



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y
CAPACITACIÓN DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO
COMPRA/VENTA DE NEUMÁTICOS NUEVOS PARA
AUTOMÓVILES - CAJAMARCA, 2016.**

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

AUTOR:

BACH. JOSE HORLANDO ABANTO LEIVA

ASESOR:

MGTR. FERNANDO VÁSQUEZ PACHECO

CHIMBOTE – PERÚ

2017



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y
CAPACITACIÓN DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO
COMPRA/VENTA DE NEUMÁTICOS NUEVOS PARA
AUTOMÓVILES - CAJAMARCA, 2016.**

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

AUTOR:

BACH. JOSE HORLANDO ABANTO LEIVA

ASESOR:

MGTR. FERNANDO VÁSQUEZ PACHECO

CHIMBOTE – PERÚ

2017

JURADO EVALUADOR DE TESIS

**DR. LUIS ALBERTO TORRES GARCÍA
PRESIDENTE**

**MGTR. JUAN MARCO BAILA GEMÍN
SECRETARIO**

**DR. EZEQUIEL EUSEBIO LARA
MIEMBRO**

AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme permitido llegar a este momento tan importante en mi vida, creyendo todