las empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.	89
GRÁFICO 26: Recibió capacitación para el otorgamiento de crédito de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.....	90
GRÁFICO 27: Cursos de capacitación en el último año de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.	91

GRÁFICO 28: Tipo de cursos de capacitación de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.....	92
GRÁFICO 29: El personal ha recibido algún tipo capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.....	93
GRÁFICO 30: Considera como empresario, que la capacitación es una inversión en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.	94
GRÁFICO 31: La capacitación del personal es relevante para las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.....	95
GRÁFICO 32: Temas de capacitación sus trabajadores de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.	96
GRÁFICO 33: El financiamiento otorgado ha mejorado la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.....	97
GRÁFICO 34: La capacitación mejora la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.	98
GRÁFICO 35: La rentabilidad a mejorado en los últimos años en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.....	99

GRÁFICO 36: La rentabilidad a disminuido en el último año en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017..... 100

I. INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas, son una pequeña unidad de producción, comercio o prestación de servicios; según la legislación peruana es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

En tal sentido en nuestro país Perú, las micro y pequeñas empresas representan el componente primordial del motor de nuestra economía, ya que las MYPES contribuyen al crecimiento económico y a la generación de puestos de trabajo, considerado como motor de riqueza y bienestar para nuestro país (Colchado, 2013), pero las MYPES en particular presentan limitadas capacidades gerenciales, desarticulación empresarial, informalidad, falta de capital oportuno de trabajo, ausencia de planificación estratégica, uso inadecuado de tecnologías, falta de responsabilidad social, ausencia de una óptima mezcla comercial, limitado acceso a la información; factores que han dado origen al crecimiento de problemas que actualmente atraviesan las MYPES en el país (Centurión, 2012). Trayendo el resultado de la “mala suerte” o fatalidad son las consecuencias de una mala gestión. Para conseguir esta adecuada gestión es necesario: El firme compromiso de la dirección. El seguimiento por parte de la estructura de mando de este compromiso. Una decidida implicación de los trabajadores.

El enunciado del problema del estudio es el siguiente: ¿Cuáles son las primordiales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico?

Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general:

- Determinar y describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico.

Para poder conseguir el objetivo general, nos hemos planteado los siguientes objetivos específicos:

- Describir las principales características de los representantes legales de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico.
- Describir las principales características de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico.
- Describir las principales características del financiamiento de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico.
- Describir las principales características de la capacitación de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico.
- Describir las principales características de la rentabilidad de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico.

La justificación del estudio: El estudio es importante porque nos permitirá describir las principales características del financiamiento de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico. Es decir, la investigación nos permitirá tener ideas mucho más concretas de cómo opera el financiamiento en las empresas; finalmente, la investigación también se justifica porque servirá de base para realizar otros estudios similares en diferentes sectores de la ciudad de Pucallpa y de otros ámbitos geográficos de la región y del país.

La investigación contiene las siguientes partes: Planteamiento de la Investigación, en donde destacan el planteamiento del problema, los objetivos general y objetivos específicos; el Marco Teórico y Conceptual, donde consideraremos los antecedentes, las

bases teóricas, entre otros; la Metodología, en donde sobresalen el tipo de investigación, nivel de la investigación, diseño de la investigación, definición y operacionalización de las variables, técnicas e instrumentos de recolección de datos, plan de análisis, matriz de consistencia y principios éticos, y, finalmente las Referencias Bibliográficas y los Anexos.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1 Internacionales

(Pacheco I., 2010), quien realizó su tesis de investigación para obtener el título de Ingeniero Comercial, realizó el estudio titulado “Diseño de un Plan Estratégico de Marketing aplicado a la Compañía Empredial S.A. (electrodomésticos Arcos)” en la Universidad de Cuenca – Ecuador. En ella describe que la comercialización de electrodomésticos y accesorios para el hogar es uno de los principales sectores económicos en donde un plan estratégico es fundamental para su crecimiento y desenvolvimiento en la toma de decisiones, que permite visualizar un mercado futuro para aprovechar las ventajas que se pueda dar. Se ha tomado como caso práctico a la “Empresa EMPREDIAL S.A., con su nombre comercial “Electrodomésticos ARCOS” del cantón Gualaceo. Con el Plan Estratégico de Marketing que realizaremos, la empresa podrá mejorar el servicio que brinda, contribuyendo de esta manera con aportes significativos para su crecimiento. El presente Plan estratégico de Marketing será desarrollado en cuatro capítulos de la siguiente manera: El primer capítulo se refiere a los antecedentes de la empresa EMPREDIAL S.A., se realizara un análisis en cuanto a su reseña histórica, estructura organizacional, delegación de funciones, políticas de venta y

cobranza. En el segundo capítulo se llevara a cabo un análisis de la oferta y la demanda, la investigación de mercados de donde se seleccionará el mercado meta, se analizara la combinación del marketing, el cual está enfocado a los productos que la empresa tiene, precios, publicidad y promoción que tiene la empresa y un análisis al comportamiento del consumidor.

(Founes Méndez & Salazar Bustos, 2016), quien realizó su tesis de investigación para obtener el Grado de Magister en Tributación y Finanzas, realizó el estudio titulado “Aplicación de Salvaguardias Arancelarias y su Impacto en el Empleo en el Sector Comercial de Electrodomésticos Período 2010-2014”, en la Universidad de Guayaquil – Ecuador. En ella describe que las medidas arancelarias son instrumentos de política económica que aplica un gobierno con el fin de estabilizar el mercado del mismo, es aplicada ante la difícil situación que experimenta un país, al estancarse su generación de divisas con el fin de que los capitales no se fuguen a otros mercados, sino que se queden circulando dentro de la economía y así se pueda dinamizar los ciclos productivos, tener mayor liquidez para sostener el empleo y la producción. El sector comercial importador de línea blanca es debilitado ante la medida arancelaria propuesta por el gobierno con el fin de estimular el sector como tal, sin embargo, las importadoras tuvieron que despedir a los trabajadores y fugar los capitales ante la medida propuesta. La metodología aplicada es cualitativa y cuantitativa es decir, mixta, con el método bibliográfico, inductivo, analítico y sintético, se obtuvieron los siguientes resultados: el 56% de las empresas importadoras ha tenido compras regulares, mientras que el 44% firman contratos muy frecuentemente, ocasionales, lo que provoca una incertidumbre en el trabajador, donde se puede llegar a la conclusión que es necesario fortalecer las estrategias en el sector para hacer frente a la medida

impositiva del gobierno y no desabastecer el stock y provocar un desempleo directo y masivo en el país.

(Aray Intriago, 2016), quien realizó su tesis de investigación para obtener el del Grado de Magíster en Administración de Empresas Mención en Marketing, realizó el estudio titulado “Estrategia de Marketing para Reestructurar la Oferta de Línea Blanca en una Cadena de Electrodomésticos”, en la Universidad de Guayaquil, de la Facultad de Ciencias Administrativas, en la que describe que trabajo consistió en analizar las diferentes estrategias de marketing utilizadas para reestructurar la oferta de producto al consumidor final de una población de veinte retails se consideró una muestra de cinco y se tomó una cadena de electrodomésticos la más importante ubicada en la ciudad de Guayaquil, se consideró información de sus ventas en unidades y dólares correspondientes a los años 2011 - 2015 y se determinó cómo los productos de línea blanca conformada por tres categorías se han visto afectadas por diversas regulaciones. En este sentido se revisó las variaciones de ventas; se indago acerca de las causas que generaron estas variaciones y sus efectos modificando la participación de las categorías de cocción, lavado y refrigeración. Finalmente, el presente trabajo de investigación se basó en la técnica de revisión documental de información donde se llevó a cabo el análisis estadístico, el mismo que ha contribuido de manera efectiva a los administradores del marketing orientándolos a la formulación de nuevas estrategias para diseñar una oferta estructurada al entorno cambiante y las necesidades del cliente.

La crisis que atraviesan algunos países de América del Sur como Venezuela, Argentina, Brasil y particularmente Ecuador ha puesto a prueba el conocimiento científico y la experiencia de responsables de las áreas de marketing en empresas,

quienes junto con el área comercial deben impulsar la venta de productos a precios razonables para el cliente, obteniendo rentabilidad y garantizando una distribución adecuada generando sostenibilidad en mercados cambiantes. En Ecuador la implementación de salvaguardias, cupo de importación, incremento de impuestos y otros factores han hecho que las cadenas de electrodomésticos en general se vean obligadas a mejorar su ventaja competitiva con relación a cada línea de producto que conforma su portafolio. Con la aplicación de nuevas medidas económicas por parte del gobierno central desde el año 2011, la línea blanca ha presentado un decreciente constante; en el 2015 con el ingreso de cocinas de inducción se recupera a pesar de que las categorías refrigeración y lavado tienden a disminuir, en este sentido se vuelve indispensable mejorar la oferta al cliente.

2.1.2 Nacionales

(Feijoó B., 2016), quien realizó su tesis de investigación para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración, realizó el estudio titulado “Caracterización de la Capacitación y Competitividad en las MYPES Comerciales Rubro Electrodomésticos en Tumbes, 2016”, en la Universidad Católica los Ángeles De Chimbote – Perú. En ella estableció como objetivo general determinar las características de la capacitación y la competitividad en las MYPES comerciales rubro electrodomésticos en la ciudad de Tumbes, 2016. Se empleó la metodología de tipo descriptiva porque permite hacer un diagnóstico de las variables en estudio: Capacitación y Competitividad, el diseño de investigación es no experimental ya que se observan los fenómenos tal y como se dan el contexto natural, también será de corte transversal y el nivel es cuantitativo porque se evaluará de manera cuantitativa, mediante gráficos y estadísticas, para lo cual se utilizó un instrumento como lo es la encuesta que nos permitirá obtener resultados de los puntos más

resaltantes a evaluar. Se considera necesario que uno de los proyectos inmediatos que se debe realizar en las MYPES en estudio, es la implementación de cursos y/o programas de capacitación donde se detalle los procesos y pautas a seguir para efectuar de manera eficiente las actividades encomendadas a cada uno de los trabajadores para poder brindar un buen servicio a los clientes.

(Benavides M., 2017), quien realizó su tesis de investigación para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración, realizó el estudio titulado “Caracterización de la Gestión de Calidad y la Formalización de las MYPES del sector comercio - Rubro venta de electrodomésticos en el distrito de Juanjuí, 2017”, en la Universidad Católica los Ángeles De Chimbote – Juanjuí. El presente proyecto de investigación se realizó con el fin de conocer las características de la gestión de calidad y la formalización de las MYPES del sector comercio rubro venta de electrodomésticos, para lo cual se tomó como referencia a los centros comerciales de la ciudad de Juanjuí. A nivel mundial existen MYPES que han logrado establecerse bien en el mercado, pero a medida que se van formando en otros lugares hacen que sus sucursales no cuentan con una buena gestión de calidad y es el motivo para que las empresas se vayan a la banca rota. (Romero; Bahamon, Colombia 2013) Hablan sobre un plan de mercadeo ABBA electrodomésticos que se realizó en Colombia 2013; donde dan a conocer que el desempeño general de ABBA equivale al 54.5% sobre todos los módulos que la componen, lo que indica que hay un potencial de desempeño del 45.5% focalizándose en prácticas de direccionamiento estratégico, gestión de comunicación y la información, conocimiento innovación y tecnología y mercadeo. La asociatividad como práctica, la gestión humana y financiera sumada la gestión de producción serán los módulos

de ABBA deberá seguir fortaleciendo para lograr un desempeño empresarial competitivo.

2.1.3 Regionales y locales

(Vásquez F., 2011). Pucallpa es una ciudad que está creciendo y está conformada por muchas micro- y pequeñas empresas; es por eso que la Dirección Regional de Trabajo y Promoción de Empleo de la ciudad de Pucallpa ha empezado a establecer mecanismos adecuados de coordinación, ejecución y supervisión de las políticas dictadas por el sector en concordancia con la política del Estado, con los planes sectoriales y regionales, para apoyar a las micro y pequeñas empresas mediante capacitación y financiamiento; de esta manera las micro y pequeñas empresas de los diferentes sectores y rubros pueden dar empleo a los habitantes de Pucallpa y sus alrededores, lo que a su vez permitirá satisfacer las necesidades de los usuarios y al público en general de la región Ucayali. En Pucallpa existen muchas micro y pequeñas empresas que desarrollan sus actividades productivas y de comercio en diferentes sectores y rubros económicos. Según la Sunat (2010), en la Región de Ucayali existen 15 307 mypes, las que contribuyen con el 1 % del PBI y representan el 1,3 % del total de mypes existentes en el país. De estas mypes, la mayoría se encuentran en la ciudad de Pucallpa, que es una de las ciudades más importantes de la región de Ucayali. Sin embargo, a nivel desagregado se desconoce qué características tienen las mypes de Pucallpa. En tal sentido en la Ciudad de Pucallpa; el comercio es uno de los principales sectores que viene en pleno crecimiento y desarrollo, y el distrito de Manantay es uno de los distritos pujantes con un índice que viene en aumento cada día en el rubro de compra y venta de electrodomésticos en donde se centra el siguiente proyecto de investigación. El estudio nos permitirá conocer a nivel exploratorio la asociación del financiamiento

y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas de este rubro, así como la relación o asociación del financiamiento y la rentabilidad.

(Díaz Cabrera, 2017), quien realizó su tesis de investigación para optar el Título de Contador Público, realizó el estudio titulado “Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodomésticos, del distrito de Manantay, 2017”, en la Universidad Católica los Ángeles De Chimbote – Pucallpa. El presente proyecto de investigación, tuvo como objetivo general, describir las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodomésticos, del distrito de Manantay, 2017. El diseño de la investigación fue no experimental descriptivo, el tipo y nivel de investigación que se utilizó fue descriptivo cuantitativo. Para postearla a cabo se nombró en forma dirigida un modelo de 10 microempresas a quienes se les suministro un cuestionario de 30 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, adquiriendo los siguientes resultados: Respecto al financiamiento: a) El 70% de las micros y pequeñas empresas encuestadas recibieron financiamiento de terceros y el 30% lo hizo con recursos propios. b) El 100% de los representantes legales encuestados que obtuvieron préstamos en el año 2017 invirtieron sus créditos en capital de trabajo. Respecto a la rentabilidad: c) El 80% manifestó que el financiamiento sí aumento la rentabilidad de la empresa y el 20% no precisa si subió la rentabilidad de la empresa.; d) El 70% expreso que la rentabilidad de sus empresas si ha mejorado en los últimos años.

(Tello Noriega , 2017), quien realizó su tesis de investigación para optar el Título de Contador Público, realizó el estudio titulado “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas

del sector comercio, rubro compra y venta de electrodomésticos del distrito de Callería, 2017”, en la Universidad Católica los Ángeles De Chimbote – Pucallpa. El presente proyecto de investigación, describe que las micro y pequeñas empresas, son pilares básicos de nuestra economía, por tanto su participación es trascendental en el progreso de nuestro país. Si se contará con el soporte preciso podría ser la salida a los problemas económicos y al desempleo de grandes núcleos poblacionales que se presentan en el territorio nacional. Las pequeñas y medianas empresas comercializadoras de electrodomésticos ascienden en el mercado nacional generando ingresos y empleo. El rápido avance de la tecnología permite a más familias acceder a estos productos que faciliten su trabajo diario en el hogar y en el trabajo. Lo cual exige a estas empresas a ser más competitivas referente a precios, promociones, publicidad, tecnología, infraestructura y recursos humanos. Las actividades principales de este tipo de empresas comercializadoras son la compra de laptops y negociación con los proveedores, así como la venta dirigida y el servicio brindado a sus clientes.

2.2 Marco conceptual

Definiciones de Micro y Pequeñas Empresas.

Micro y Pequeñas Empresas es una empresa de tamaño pequeño, su definición varía de acuerdo a cada país, aunque, en general, puede decirse que una microempresa cuenta con un máximo de diez trabajadores y una facturación acotada. Por otra parte, el dueño de la microempresa suele trabajar en la misma. La creación de una micro empresa puede ser el primer paso de un emprendedor a la hora de organizar un proyecto y llevarlo adelante. Al formalizar su actividad a través de una empresa, el emprendedor cuenta con la posibilidad de acceder al crédito, contar con aportes jubilatorios y disponer de una obra social.

La micro empresa puede enmarcarse dentro de las pequeñas y medianas empresas (pymes). Se trata de compañías que no tienen una incidencia significativa en el mercado (no vende en grandes volúmenes) y cuyas actividades no requieren de grandes sumas de capital (en cambio, predomina la mano de obra).

Definiciones de financiamiento:

Se conoce como financiamiento o financiación el mecanismo por medio del cual se aporta dinero o se concede un crédito a una persona, empresa u organización para que esta lleve a cabo un proyecto, adquiera bienes o servicios, cubra los gastos de una actividad u obra, o cumpla sus compromisos con sus proveedores. El financiamiento es un motor importante para el desarrollo de la economía, pues permite que las empresas puedan acceder a los recursos para llevar a cabo sus actividades, planificar su futuro o expandirse.

En términos temporales, existen dos tipos de financiamiento: Financiamiento a corto plazo, es aquel cuyo plazo de vencimiento es inferior al año, como, por ejemplo, el crédito bancario. Financiamiento a largo plazo, es aquel cuyo plazo de vencimiento es superior al año, aunque también puede no tener fecha límite para su devolución (cuando proviene de amigos o parientes). Tal es el caso de las ampliaciones de capital, la autofinanciación o de algunos préstamos bancarios.

Dependiendo de su lugar de proveniencia, los financiamientos pueden dividirse en externos e internos: Financiamiento interno, es aquel en el cual la empresa echa mano de sus propios medios económicos, producto de su actividad, para reinvertir sus beneficios en sí misma. Puede proceder de reservas, fondos propios, amortizaciones, etc. Financiamiento externo: es aquel que proviene de inversionistas que no son parte de la empresa.

Definiciones de capacitación:

La capacitación es el proceso que permite a la organización, en función de las demandas del contexto, desarrollar la capacidad de aprendizaje de sus miembros, a través de la modificación de conocimientos, habilidades y actitudes, orientando la a la acción para enfrentar y resolver problemas de trabajo, en tal sentido la capacitación están orientadas a ampliar los conocimientos, habilidades y aptitudes del personal que labora en una empresa, por tal sentido la capacitación les permite a los trabajadores poder tener un mejor desempeño en sus actuales y futuros cargos, adaptándose a las exigencias cambiantes del entorno.

Definiciones de rentabilidad:

La rentabilidad se define como aquel vínculo que existe entre el lucro económico que se obtiene de determinada acción y los recursos que son requeridos para la generación de dicho beneficio. En otras palabras, puede entenderse a la rentabilidad o como el retorno que recibe un accionista en una empresa por participar económicamente de la misma. También se describe como la condición de rentable y la capacidad de generar renta (beneficio, ganancia, provecho, utilidad). La rentabilidad, por lo tanto, está asociada a la obtención de ganancias a partir de una cierta inversión.

2.3 Bases teóricas de la investigación

Teorías del financiamiento:

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

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

(Juan Cuattromo & Leandro A Serino, 2010), describen a las características del Sistema Financiero Argentino (SFA): son marcadamente diferentes a la de los países desarrollados (cuya complejidad y profundidad, según Kregel (2010c), son una de las causas de la crisis financiera internacional). Como sugirió Fortino (2010), el proceso de expansión en el producto iniciado a la salida del modelo de convertibilidad se dio junto con muy bajos niveles de intermediación del sistema financiero en una tendencia que parece divergir en el tiempo.

(Escobedo Almendral, 2014). Encontrar una estructura de financiamiento que incremente el valor de la empresa y represente mayor rendimiento para el dueño por peso invertido, continúa siendo uno de los temas más relevantes de la teoría financiera moderna. En los últimos años mucho se ha abordado el tema y disímiles han sido los enfoques que sobre este tema se han planteado. El objetivo del presente artículo es mostrar la evolución teórica que ha presentado el tema para comprender así su estado actual y la creciente necesidad que exhibe esta cuestión. En este trabajo se muestran los planteamientos más relevantes que tratan sobre el tema en el ámbito nacional e internacional, con una evolución desde sus comienzos hasta la actualidad. El estudio de

una estructura de financiamiento capaz de incrementar el valor de la empresa, tema conocido con diferentes categorías como estructura financiera óptima, o eficiente, razón de endeudamiento óptima, o estructura óptima de capital, entre otros, es una de las cuestiones más atractivas de la teoría financiera moderna.

Aun cuando en estudios tanto empíricos como de argumentación teórica y práctica, con fuerte rigor científico, ha quedado plasmado que no se podría afirmar que el éxito en empresas rentables sea resultado directo de las bases que sustentan este tema, lo que sí es incuestionable es la importancia que reviste el mismo para la teoría financiera, al no estar omitido en ninguno de los textos que sobre finanzas trata, así como el hecho de que muchas de las grandes corporaciones de varios países consideran de uso obligatorio una estructura financiera fijada como meta, por tal motivo desde hace varios años financistas y economistas de todo el mundo se dan a la tarea de elaborar modelos que permitan acercarse lo más posible a lo que se pudiera denominar Estructura Financiera Óptima (EFO). Bajo este criterio, instituciones financieras y no financieras, así como también gubernamentales, basan sus estrategias de financiamiento en la búsqueda de alcanzar la tan preciada eficiencia. Pues, aun cuando existen criterios que ponen en duda el alcance de ese óptimo financiero, ha quedado demostrado que el éxito o la supervivencia de muchas empresas están fuertemente relacionados con la estructura de financiamiento que se aplique.

Teorías de la Capacitación:

(Giovanni Pérez, Uriel Pineda, Martín D. Arango, 2011). En este artículo se analiza el concepto de capacitación desde la perspectiva de algunas teorías de aprendizaje con el propósito de aclarar la influencia que puede tener el entrenamiento de los trabajadores en el mejoramiento de sus competencias laborales y en el desempeño global de la organización. Se da una mirada a las condiciones de contexto organizacional y cultural

para que las personas liberen su potencial y asuman la administración de los puestos de trabajo. Se establece que es necesaria la transformación organizacional para que las empresas generen las condiciones favorables a la autonomía y el aprendizaje continuo. Se indica que el enfoque actual de la capacitación se caracteriza por el desarrollo de competencias y, al final, se concluye cómo debe orientarse la capacitación desde los modelos de gestión centrados en las personas, de modo que los trabajadores mejoren su desempeño en el puesto de trabajo.

(González García, 2011). Desde el punto de vista filosófico, se ha expresado que el conocimiento es la fuente del desarrollo y que tiene gran importancia para orientarse en la actividad práctica para indicar donde se debe dirigir la actividad humana, tanto en el orden teórico como práctico. Por tanto, el conocimiento es una de las formas en que se refleja la relación hombre-mundo. El conocimiento es inseparable de la actividad, entendida esta como el modo de existencia, cambio, transformación y desarrollo de la realidad social. Deviene como relación sujeto objeto y está determinada por leyes objetivas. Se reconoce el papel de la práctica en la actividad humana y en particular en el proceso de obtención del conocimiento, fundamenta la aproximación y unidad del pensamiento con la realidad objetiva. La actividad es fuente y desarrollo del hombre y en consecuencia, de la cultura.

Toda actividad incluye en sí un objetivo, determinados medios, el resultado y el propio proceso de la actividad. Una característica inalienable de la actividad es su carácter consciente. La actividad es la fuerza motriz real del progreso social y es condición de la existencia misma de la sociedad. Por lo tanto la actividad penetra todas las esferas del conocimiento humano, incluyendo el proceso de capacitación como tal y en el caso particular, cuadro reserva: es un proceso en el que interviene (el director, sus cuadros y las reservas seleccionadas) los que forman parte del proceso educativo con

objetivos diferentes pero con una meta común: el cumplimiento del encargo social dado a la escuela a partir de los cambios que se producen en las diferentes educaciones lo que conlleva a formas superiores de preparación de los cuadros y sus reservas. La acción es el eslabón constituyente de la actividad y las actividades se realizan por medio de estos eslabones, los constituyentes principales de las actividades humanas particulares son las acciones que la realizan.

Teoría de la Rentabilidad

(La Teoría de la Rentabilidad). La rentabilidad expresada como ROI por sus siglas en inglés Return on Investment, muestra en el juego de Cashflow 101 creado por Robert Kiyosaki y en la vida real, una tasa a obtener por cualquier inversión y la cual debe ser mayor a la tasa libre de riesgo que puede dar el banco si invirtiéramos ahí para compensar el riesgo que se está asumiendo. Pero ahora analicemos algo oculto detrás del ROI: para cualquier activo, digamos una máquina vending, un negocio de helados, una empresa manufacturera, un inmueble o simplemente una inversión en acciones es posible determinar su rentabilidad si se revisa su desempeño histórico, comparando cuánto se invirtió y cuánta utilidad generó, como si por arte de magia cualquiera que tuviera ese bien, fuera capaz de obtener siempre la misma ganancia, si así fuera, todos los negocios de un mismo sector que se igualaran en el monto de su inversión ganarían lo mismo siempre. Las utilidades están en función de la inversión, pero también están en función del propietario, o mejor dicho, de las cualidades del propietario.

Para descubrir la verdadera rentabilidad del negocio habrá que tomar en cuenta si existen algunas actitudes del propietario relacionadas con el éxito, entre otras: Liderazgo efectivo, evidenciado por su capacidad de llevar a cabo proyectos así como formar y dirigir equipos; su visión clara del futuro, evidenciada con un plan concreto de acción; otra, su capacidad de vender, evidenciada por su pasión por las ventas y su positiva

aceptación a ser rechazado una y mil veces, y finalmente, su experiencia en los negocios, evidenciada por el número fracasos y éxitos en negocios anteriores.

III. HIPÓTESIS

La investigación no tiene hipótesis, por ser descriptivo.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

4.1.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación fue cuantitativo, porque en la recolección de los datos y la presentación de los resultados se utilizaron procedimientos estadísticos e instrumentos de medición

4.1.2 Nivel de investigación

El nivel de investigación fue descriptivo, debido a que sólo se limitó a describir la principal característica de la variable en estudio.

4.1.3 Diseño de la investigación

El diseño que se utilizó en la investigación fue no experimental - descriptivo.

No experimental:

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

Descriptivo:

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

4.2 Población y muestra

4.2.1 Población

La población se constituyó por 26 micro y pequeñas empresas dedicadas al sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería. La información fue obtenida por un estudio dirigido por conveniencia.

4.3.1 Muestra

De la población en estudio se tomó una muestra a 26 micro y pequeñas empresas dedicadas al sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, la cual representa el 100% del universo.

4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable Complementaria	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Perfil de los propietarios y/o gerentes de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico.	Son algunas características de los propietarios y/o gerentes de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico.	Edad	Razón: Años
		género	Nominal: Masculino Femenino
		Grado de instrucción	Nominal: Sin instrucción Primaria completa Primaria incompleta Secundaria completa Secundaria incompleta Instituto Universidad

Variable Complementaria	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Perfil de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico.	Son algunas características de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico.	Giro del negocio de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico.	Nominal: Especificar
		Antigüedad de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico.	Razón: Un año Dos años Tres años Más de tres años
		Número de trabajadores	Razón: 01 06 15 16 – 20 Más de 20
		Objetivos de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico.	Nominal: Maximizar ganancias Poner a disposición empleo a la familia Producir ingresos para la familia Otros: Precisar

Variable complementaria	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Financiamiento en de las empresas de la actividad económica de compra y	Son algunas características relacionadas con el	Solicito crédito	Nominal: Si
		Recibió crédito	Nominal: Si

venta de electrodoméstico.	de financiamiento de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico.	Importe del crédito solicitado	Cuantitativa: Especificar el monto
		Importe del crédito recibido	Cuantitativa: Especificar el importe
		Entidad a la que solicito el crédito	Nominal: Bancaria No bancaria
		Entidad que le otorgo el crédito	Nominal: Bancaria No bancaria
		Tasa de interés cobrado por el crédito	Cuantitativa: Especificar
		Crédito oportuno	Nominal: Si
		Crédito inoportuno	Nominal: Si
		Monto del crédito: Suficiente Insuficiente	Nominal: Si No
		Cree que el financiamiento mejora la empresa.	Nominal: Si No

Variable	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de	Son algunas características relacionadas a la capacitación del personal	Recibió capacitación antes del otorgamiento del crédito	Nominal: Si No

electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.(variable principal)	en las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico.	Cantidad que se ha capacitado el personal de gerencia en los dos últimos años	Ordinal: 1 2 3 4 Más de 4
		Los trabajadores de la empresa se capacitan	Nominal: Si No
		Número de veces que se han capacitado los trabajadores de la empresa en los dos últimos años.	Ordinal: Uno Dos Tres Más de tres
		Tipo de cursos en los cuales se capacita el personal de la empresa.	Nominal: Inversión del crédito Marketing empresarial Manejo empresarial Otros: especificar
		Considera la capacitación como una inversión.	Nominal: Si
		Cree que la capacitación mejora la rentabilidad de su empresa	Nominal: Si No
		Cree que la capacitación mejora la competitividad de la empresa	Nominal: Si No

Variable	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017..(principal)	Percepción que tienen los propietarios y/o gerentes de las Mypes de la rentabilidad de sus empresas en el periodo de estudio.	Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los dos últimos años	Nominal: Si No
		Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por el financiamiento recibido	Nominal: Si No
		Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por la capacitación recibida por Ud. y su personal	Nominal: Si No
		Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por el financiamiento y la capacitación recibidos	Nominal: Si No

Fuente: Bardales (2017).

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.4.1 Técnica: Se utilizó la técnica de la encuesta.

4.4.2 Instrumentos: Es el medio que se utilizó para conseguir un objetivo determinado, se utilizó un cuestionario estructurado de 36 preguntas.

4.5 Plan de análisis

Los datos recolectados en la investigación se analizó haciendo uso de la estadística descriptiva, para la tabulación de los datos se tuvo como soporte el programa Excel.

4.6 Matriz de consistencia

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA		
Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico o del distrito de Callería, 2017.	¿Cuáles son las primordiales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico?	GENERAL	La investigación no tiene hipótesis, por ser descriptivo.	Financiamiento	1. Bancos 2. Intereses 3. Monto 4. Plazos 5. Inversión	- Crédito. - Entidades financieras. - Tasa de interés. - Monto del crédito.	TIPO Y NIVEL	POBLACIÓN	INSTRUMENTO
		ESPECÍFICOS			1. Personal	- Trabajadores permanentes - Recibe capacitación.			
		Capacitación		2. Cursos de capacitación 3. Trabajadores	- Nro. de capacitaciones. - Trabajadores son capacitados - Trabajadores eventuales	DISEÑO	TÉCNICA	ANÁLISIS DE DATOS	
		Rentabilidad		1. Financiamiento 2. Capacitación 3. Año de mejor rentabilidad	- Es importante la capacitación - Mejoró la rentabilidad. - Mejoró la rentabilidad de su empresa gracias a la capacitación. - Mejora la rentabilidad de su empresa gracias al financiamiento.				
		<p>Describir las principales características de los representantes legales de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico.</p> <p>Describir las principales características de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico.</p> <p>Describir las principales características del financiamiento de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico.</p> <p>Describir las principales características de la capacitación de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico.</p> <p>Describir las principales características de la rentabilidad de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico.</p>					<p>La población estará conformada por 26 propietarios de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico.</p> <p>MUESTRA Estará conformada por 26 propietarios de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.</p>	<p>Cuestionario de 36 preguntas cerradas</p>	
							No experimental - transversal - retrospectivo - descriptivo	Se aplicará la técnica de la encuesta	Se hará uso del análisis descriptivo; para la tabulación de los datos se utilizará como soporte el programa Excel y para el procesamiento de los datos el software SPSS Versión 20 (Programa de estadística para ciencias sociales).

4.7 Principios éticos

4.7.1 Principios éticos: (Koepsell y Ruíz , 2016). “Los principios fundamentales y universales de la ética de la investigación con seres humanos son: respeto por las personas, beneficencia y justicia. Los investigadores, las instituciones y de hecho, la sociedad están obligados a garantizar que estos principios se cumplan cada vez que se realiza una investigación con seres humanos, sin que ello se considere como un freno a la investigación sino como un valor científico que actúa en beneficio de la disciplina y la sociedad en general, pues sólo así es posible asegurar el progreso de la ciencia”.

4.7.2 Respeto por las personas: Se basa en reconocer la capacidad de las personas para tomar sus propias decisiones, es decir, su autonomía. A partir de su autonomía protegen su dignidad y su libertad. El respeto por las personas que participan en la investigación (mejor “participantes” que “sujetos”, puesto esta segunda denominación supone un desequilibrio) se expresa a través del proceso de consentimiento informado, que se detalla más adelante.

4.7.3 Beneficencia: “La beneficencia hace que el investigador sea responsable del bienestar físico, mental y social del encuestado. De hecho, la principal responsabilidad del investigador es la protección del participante. Esta protección es más importante que la búsqueda de nuevo conocimiento o que el interés personal,

profesional o científico de la investigación, por tal sentido nuestras acciones deben ser motivadas por buenas intenciones o cuando menos la voluntad de no causar daño a los demás”.

4.7.4 Justicia: “El principio de justicia prohíbe exponer a riesgos a un grupo para beneficiar a otro, pues hay que distribuir de forma equitativa riesgos y beneficios. Así, por ejemplo, cuando la investigación se sufraga con fondos públicos, los beneficios de conocimiento o tecnológicos que se deriven deben estar a disposición de toda la población y no sólo de los grupos privilegiados que puedan permitirse costear el acceso a esos beneficios”, por tal razón la justicia requiere de imparcialidad y de una distribución equitativa de los bienes.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

CUADRO N° 01		
I. DATOS GENERALES DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LAS EMPRESAS DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE COMPRA Y VENTA DE ELECTRODOMÉSTICO.		
TABLA N°	DATOS	DESCRIPCIÓN
01	Edad de los representantes legales	El 15.38% (4) de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas tienen entre 18 a 30 años de edad; el 46.15% (12) entre 31 a 50 años y el 38.46% (10) tienen entre 51 años a más.
02	Género de los representantes legales	El 69.23% (18) de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas son del género

		masculino y el 30.77% (8) son del género femenino.
03	Grado de instrucción de los representantes legales	El 23.08% (6) de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas tienen primaria completa; el 26.92% (7) primaria incompleta; el 11.54% (3) secundaria completa; el 3.85% (1) secundaria incompleta; el 19.23% (5) Superior universitario completo y el 15.38% (4) Superior universitario incompleta.
04	Estado civil de los representantes legales	El 19.23% (5) de los representantes legales las micro y pequeñas empresas son solteros; el 30.77% (8) son casados, el 38.46% (10) son convivientes y el 11.54% (3) son divorciados.
05	Profesión de los representantes legales	El 11.54% (3) de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas tienen la profesión de Administración de Empresas; el 3.85% (1) Contador Público; el 3.85% (1) Técnico Contable; el 3.85% (1) Profesor y el 76.92% (20) no cuentan con ninguna profesión.
06	Ocupación de los representantes legales	El 46.15% (12) de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas tienen la ocupación de Gerente General, el 42.31% (11) Administradores; el 3.85% (1) Contador; el 3.85% (1) Cajero y el 3.85% (1) Técnico electrónico.
CUADRO N° 02		
II. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS MYPES		
07	Tiempo en años que se encuentra en el sector y rubro	El 7.69% (2) de las micro y pequeñas empresas tienen entre 0 a 5 años en el rubro; el 30.77% (8) entre 6 a 10 años; el 19.23% (5) entre 11 a 15 años y el 42.31% (11) tienen entre 16 a más años.
08	Formalidad de las micro y	El 100.00% (26) de las micro y pequeñas empresas son formales.

	pequeñas empresas	
09	Números de trabajadores permanentes	El 65.38% (17) de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores permanentes y el 34.62% (9) tiene entre 6 a 10 trabajadores permanentes.
10	Número de Trabajadores eventuales	El 42.31% (11) de las micro y pequeñas empresas no tienen trabajadores eventuales; el 50.00% (13) de 1 a 5 trabajadores eventuales y el 7.69% (2) de más de 11 trabajadores eventuales.
11	Motivos de formación de las micro y pequeñas empresas	El 100.00% (26) de las micro y pequeñas empresas tienen el objetivo de obtener ganancias.
CUADRO N° 03		
III. DEL FINANCIAMIENTO DE LAS PYPES		
12	Cómo financia su actividad productiva	El 61.54% (16) de las micro y pequeñas empresas han sido por financiamiento propio y el 38.46% (10) ha sido financiados por terceros.
13	Si el financiamiento es de terceros: A que entidades recurre para obtener financiamiento	El 11.54% (3) de las micro y pequeñas empresas han sido financiados por Mi Banco, el 15.38% (4) por Banco de Crédito del Perú, el 3.85% (1) por Cmac Maynas, el 3.85% (1) por Cmac Piura, el 3.85% (1) por BBVA Banco Continental y el 61.54% (16) no recibieron ningún financiamiento financiero.
14	Que tasa de interés mensual paga	El 61.54% (16) de las micro y pequeñas empresas no pagó ningún interés mensual; el 3.85% (1) pagó de 1% a 5% de interés; el

		3.85% (1) pagó de 6% a 10% de interés; el 11.54% (3) pagó de 11% a 15% de interés y el 19.23 (5) pagó de 16% más.
15	Entidades no bancarias (especificar el nombre de las entidades no bancarias)	El 3.85% (1) de las micro y pequeñas empresas recibieron financiamiento de usureros y el 96.15% (25) recibieron financiamiento de otros.
16	Qué tasa de interés mensual paga a entidades no bancarias	El 4.00% (1) de las micro y pequeñas empresas pagó una tasa de interés mensual a las entidades no bancarias el 1% a 5% de interés; el 4% (1) pagó el 6% a 10% de interés; el 12.00% (3) pagó el 11% a 15% de interés; el 19.00% (5) pagó de 16% de interés a más y el 62.00 % (16) no pagó ninguna tasa de interés.
17	Prestamistas o usureros	El 3.85% (1) de las micro y pequeñas empresas mencionan que solicitan financiamiento a prestamistas o usureros y el 96.15% (25) no solicitan ningún financiamiento.
18	Qué tasa de interés mensual paga a prestamistas o usureros	El 96.15% (25) de las micro y pequeñas empresas mencionan que pagaron de 11% a 15% de interés y el 3.85% (1) pagaron de 11% a 15% de tasa de interés.
19	Otros (especificar)	El 100.00% (26) de las micro y pequeñas empresas no pagaron otras tasa de interés.

20	Que tasa de interés mensual paga	El 100.00% (26) de las micro y pequeñas empresas manifestaron que no pagaron otras tasas de interés mensual.
21	Qué entidades financieras le otorga mayores facilidades para la obtención del crédito	El 23.08% (6) de las entidades bancarias otorgan mayor facilidad de crédito a las micro y pequeñas empresas; el 11.54% (3) entidades no bancarías; el 3.85% (1) prestamistas usureros y el 61.54% (16) ninguno.
22	Los créditos otorgados fueron en los montos solicitados	El 100.00% (26) de los créditos otorgados no fueron los montos solicitados por las micro y pequeñas empresas.
23	Monto Promedio de crédito otorgado	El 61.54% (16) de las micro y pequeñas empresas no solicitaron ningún monto de financiamiento, el 3.85% (1) el monto promedio de crédito de S/ 500.00 a S/ 5,000.00, el 11.54% (3) el monto promedio de crédito de S/ 6,000.00 a S/ 10,000.00, el 11.54% (3) el monto promedio de crédito de S/ 11,000.00 a S/ 15,000.00, el 11.54% (3) el monto promedio de crédito de S/ 16,000.00 a más.
24	Tiempo del crédito solicitado	El 34.62% (9) de las micro y pequeñas empresas, se les otorgó el crédito a corto plazo; el 3.85% (1) a largo plazo y 61.54%(16) no solicitaron ningún crédito.

25	En que fue invertido el crédito financiero que obtuvo	El 26.92% (7) de los representantes legales de las micro empresas, invirtió el crédito solicitado en Capital de trabajo; el 7.69% (2) en mejoramiento y/o ampliación del local; el 3.85% (1) Activo fijo y el 61.54% (16) en otros fines.
CUADRO N° 04		
IV. DE LA CAPACITACIÓN A LAS MYPES		
26	Recibió Ud. Capacitación para el otorgamiento del crédito financiero	El 100.00% (26) de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas, manifestaron que no recibieron capacitación para el otorgamiento del crédito financiero.
27	Cuántos cursos de capacitación ha tenido Ud. en el último año	El 100.00% (26) de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas, manifestaron que no se capacitaron en ningún curso en el último año.
28	Si tuvo capacitación: En qué tipo de cursos participó Ud.	El 100.00% (26) de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas, manifestaron que no participaron en ningún curso.
29	El personal de su empresa ¿Ha percibido algún tipo de capacitación?	El 50.00% (13) de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas, manifestaron que el personal recibió capacitación de 1 a 2 cursos, el 3.85% (1) de 3 a 4 cursos y el 46.15% (12) en ningún curso.

30	Considera Ud. Que la capacitación como empresario es una inversión.	El 53.85% (14) de los representantes legales, consideran que la capacitación es una inversión en las micro y pequeñas empresas y el 46.15% (12) consideran que no es una inversión.
31	Considera Ud. Que la capacitación de su personal es relevante para su empresa	El 53.85% (14) de los representantes legales, consideran que la capacitación es relevante para las micro y pequeñas empresas y el 46.15% (12) manifestaron que no es relevante.
32	En qué temas se capacitaron sus trabajadores	El 19.23% (5) de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas, manifestaron que los trabajadores se capacitaron en Manejo eficiente del microcrédito; el 26.92% (7) en prestación de mejor servicio a los clientes; el 3.85% (1) en Liderazgo; el 3.85% (1) en Ventas y el 46.15% (12) en ninguno.

CUADRO N° 05

V. PERCEPCIÓN DE LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES:

33	Cree que el financiamiento otorgado ha mejorado la rentabilidad de su empresa.	El 42.31% (11) de los representantes legales, manifestaron que el financiamiento otorgado ha mejorado la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas y 57.69% (15) no ha mejorado la rentabilidad.
----	--	--

34	Cree que la capacitación mejora la rentabilidad de la empresa.	El 50.00% (13) de los representantes legales, mencionaron que la capacitación mejora la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas y el 50.00% (13) mencionaron que no mejora la rentabilidad.
35	Cree Usted que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los últimos años	El 73.00% (19) de los representantes legales, mencionaron que la rentabilidad a mejorado en los últimos años y el 27.00% (7) mencionaron que la rentabilidad no ha mejorado.
36	Cree Ud. que la rentabilidad de su empresa ha disminuido en el último año	El 46.00% (12) de los representantes legales, mencionaron que la rentabilidad ha disminuido en el último año y el 54.14% (14) mencionaron que la rentabilidad no ha disminuido.

5.2 Análisis de resultados

Respecto a los dueños, gerentes y/o representantes legales:

- El 15.38% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas tienen entre 18 a 30 años de edad; el 46.15% entre 31 a 50 años y el 38.46% tienen entre 51 años a más. (Ver tabla N° 1).
- El 69.23% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas son del género masculino y el 30.77% son del género femenino. (Ver tabla N° 2).
- El 23.08% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas tienen primaria completa; el 26.92% primaria incompleta; el 11.54% secundaria completa; el 3.85% secundaria incompleta; el 19.23%

Superior universitario completo y el 15.38% Superior universitario incompleta. (Ver tabla N° 3).

- El 19.23% de los representantes legales las micro y pequeñas empresas son solteros; el 30.77% son casados, el 38.46% son convivientes y el 11.54% son divorciados. (Ver tabla N° 4).
- El 11.54% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas tienen la profesión de Administración de Empresas; el 3.85% Contador Público; el 3.85% Técnico Contable; el 3.85% Profesor y el 76.92% no cuentan con ninguna profesión. (Ver tabla N° 5).
- El 46.15% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas tienen la ocupación de Gerente General, el 42.31% (11) Administradores; el 3.85% (1) Contador; el 3.85% (1) Cajero y el 3.85% (1) Técnico electrónico. (Ver tabla N° 6).

Respecto a las características de las micro y pequeñas empresas:

- El 7.69% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 0 a 5 años en el rubro; el 30.77% entre 6 a 10 años; el 19.23% entre 11 a 15 años y el 42.31% tienen entre 16 a más años. (Ver tabla N° 7).
- El 100.00% de las micro y pequeñas empresas son formales. (Ver tabla N° 8).
- El 65.38% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores permanentes y el 34.62% tiene entre 6 a 10 trabajadores permanentes. (Ver tabla N° 9).

- El 42.31% de las micro y pequeñas empresas no tienen trabajadores eventuales; el 50.00% de 1 a 5 trabajadores eventuales y el 7.69% de más de 11 trabajadores eventuales. (Ver tabla N° 10).
- El 100.00% de las micro y pequeñas empresas tienen el objetivo de obtener ganancias. (Ver tabla N° 11).

Respecto al financiamiento:

- El 61.54% de las micro y pequeñas empresas han sido por financiamiento propio y el 38.46% ha sido financiados por terceros. (Ver tabla N° 12).
- El 11.54% de las micro y pequeñas empresas han sido financiados por Mi Banco, el 15.38% por Banco de Crédito del Perú, el 3.85% por Cmac Maynas, el 3.85% por Cmac Piura, el 3.85% por BBVA Banco Continental y el 61.54% no recibieron ningún financiamiento financiero. (Ver tabla N° 13).
- El 61.54% de las micro y pequeñas empresas no pagó ningún interés mensual; el 3.85% pagó de 1% a 5% de interés; el 3.85% pagó de 6% a 10% de interés; el 11.54% pagó de 11% a 15% de interés y el 19.23 (5) pagó de 16% más. (Ver tabla N° 14).
- El 3.85% de las micro y pequeñas empresas recibieron financiamiento de usureros y el 96.15% recibieron financiamiento de otros. (Ver tabla N° 15).
- El 4.00% de las micro y pequeñas empresas pagó una tasa de interés mensual a las entidades no bancarías el 1% a 5% de interés; el 4% pagó el 6% a 10% de interés; el 12.00% pagó el 11% a 15% de interés; el

19.00% pagó de 16% de interés a más y el 62.00 % no pagó ninguna tasa de interés. (Ver tabla N° 16).

- El 3.85% de las micro y pequeñas empresas mencionan que solicitan financiamiento a prestamistas o usureros y el 96.15% no solicitan ningún financiamiento. (Ver tabla N° 17).
- El 96.15% de las micro y pequeñas empresas mencionan que pagaron de 11% a 15% de interés y el 3.85% pagaron de 11% a 15% de tasa de interés. (Ver tabla N° 18).
- El 100.00% de las micro y pequeñas empresas no pagaron otras tasa de interés. (Ver tabla N° 19).
- El 100.00% de las micro y pequeñas empresas manifestaron que no pagaron otras tasas de interés mensual. (Ver tabla N° 20).
- El 23.08% de las entidades bancarias otorgan mayor facilidad de crédito a las micro y pequeñas empresas; el 11.54% entidades no bancarías; el 3.85% prestamistas usureros y el 61.54% ninguno. (Ver tabla N° 21).
- El 100.00% de los créditos otorgados no fueron los montos solicitados por las micro y pequeñas empresas. (Ver tabla N° 22).
- El 61.54% de las micro y pequeñas empresas no solicitaron ningún monto de financiamiento, el 3.85% el monto promedio de crédito de S/ 500.00 a S/ 5,000.00, el 11.54% el monto promedio de crédito de S/ 6,000.00 a S/ 10,000.00, el 11.54% el monto promedio de crédito de S/ 11,000.00 a S/ 15,000.00, el 11.54% el monto promedio de crédito de S/ 16,000.00 a más. (Ver tabla N° 23).

- El 34.62% de las micro y pequeñas empresas, se les otorgó el crédito a corto plazo; el 3.85% a largo plazo y 61.54% no solicitaron ningún crédito. (Ver tabla N° 24).
- El 26.92% de los representantes legales de las micro empresas, invirtió el crédito solicitado en Capital de trabajo; el 7.69% en mejoramiento y/o ampliación del local; el 3.85% Activo fijo y el 61.54% en otros fines. (Ver tabla N° 25).

Respecto a la capacitación:

- El 100.00% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas, manifestaron que no recibieron capacitación para el otorgamiento del crédito financiero. (Ver tabla N° 26).
- El 100.00% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas, manifestaron que no se capacitaron en ningún curso en el último año. (Ver tabla N° 27).
- El 100.00% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas, manifestaron que no participaron en ningún curso. (Ver tabla N° 28).
- El 50.00% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas, manifestaron que el personal recibió capacitación de 1 a 2 cursos, el 3.85% de 3 a 4 cursos y el 46.15% en ningún curso. (Ver tabla N° 29).
- El 53.85% de los representantes legales, consideran que la capacitación es una inversión en las micro y pequeñas empresas y el 46.15% consideran que no es una inversión. (Ver tabla N° 30).

- El 53.85% de los representantes legales, consideran que la capacitación es relevante para las micro y pequeñas empresas y el 46.15% manifestaron que no es relevante. (Ver tabla N° 31).
- El 19.23% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas, manifestaron que los trabajadores se capacitaron en Manejo eficiente del microcrédito; el 26.92% en prestación de mejor servicio a los clientes; el 3.85% en Liderazgo; el 3.85% en Ventas y el 46.15% en ninguno. (Ver tabla N° 32).

Respecto a la capacitación:

- El 42.31% de los representantes legales, manifestaron que el financiamiento otorgado ha mejorado la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas y 57.69% no ha mejorado la rentabilidad. (Ver tabla N° 33).
- El 50.00% de los representantes legales, mencionaron que la capacitación mejora la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas y el 50.00% mencionaron que no mejora la rentabilidad. (Ver tabla N° 34).
- El 73.00% de los representantes legales, mencionaron que la rentabilidad a mejorado en los últimos años y el 27.00% mencionaron que la rentabilidad no ha mejorado. (Ver tabla N° 35).
- El 46.00% de los representantes legales, mencionaron que la rentabilidad ha disminuido en el último año y el 54.14% mencionaron que la rentabilidad no ha disminuido. (Ver tabla N° 36).

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

Respecto a los dueños, gerentes y/o representantes legales:

- En las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico, se ha determinado que la mayoría son del género masculino, estado civil conviviente, así mismo la ocupación que presentan son de Gerente General y no tienen estudio Superior universitario completa.

Respecto a las características de las micro y pequeñas empresas:

- En las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico, se ha determinado que son formales, tienen trabajadores permanentes y eventuales, a su vez tienen el objetivo de obtener ganancias

Respecto al financiamiento:

- En las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico, se ha determinado que parte del financiamiento han sido propio, por usureros y entidades bancarias, a su vez se les otorgaron el crédito a corto y largo plazo, invirtiendo el crédito otorgado en Capital de trabajo.

Respecto a la capacitación:

- En las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico, se ha determinado que los gerentes y/o representantes legales no recibieron capacitación para el otorgamiento del

crédito financiero, así mismo el personal recibió capacitación de 1 a 2 cursos, en Manejo eficiente del microcrédito; prestación de mejor servicio a los clientes; liderazgo y ventas, ya que la mayoría consideran que la capacitación es una inversión y relevante en la empresa.

Respecto a la rentabilidad:

- En las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico, se ha determinado que el financiamiento otorgado ha mejorado la rentabilidad y que la capacitación mejora la rentabilidad.

6.2 Recomendaciones

Respecto a los representantes legales:

- Que los dueños y/o representantes legales, continúen estudiando y capacitándose con la finalidad de mejorar sus conocimientos y poner en práctica, así mismo formen un título profesional y le sirva para mejorar el rubro de compra y venta de electrodomésticos de las micro y pequeñas empresas.

Respecto a las características de las microempresas:

- Analizar las posibilidades que las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, traten de tener la menor cantidad de personal eventual, salvo en ocasiones que amerite (temporadas altas).

Respecto al financiamiento:

- Tomar en cuenta que antes de realizar un préstamo estén bien asesorados financieramente y evitar posibles problemas posteriores que se puedan

presentar y afectar económicamente a las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico.

Respecto a la capacitación:

- Se debe promover y considerar la capacitación constantemente en los trabajadores, ya que en la actualidad la capacitación es la respuesta a la necesidad que tienen las empresas de contar con un personal calificado y productivo, con el fin de mejorar desarrollo personal, rendimiento laboral y profesional a la vez que ofrecen grandes beneficios en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico.

Respecto a la rentabilidad:

- Los Dueños, gerentes y/o representantes legales deben elaborar un plan financiero, utilizar adecuadamente su estructura de capital, elaborar un plan de ventas, fomentar capacitaciones en ramas relacionadas con la rentabilidad donde existen algunas falencias y que al momento de invertir tener una idea clara de los pasos a seguir y las consecuencias que acarrearán posteriormente, en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico.

Referencias Bibliográficas

- Anahí Briozzo & Hernán Vigier. (s.f.). *La Estructura de Financiamiento PYME*.
Obtenido de <https://smallpdf.com/es/pdf-a-word>
- Aray Intriago, S. A. (2016). *“Estrategia de Marketing para Reestructurar la Oferta de Línea Blanca en una Cadena de Electrodomésticos”*. Guayaquil.
- Benavides M., A. M. (2017). *“Caracterización de la Gestión de Calidad y la Formalización de las MYPES del sector comercio - Rubro venta de electrodomésticos en el distrito de Juanjuí, 2017”*,. Juanjuí.
- Díaz Cabrera, J. J. (2017). *“Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodomésticos, del distrito de Manantay, 2017”*. Pucallpa.

- Escobedo Almendral, L. (2014). "Evolución de la teoría sobre la estructura financiera óptima en las empresas". *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, <http://xn--caribea-9za.eumed.net/estructura-financiera/>.
- Feijó B., B. Y. (2016). "*Caracterización de la Capacitación y Competitividad en las MYPES Comerciales Rubro Electrodomésticos en Tumbes, 2016*". Tumbes.
- Founes Méndez, G. M., & Salazar Bustos, G. (2016). "*Aplicación de Salvaguardias Arancelarias y su Impacto en el Empleo en el Sector Comercial de Electrodomésticos Período 2010-2014*". Ecuador.
- Giovanni Pérez, Uriel Pineda, Martín D. Arango. (2011). *La capacitación a través de algunas teorías de aprendizaje y su influencia en la gestión de la empresa*. Obtenido de <http://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/13>
- González García, R. (2011). *Referentes teóricos de la capacitación de los cuadros*.
- Juan Cuattromo & Leandro A Serino. (2010). *Características del Sistema Financiero Argentino (SFA)*. Buenos Ares.
- Koepsell y Ruíz . (2016). *Los principios fundamentales y universales de la ética*.
- La Teoría de la Rentabilidad*. (s.f.). Obtenido de <https://actitudfinanciera.wordpress.com/2011/07/19/la-teoria-de-la-rentabilidad/>
- Pacheco I., E. (2010). "*Diseño de un Plan Estratégico de Marketing aplicado a la Compañía Empredial S.A. (electrodomésticos Arcos)*". Ecuador.
- Tello Noriega , E. (2017). "*Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodomésticos del distrito de Callería, 2017*". Pucallpa.
- Vásquez F. (2011). *Micro y pequeñas empresas*. Pucallpa.

ANEXOS

1. Gráficos, tablas y cuadros

Tabla 1: La edad de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18 a 30 años	4	15.38
31 a 50 años	12	46.15
51 a más años	10	38.46
Total	26	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.

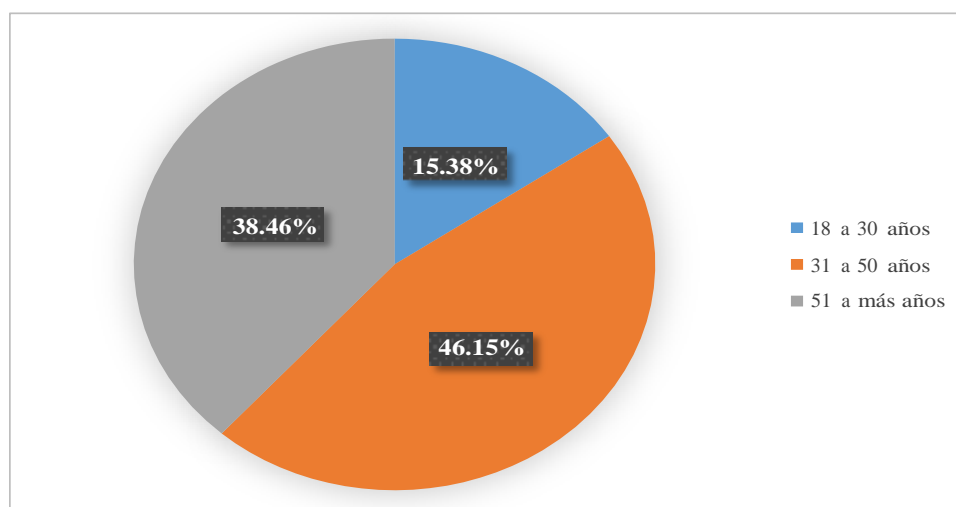


GRÁFICO 1: Edad de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 1

Tabla 2: El género de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	18	69.23
Femenino	8	30.77
Total	26	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.

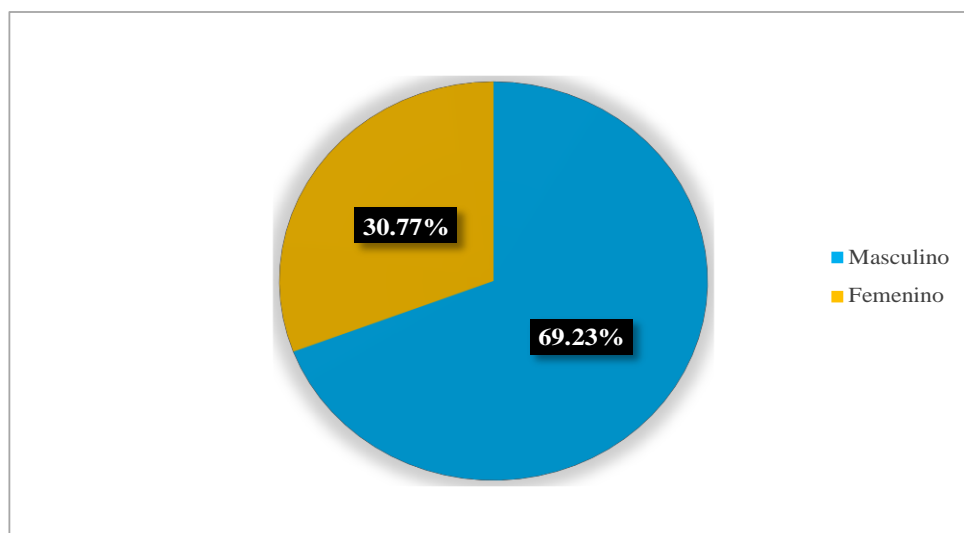


GRÁFICO 2: El género de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 2

Tabla 3: Grado de instrucción de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

Instrucción	Frecuencia	Porcentaje
Primaria completa	6	23.08
Primaria incompleta	7	26.92
Secundaria completa	3	11.54
Secundaria incompleta	1	3.85
Superior universitario completa	5	19.23
Superior universitario incompleta	4	15.38
Total	26	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.

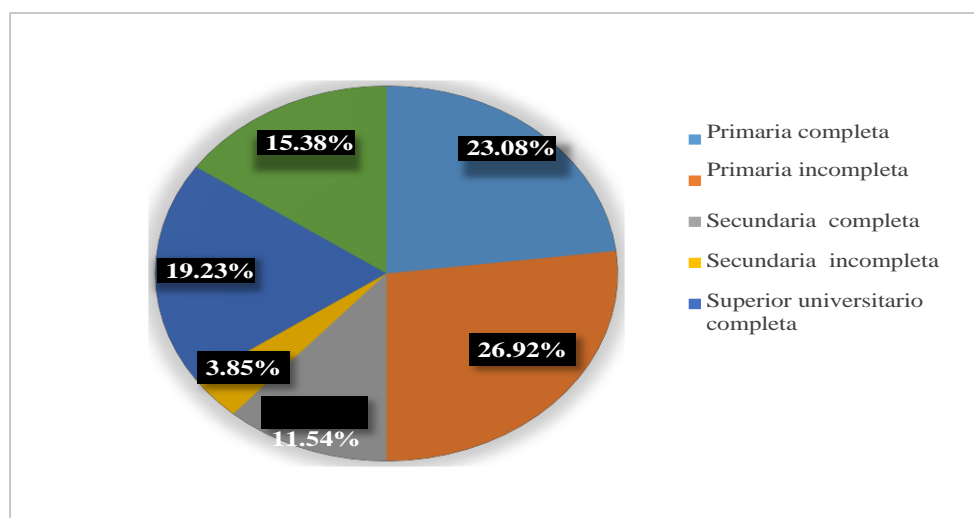


GRÁFICO 3: El grado de instrucción de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 3

Tabla 4: Estado civil de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

Estado Civil	Frecuencia	Porcentaje
Sotero	5	19.23
Casado	8	30.77
Conviviente	10	38.46
Divorciado	3	11.54
Total	26	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.

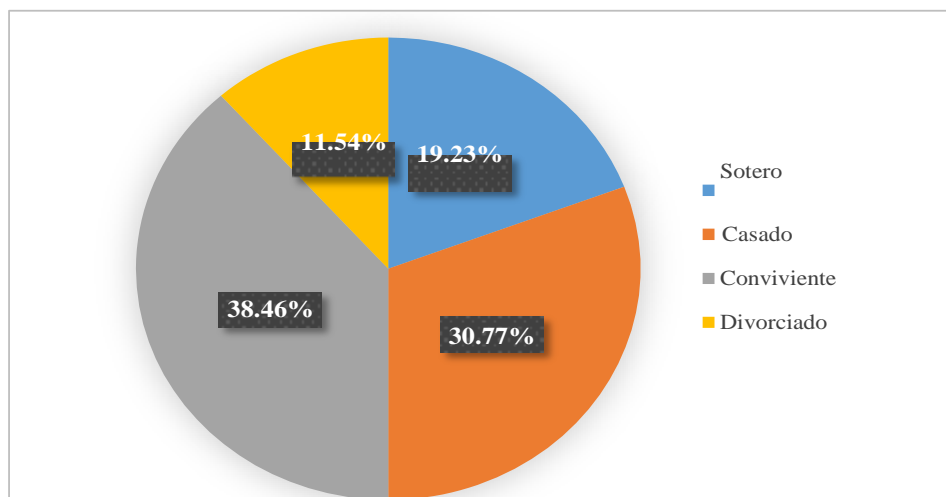


GRÁFICO 4: El estado civil de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 4

Tabla 5: Profesión de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

Profesión	Frecuencia	Porcentaje
Administración de Empresas	3	11.54
Contador Público	1	3.85
Técnico Contable	1	3.85
Profesor	1	3.85
Ninguno	20	76.92
Total	26	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.

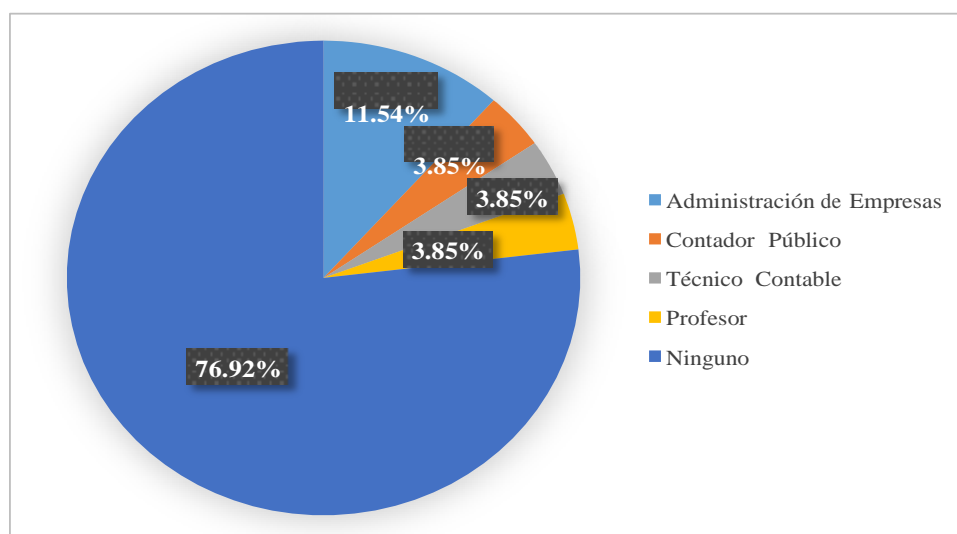


GRÁFICO 5: La profesión de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 5

Tabla 6: Tiempo en sector y rubro de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Gerente General	12	46.15
Administrador	11	42.31
Contador	1	3.85
Cajero	1	3.85
Técnico electrónico	1	3.85
Total	26	100.00

Fuente: Tiempo en sector y rubro de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.

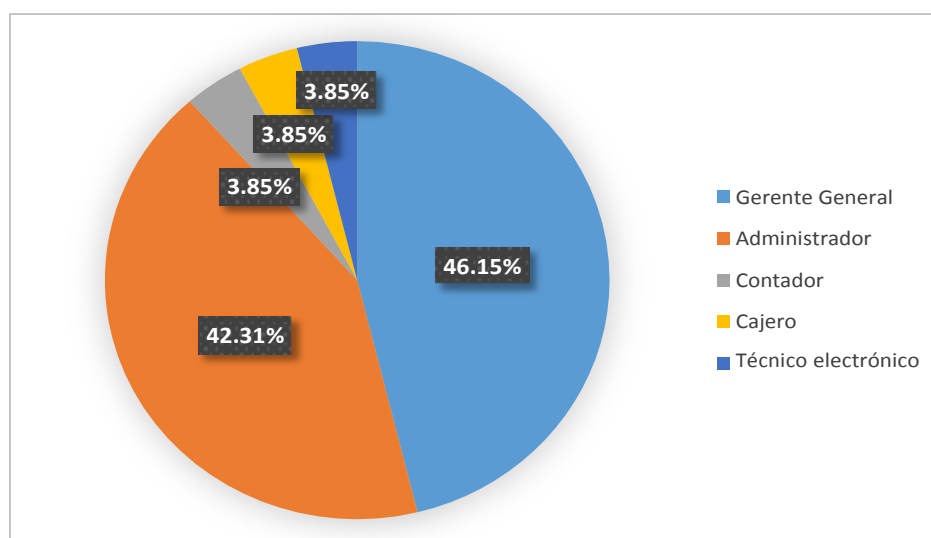


GRÁFICO 6: Tiempo en sector y rubro de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 6

Tabla 7: Tiempo de permanencia que se encuentra en el sector y rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

Tiempo	Frecuencia	Porcentaje
De 0 a 5 años	2	7.69
De 6 a 10 años	8	30.77
De 11 a 15 años	5	19.23
De 16 a más años	11	42.31
Total	26	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.

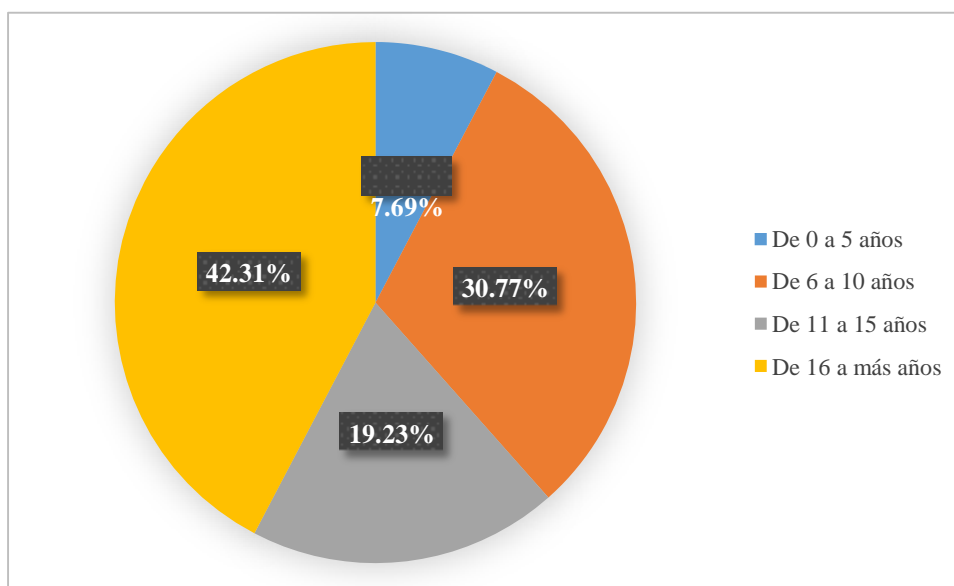


GRÁFICO 7: Tiempo de permanencia que se encuentra en el sector y rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 7

Tabla 8: La Mype es formal en el sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

Formalidad	Frecuencia	Porcentaje
Formal	26	100.00
Total	26	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.

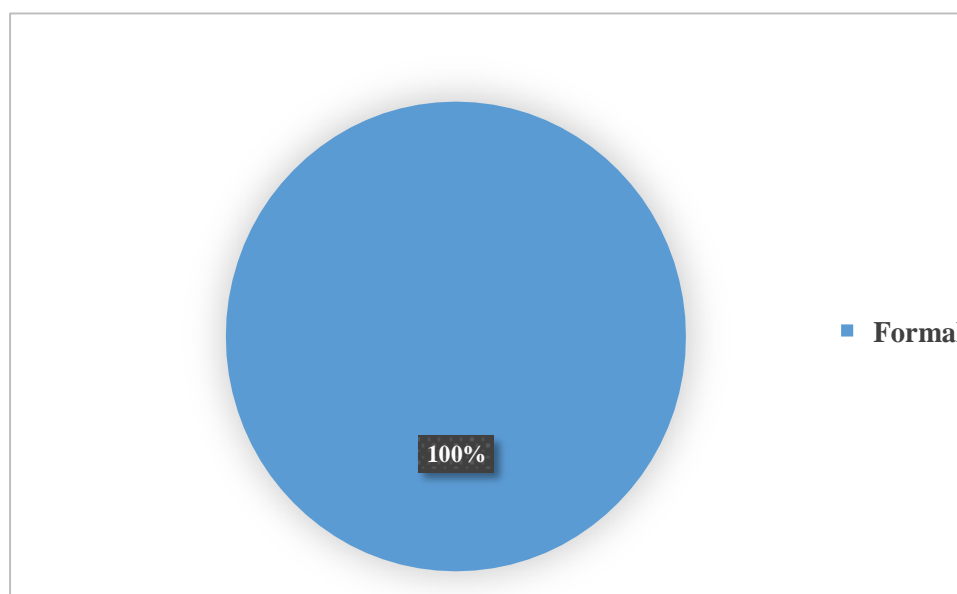


GRÁFICO 8: La Mype es formal en el sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 8

Tabla 9: Número de trabajadores permanentes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

Trabajadores permanentes	Frecuencia	Porcentaje
1 a 5	17	65.38
6 a 10	9	34.62
Total	26	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación

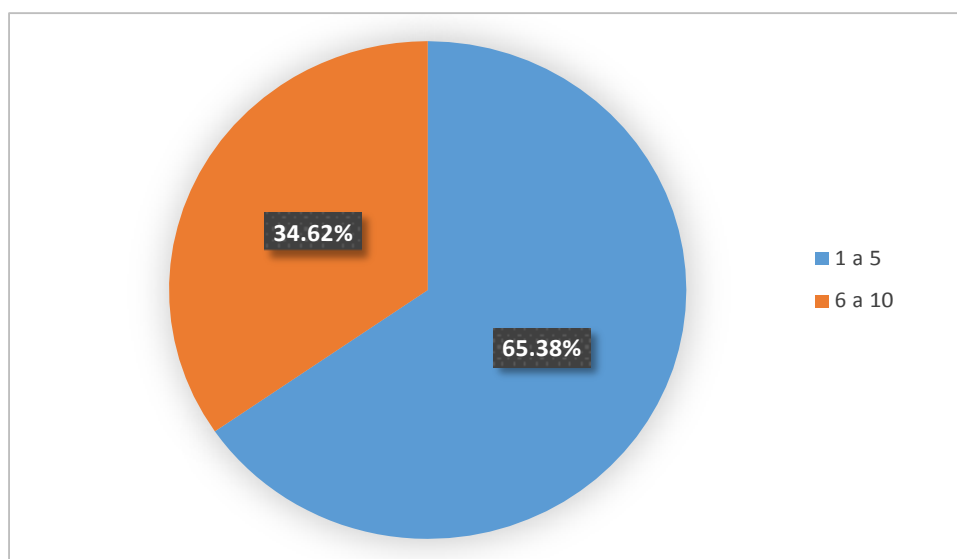


GRÁFICO 9: El número de los trabajadores permanentes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 9

Tabla 10: Número de trabajadores eventuales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

Trabajadores eventuales	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	11	42.31
1 a 5	13	50.00
6 a 10	2	7.69
Total	26	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación

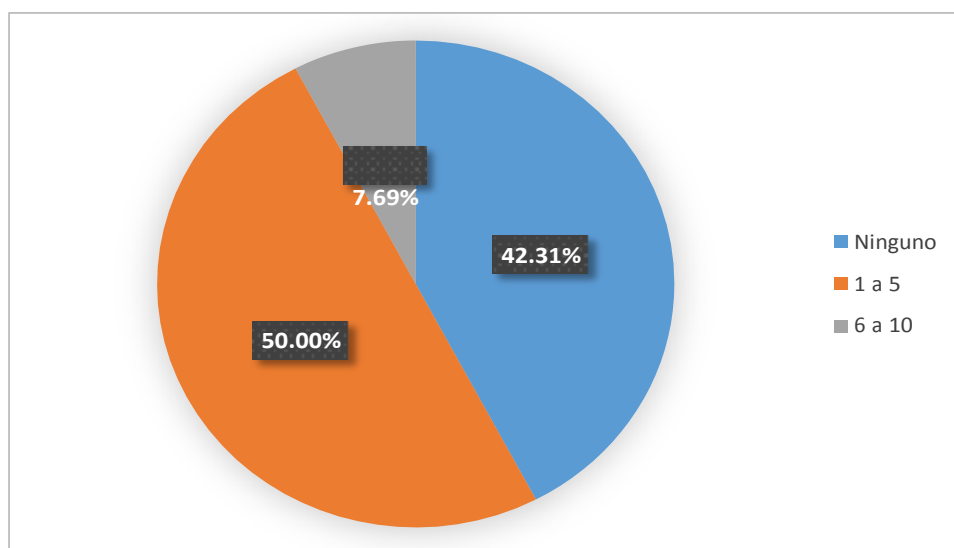


GRÁFICO 10: El número de los trabajadores eventuales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 10

Tabla 11: Fines de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

Fines de las micro y pequeñas empresas	Frecuencia	Porcentaje
Obtener ganancia	26	100.00
Total	26	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación

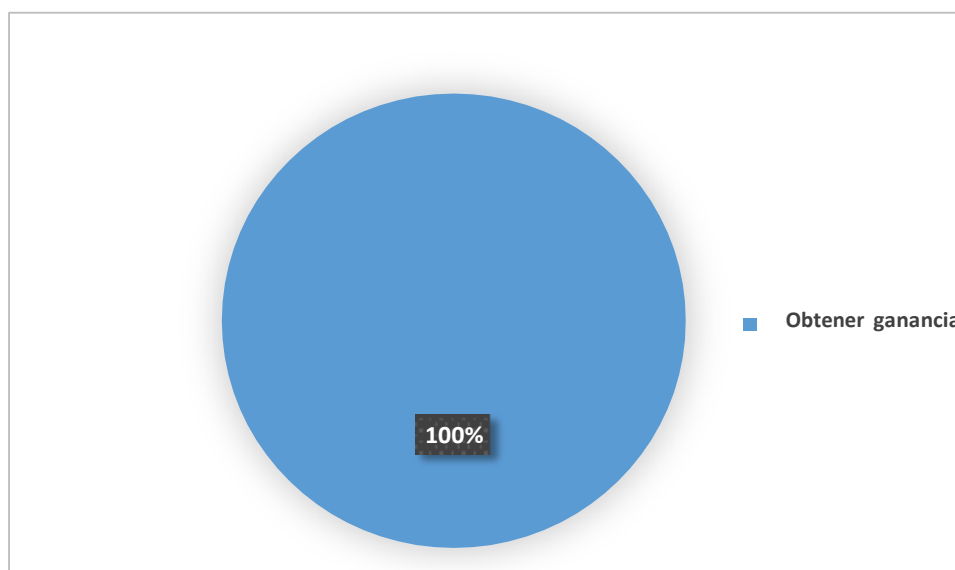


GRÁFICO 11: Fines de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 11

Tabla 12: El financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

Financiamiento	Frecuencia	Porcentaje
Financiamiento propio	16	61.54
Financiamiento de terceros	10	38.46
Total	26	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.

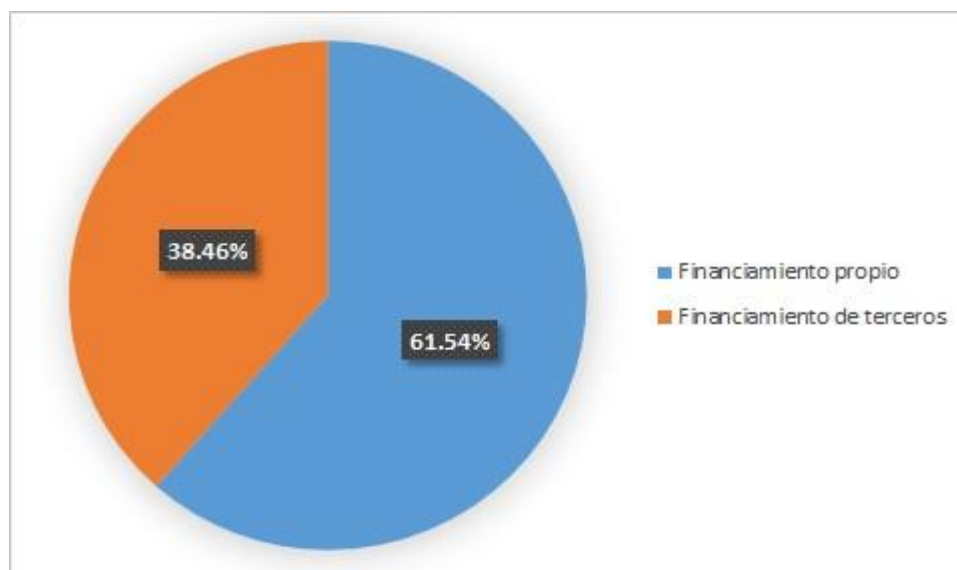


GRÁFICO 12: Financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 12

Tabla 13: Entidades bancarias que dan préstamos a las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

Entidades bancarias	Frecuencia	Porcentaje
Mi Banco	3	11.54
Banco de Crédito del Perú	4	15.38
CMAC Maynas	1	3.85
CMAC Piura	1	3.85
BBVA Banco Continental	1	3.85
Ninguno	16	61.54
Total	26	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.

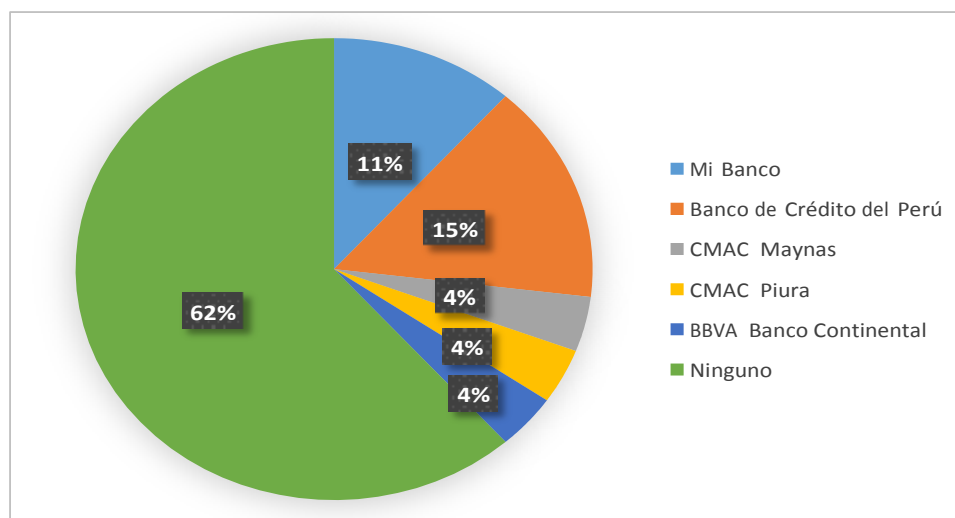


GRÁFICO 13: Entidades bancarias que dan préstamos a las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 13

Tabla 14: Tasa de interés de las entidades que brindan a las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

Tasa de interés	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	16	61.54
1% a 5%	1	3.85
6% a 10%	1	3.85
11% a 15%	3	11.54
16% más	5	19.23
Total	26	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.

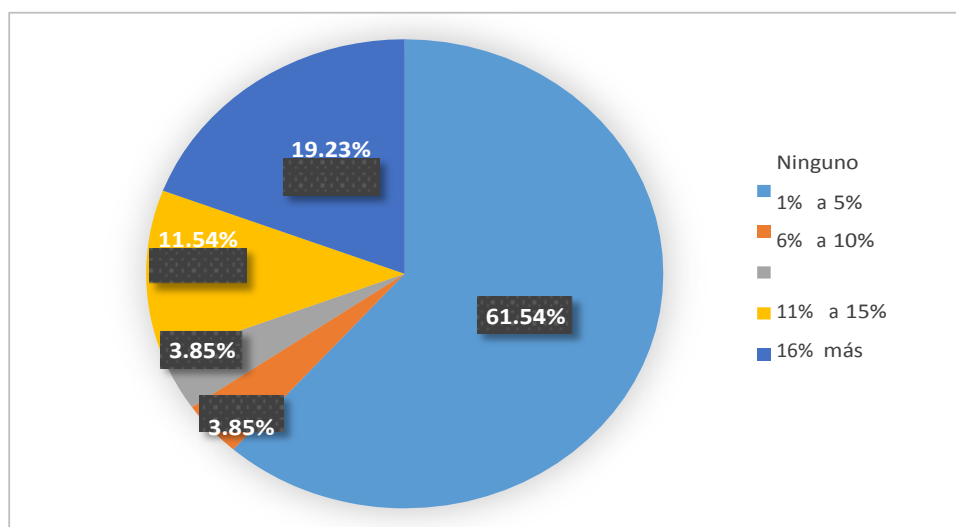


GRÁFICO 14: Tasa de interés de las entidades que brindan a las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 14

Tabla 15: Entidades no bancarías para del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

Entidad no bancarías	Frecuencia	Porcentaje
Usureros	1	3.85
Otros	25	96.15
Total	26	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.

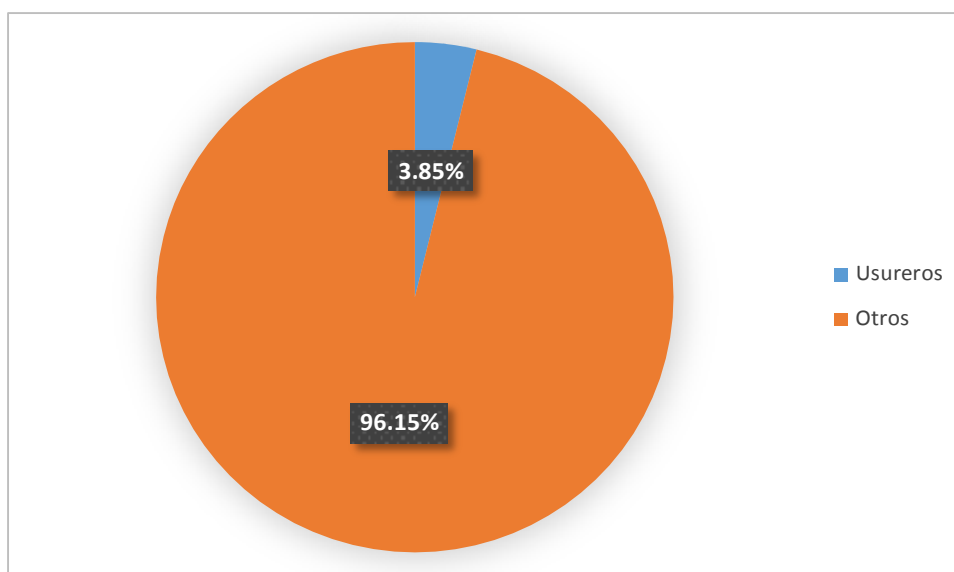


GRÁFICO 15: Entidades no Bancarias para el Financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 15

Tabla 16: Tasa de interés mensual que paga a las entidades no bancarías las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

Tasa de interés	Frecuencia	Porcentaje
1% a 5%	1	4
6% a 10%	1	4
11% a 15%	3	12
16% más	5	19
Otros	16	62
Total	26	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.

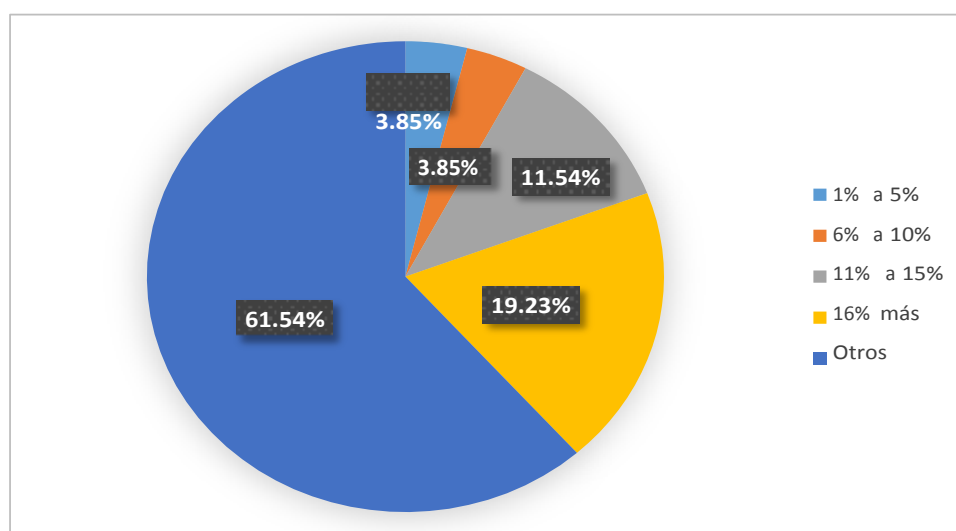


GRÁFICO 16: Tasa de interés mensual que paga a las entidades no bancarías las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 16

Tabla 17: Prestamistas o usureros que brindan financiamiento a las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

Prestamistas o usureros	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	3.85
No	25	96.15
Total	26	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.

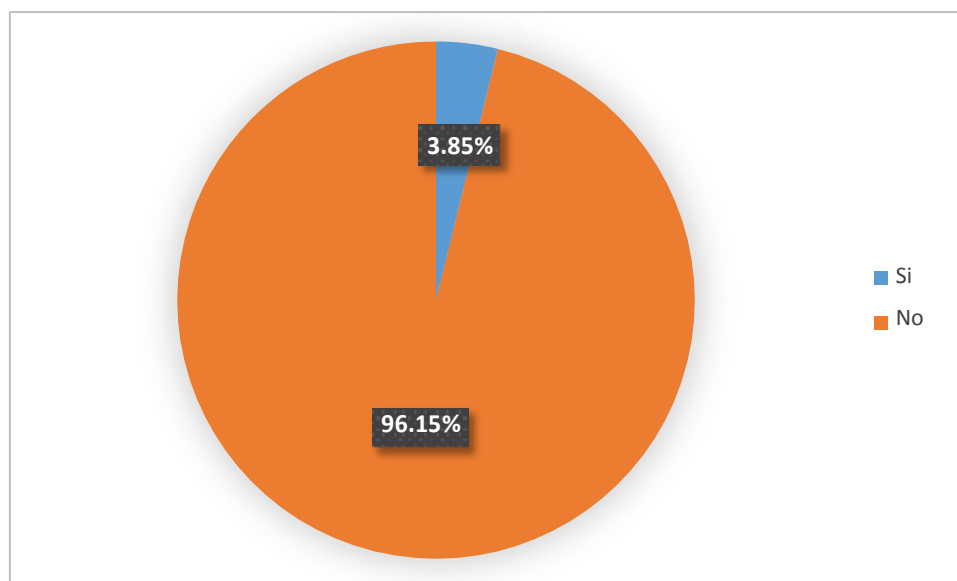


GRÁFICO 17: Prestamistas o usureros que brindan financiamiento las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 17

Tabla 18: Tasa de interés mensual que brindan los prestamistas o usureros en el financiamiento a las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

Tasa de interés	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	25	96.15
1% a 5%	0	0.00
6% a 10%	0	0.00
11% a 15%	1	3.85
16% más	0	0.00
Total	1	3.85

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.

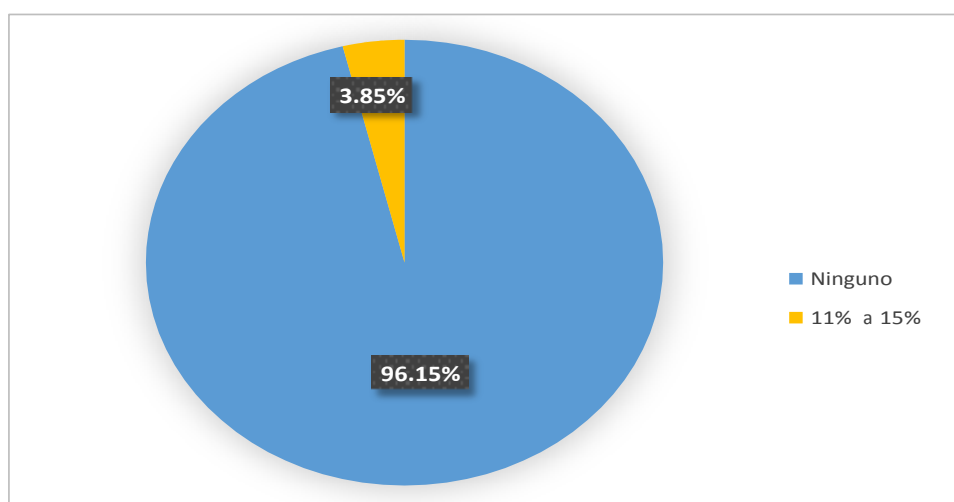


GRÁFICO 18: Tasa de interés mensual que brindan los prestamistas o usureros en el financiamiento a las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 18

Tabla 19: Especificar otras tasa de interés para el financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

Otras tasa de interés	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	26	100.00
Total	26	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.

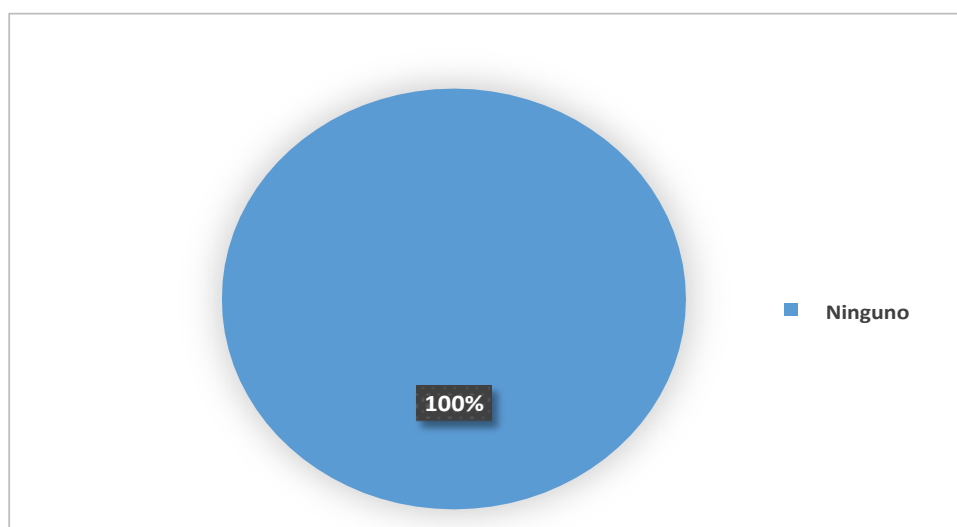


GRÁFICO 19: Especificar otras tasa de interés para el financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 19

Tabla 20: Tasa de interés mensual que pagan otras instituciones para el financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

Tasa de interés mensual	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	26	100.00
Total	26	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.

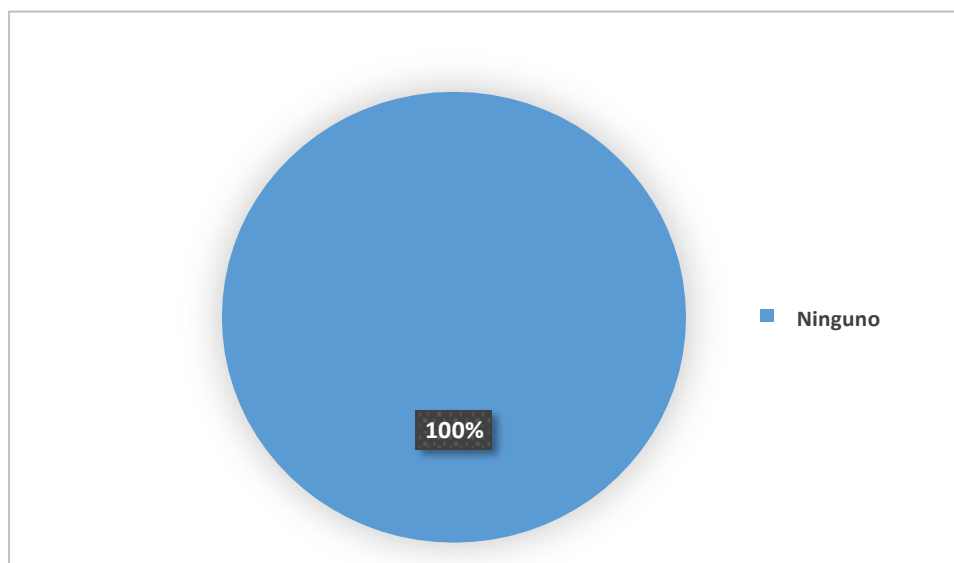


GRÁFICO 20: Tasa de interés mensual que pagan otras instituciones para el financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 20

Tabla 21: Entidades financieras que otorgan mayores facilidades para la obtención de crédito de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

Entidades financieras	Frecuencia	Porcentaje
Las entidades bancarías	6	23.08
Las entidades no bancarías	3	11.54
Los prestamistas usureros	1	3.85
Ninguno	16	61.54
Total	26	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.

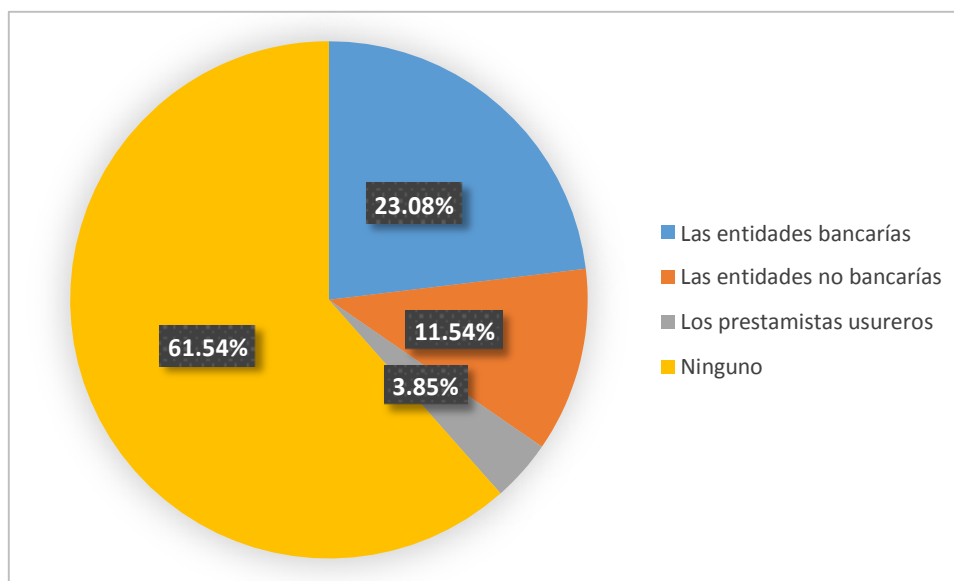


GRÁFICO 21: Entidades financieras que otorgan mayores facilidades para la obtención de crédito de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 21

Tabla 22: Los créditos otorgados fueron los montos solicitados por las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

Los créditos otorgados fueron los montos solicitados	Frecuencia	Porcentaje
No	26	100.00
Total	26	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.

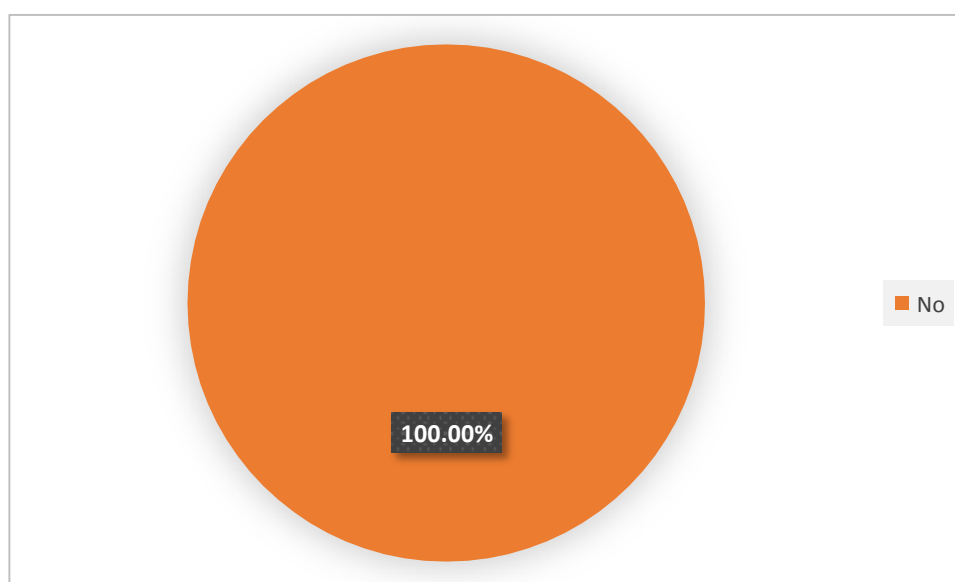


GRÁFICO 22: Los créditos otorgados fueron los montos solicitados por las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 22

Tabla 23: Monto promedio de crédito otorgado a las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

Monto promedio de crédito	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	16	61.54
S/ 500.00 a S/ 5,000.00	1	3.85
S/ 6,000.00 a S/ 10,000.00	3	11.54
S/ 11,000.00 a S/ 15,000.00	3	11.54
S/ 16,000.00 a más	3	11.54
Total	26	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.

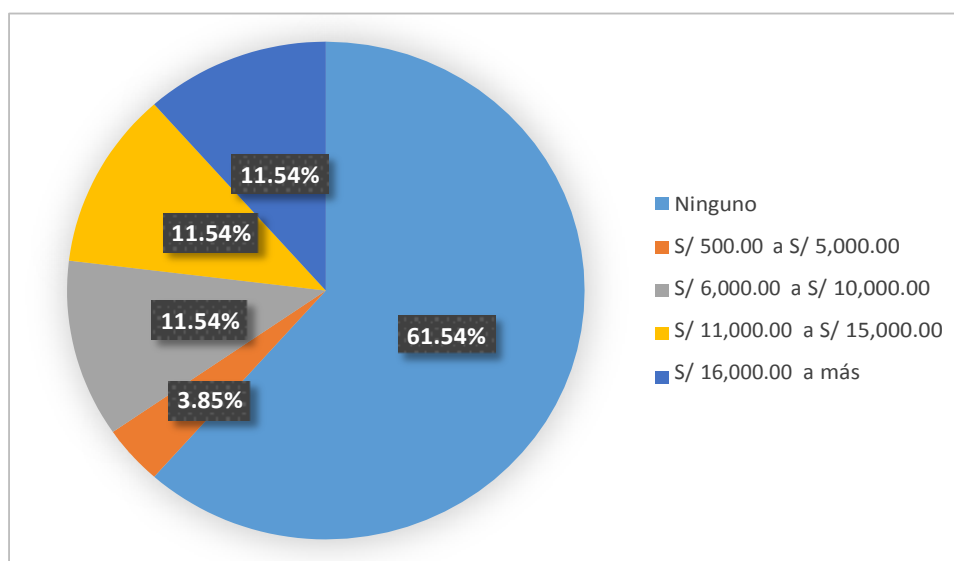


GRÁFICO 23: Monto promedio de crédito otorgado a las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 23

Tabla 24: Tiempo del crédito solicitado de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

Tiempo de crédito solicitado	Frecuencia	Porcentaje
Corto plazo	9	34.62
Largo Plazo	1	3.85
Ninguno	16	61.54
Total	26	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.

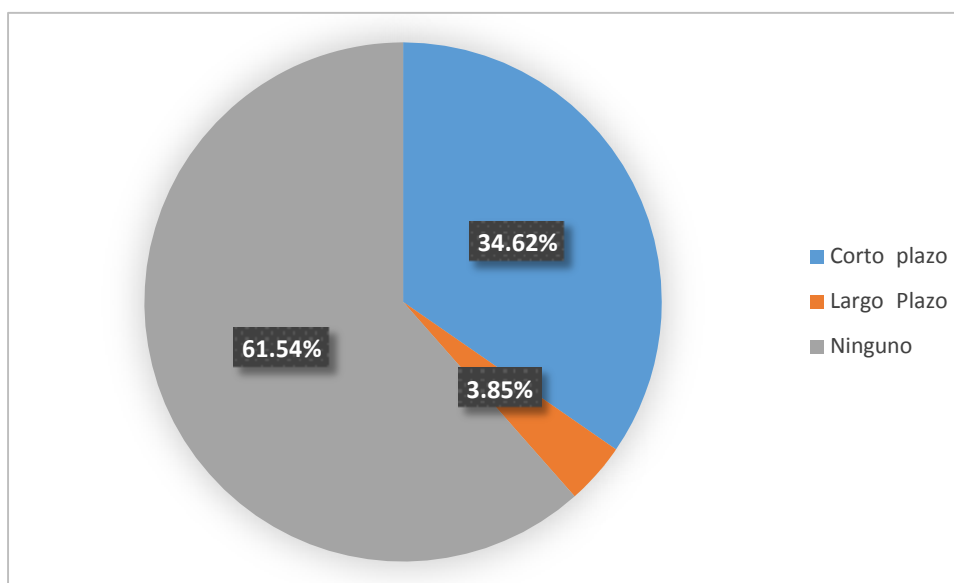


GRÁFICO 24: Tiempo del crédito solicitado de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 24

Tabla 25: Inversión del crédito financiero que obtuvo las empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

Inversión del crédito financiero que obtuvo	Frecuencia	Porcentaje
Capital de trabajo	7	26.92
Mejoramiento y/o ampliación del local	2	7.69
Activos fijos	1	3.85
Otros	16	61.54
Total	26	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.

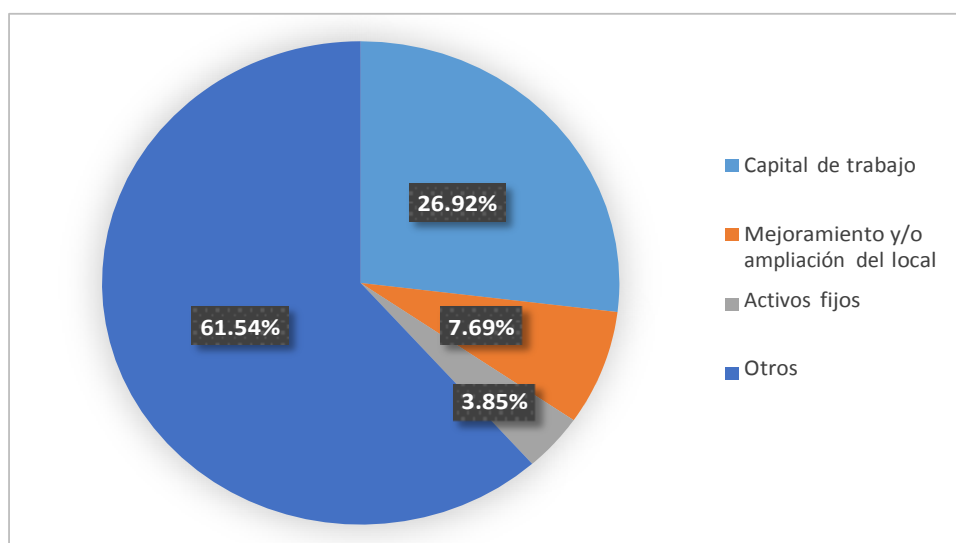


GRÁFICO 25: Inversión del crédito financiero que obtuvo las empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 25

Tabla 26: Recibió capacitación para el otorgamiento de crédito de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

Capacitación	Frecuencia	Porcentaje
No	26	100.00
Total	26	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.

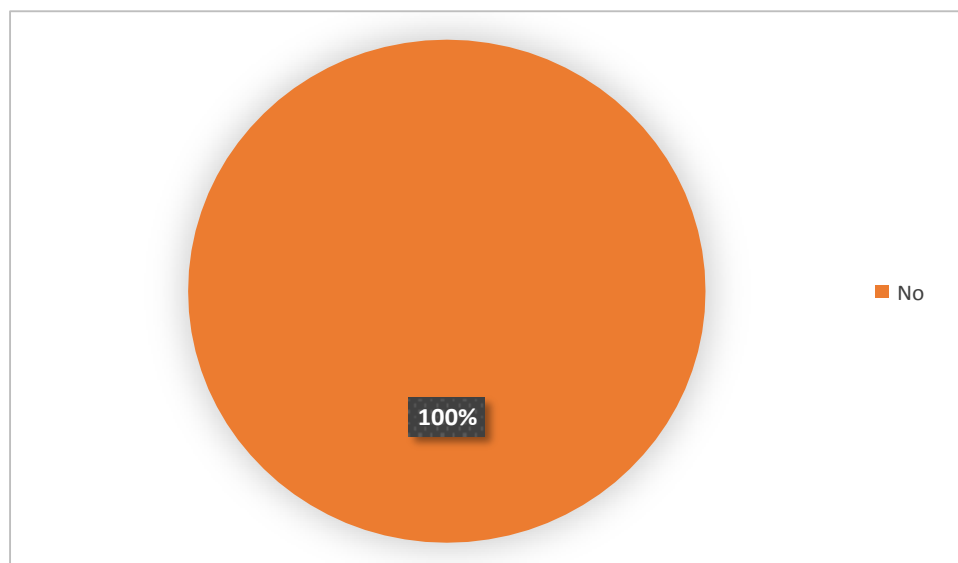


GRÁFICO 26: Recibió capacitación para el otorgamiento de crédito de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 26

Tabla 27: Cursos de capacitación en el último año de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

Cuántos cursos de capacitación	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	26	100.00
1 a 2 veces	0	0.00
3 a 4 veces	0	0.00
más de 4 veces	0	0.00
Total	26	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.

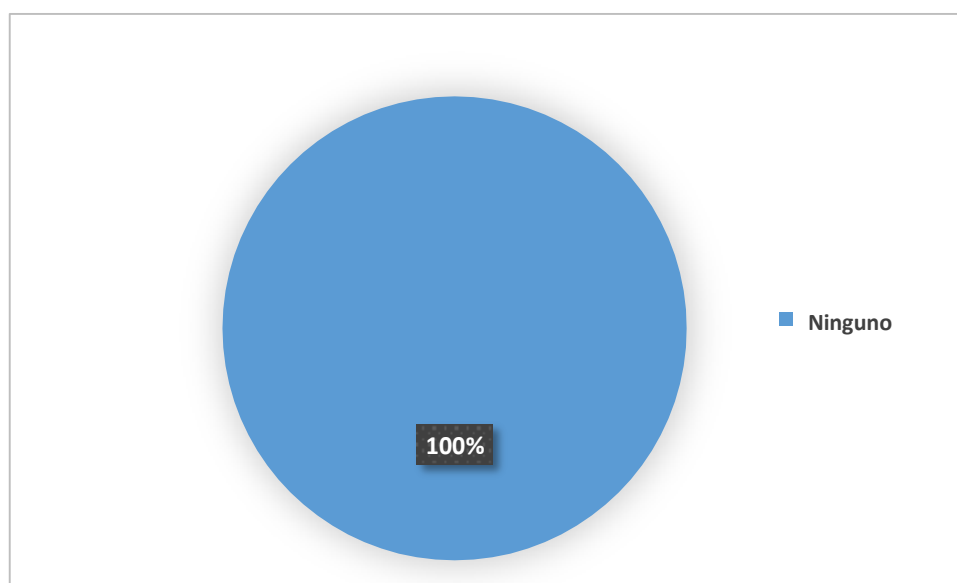


GRÁFICO 27: Cursos de capacitación en el último año de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 27

Tabla 28: Tipo de cursos de capacitación de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

Cursos de capacitación	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	26	100.00
Total	26	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.

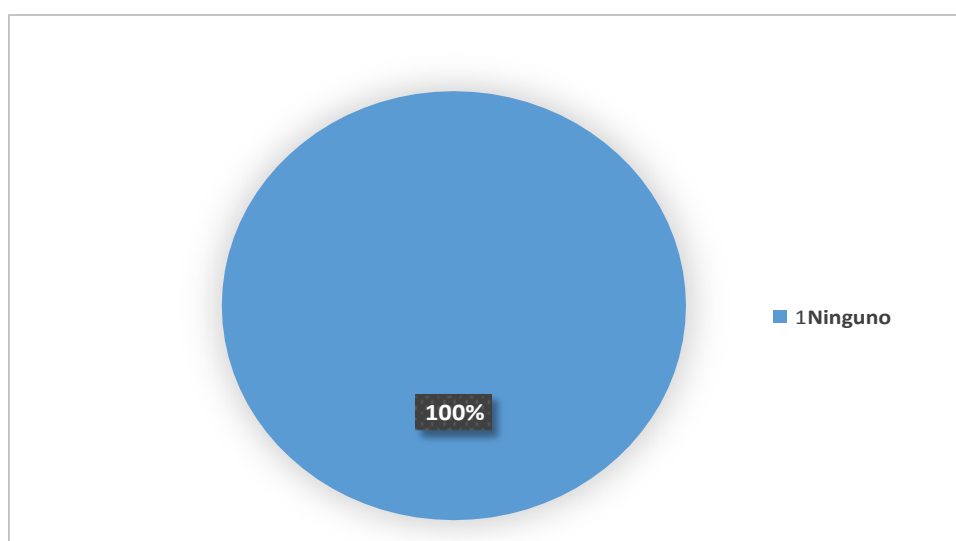


GRÁFICO 28: Tipo de cursos de capacitación de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 28

Tabla 29: El personal ha recibido algún tipo capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

Cantidades de cursos de capacitación	Frecuencia	Porcentaje
1 a 2 cursos	13	50.00
3 a 4 cursos	1	3.85
Ninguno	12	46.15
Total	26	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.

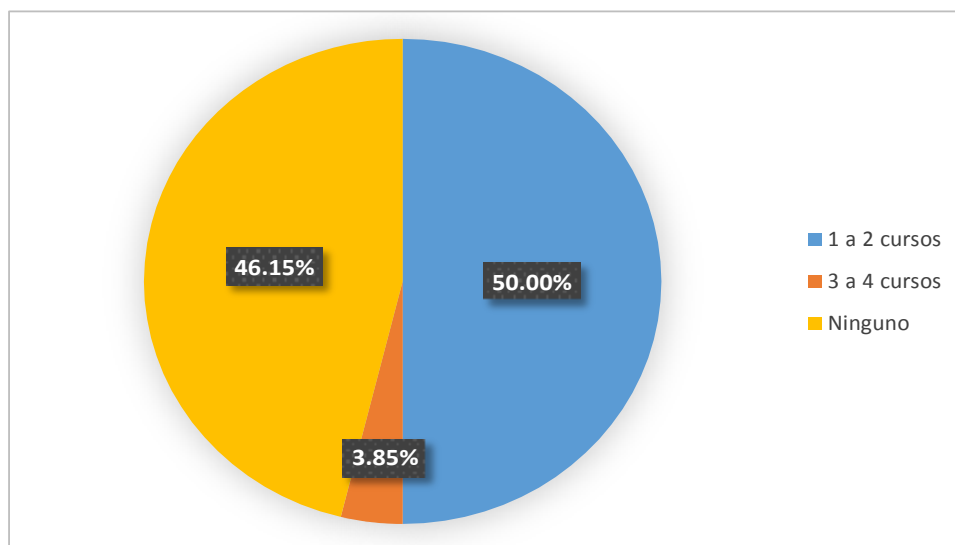


GRÁFICO 29: El personal ha recibido algún tipo capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 29

Tabla 30: Considera como empresario, que la capacitación es una inversión en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

La capacitación es una inversión	Frecuencia	Porcentaje
Sí	14	53.85
No	12	46.15
Total	26	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.

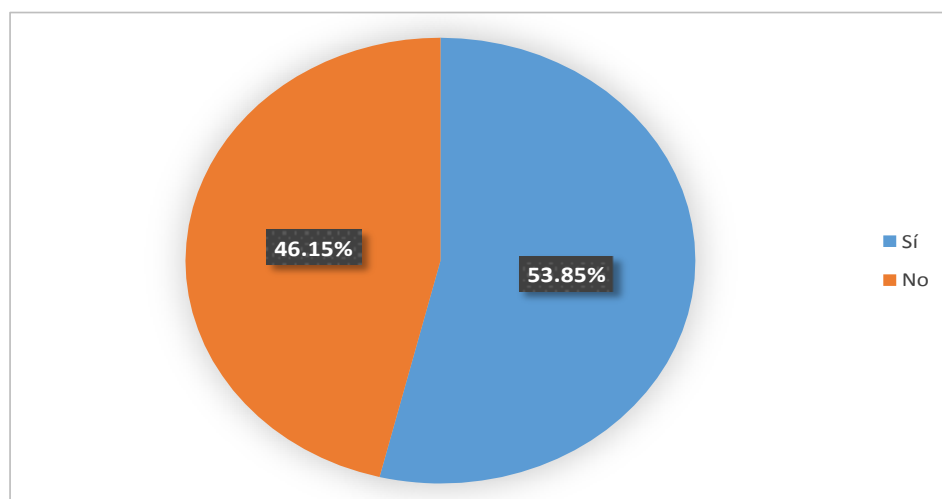


GRÁFICO 30: Considera como empresario, que la capacitación es una inversión en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 30

Tabla 31: La capacitación del personal es relevante para las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

La capacitación del personal es relevante	Frecuencia	Porcentaje
Sí	14	53.85
No	12	46.15
Total	26	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.

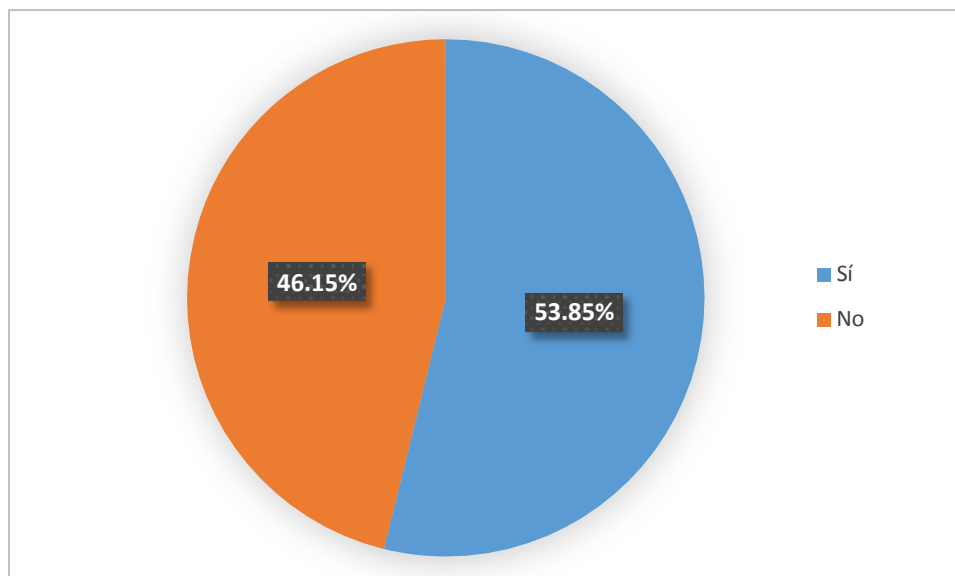


GRÁFICO 31: La capacitación del personal es relevante para las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 31

Tabla 32: Temas de capacitación de sus trabajadores de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

Temas de capacitación de sus trabajadores	Frecuencia	Porcentaje
Manejo eficiente del microcrédito	5	19.23
Prestación de mejor servicio a los clientes	7	26.92
Liderazgo	1	3.85
Ventas	1	3.85
Ninguno	12	46.15
Total	26	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.

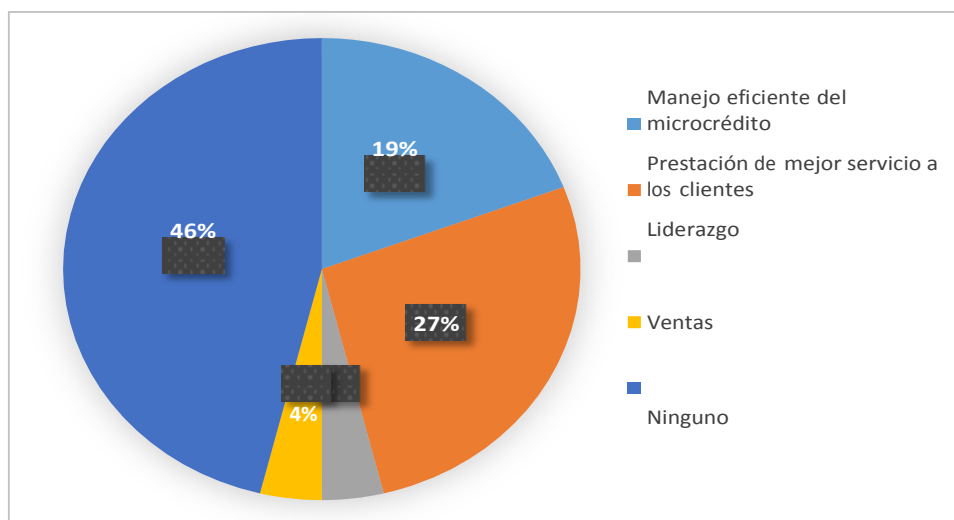


GRÁFICO 32: Temas de capacitación sus trabajadores de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 32

Tabla 33: El financiamiento otorgado ha mejorado la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

El financiamiento otorgado ha mejorado la rentabilidad	Frecuencia	Porcentaje
Sí	11	42.31
No	15	57.69
Total	26	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.

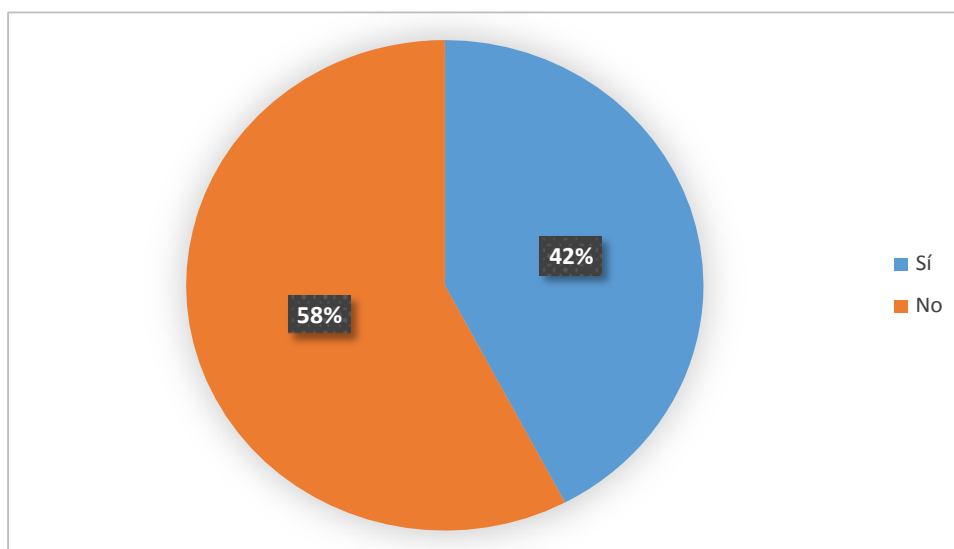


GRÁFICO 33: El financiamiento otorgado ha mejorado la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 33

Tabla 34: La capacitación mejora la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

La capacitación mejora la rentabilidad de la empresa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	13	50.00
No	13	50.00
Total	26	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.

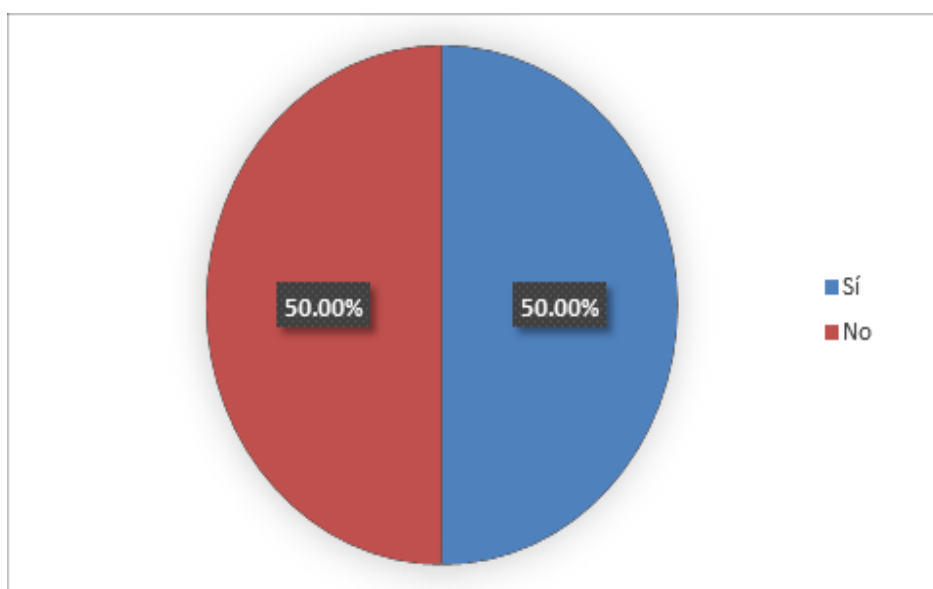


GRÁFICO 34: La capacitación mejora la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 34

Tabla 35: La rentabilidad ha mejorado en los últimos años en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

La rentabilidad ha mejorado en los últimos años	Frecuencia	Porcentaje
Sí	19	73
No	7	27
Total	26	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.

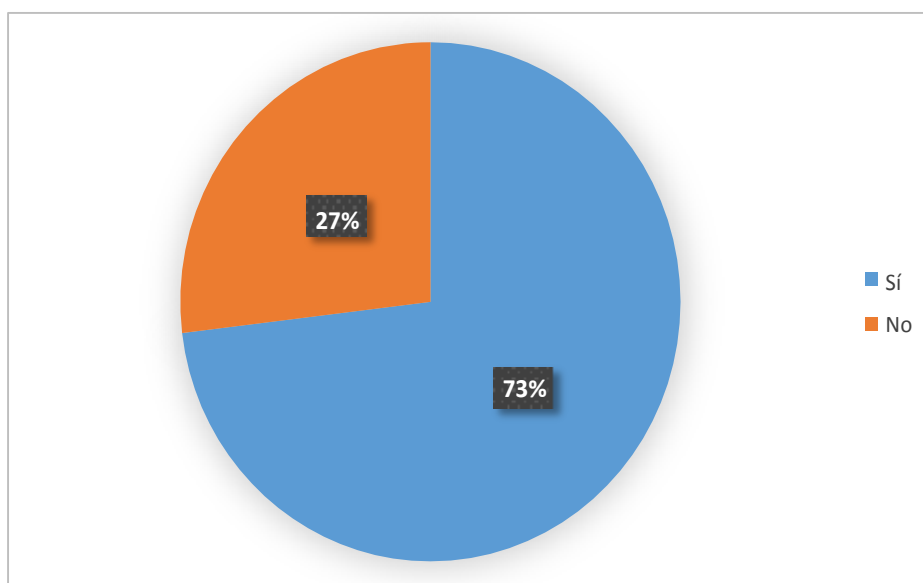


GRÁFICO 35: La rentabilidad ha mejorado en los últimos años en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 35

Tabla 36: La rentabilidad ha disminuido en el último año en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017

La rentabilidad ha disminuido en el último año	Frecuencia	Porcentaje
Sí	12	46
No	14	54
Total	26	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas que participaron en la presente investigación.

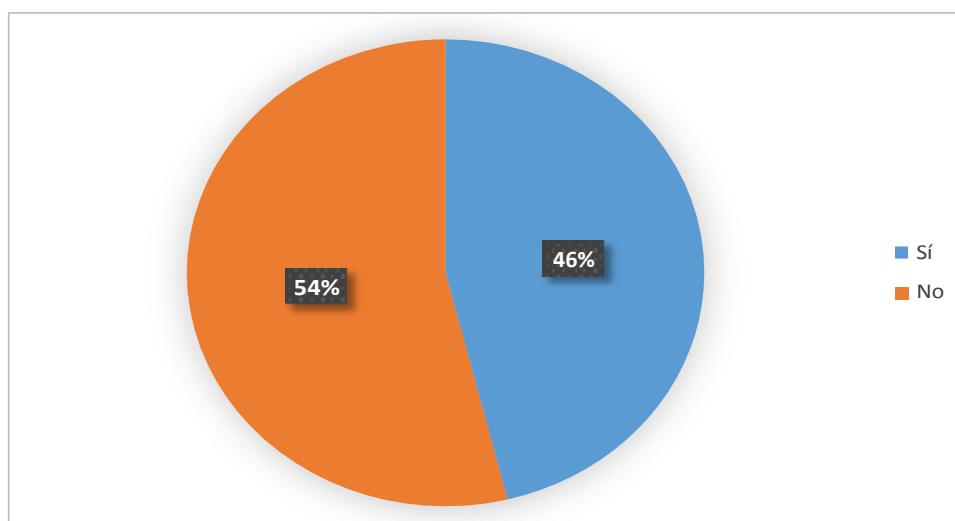


GRÁFICO 36: La rentabilidad a disminuido en el último año en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.

Fuente: Tabla 36

2. Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable Complementaria	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Perfil de los propietarios y/o gerentes de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico.	Son algunas características de los propietarios y/o gerentes de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico.	Edad	Razón: Años
		género	Nominal: Masculino Femenino
		Grado de instrucción	Nominal: Sin instrucción Primaria completa Primaria incompleta Secundaria completa Secundaria incompleta Instituto Universidad

Variable Complementaria	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Perfil de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico.	Son algunas características de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico.	Giro del negocio de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico.	Nominal: Especificar
		Antigüedad de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico.	Razón: Un año Dos años Tres años Más de tres años

		Número de trabajadores	Razón: 01 06 15 16 – 20 Más de 20
		Objetivos de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico.	Nominal: Maximizar ganancias Poner a disposición empleo a la familia Producir ingresos para la familia Otros: Precisar

Variable complementaria	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Financiamiento en de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico.	Son algunas características relacionadas con el financiamiento de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico.	Solicito crédito	Nominal: Si
		Recibió crédito	Nominal: Si
		Importe del crédito solicitado	Cuantitativa: Especificar el monto
		Importe del crédito recibido	Cuantitativa: Especificar el importe
		Entidad a la que solicito el crédito	Nominal: Bancaria No bancaria
		Entidad que le otorgo el crédito	Nominal: Bancaria No bancaria

		Tasa de interés cobrado por el crédito	Cuantitativa: Especificar
		Crédito oportuno	Nominal: Si
		Crédito inoportuno	Nominal: Si
		Monto del crédito: Suficiente Insuficiente	Nominal: Si No
		Cree que el financiamiento mejora la empresa.	Nominal: Si No

Variable	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017.(variable principal)	Son algunas características relacionadas a la capacitación del personal en las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico.	Recibió capacitación antes del otorgamiento del crédito	Nominal: Si No
		Cantidad que se ha capacitado el personal de gerencia en los dos últimos años	Ordinal: 1 2 3 4 Más de 4

	Los trabajadores de la empresa se capacitan	Nominal: Si No
	Número de veces que se han capacitado los trabajadores de la empresa en los dos últimos años.	Ordinal: Uno Dos Tres Más de tres
	Tipo de cursos en los cuales se capacita el personal de la empresa.	Nominal: Inversión del crédito Marketing empresarial Manejo empresarial Otros: especificar
	Considera la capacitación como una inversión.	Nominal: Si
	Cree que la capacitación mejora la rentabilidad de su empresa	Nominal: Si No
	Cree que la capacitación mejora la competitividad de la empresa	Nominal: Si No

Variable	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro	Percepción que tienen los propietarios y/o gerentes de las Mypes de	Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los dos últimos años	Nominal: Si No

compra y venta de electrodoméstico del distrito de Callería, 2017..(principal)	la rentabilidad de sus empresas en el periodo de estudio.	Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por el financiamiento recibido	Nominal: Si No
		Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por la capacitación recibida por Ud. y su personal	Nominal: Si No
		Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por el financiamiento y la capacitación recibidos	Nominal: Si No

Fuente: Bardales (2017).

3. Matriz de consistencia

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA			
Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de electrodoméstico o del distrito de Callería, 2017.	FORMULACIÓN	GENERAL	La investigación no tiene hipótesis, por ser descriptivo.	Financiamiento	1. Bancos 2. Intereses 3. Monto 4. Plazos 5. Inversión	- Crédito. - Entidades financieras. - Tasa de interés. - Monto del crédito.	TIPO Y NIVEL	POBLACIÓN	INSTRUMENTO	
	¿Cuáles son las primordiales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico?	ESPECÍFICOS			Describir las principales características de los representantes legales de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico. Describir las principales características de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico. Describir las principales características del financiamiento de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico. Describir las principales características de la capacitación de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico. Describir las principales características de la rentabilidad de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico.	1. Personal	- Trabajadores permanentes - Recibe capacitación.	Cuantitativo-Descriptivo		MUESTRA
		Describir las principales características de las empresas de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico.		Describir las principales características de la actividad económica de compra y venta de electrodoméstico.		2. Cursos de capacitación	- Trabajadores son capacitados		DISEÑO	TÉCNICA
						3. Trabajadores	- Trabajadores eventuales - Es importante la capacitación - Mejoró la rentabilidad. - Mejoró la rentabilidad de su empresa gracias a la capacitación. - Mejora la rentabilidad de su empresa gracias al financiamiento.	No experimental - transversal - retrospectivo - descriptivo	Se aplicará la técnica de la encuesta	Se hará uso del análisis descriptivo; para la tabulación de los datos se utilizará como soporte el programa Excel y para el procesamiento de los datos el software SPSS Versión 20 (Programa de estadística para ciencias sociales).
				Rentabilidad	1. Financiamiento 2. Capacitación 3. Año de mejor rentabilidad					

4. Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Cuestionario aplicado

a los dueños, gerentes o representantes legales de las Micro y Pequeñas

Empresas del ámbito de estudio.

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

Encuestador(a): Bardales Tamani, Minerva Alheli Fecha:/...../2017

Razón Social:.....RUC N°.....

I. DATOS GENERALES DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LAS MYPEs:

1.1 **Edad del representante legal de la empresa:**

1.2 **Género:** Masculino..... Femenino.....

1.3 **Grado de instrucción:** Ninguno.....Primaria: Completa..... Primaria
.....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 CARACTERÍSTICAS 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 Números de trabajadores permanentes.....

2.4 Número de Trabajadores eventuales.....

2.5 Motivos de formación de la 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 de 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 entidades no bancarias.....

3.6 Prestamistas o usureros.....

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

3.8 Otros (especificar).....

3.9 Que tasa de interés mensual 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 4.....

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 la cantidad de cursos.

1 Curso.....2 Curso.....3 Curso.....Más de 3 cursos.....

4.5 Considera Ud. Que la capacitación como empresario es una inversión:

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

4.6 Considera Ud. Que la capacitación de su personal es relevante para su empresa;

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

4.7 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. PERCEPCIÓN 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 Usted 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 (....)

5. Evidencia de la recopilación de la información



Vista fotográfica N° 1



Vista fotográfica N° 2



Vista fotográfica N° 3



Vista fotográfica N° 4



Vista fotográfica N° 5



Vista fotográfica N° 6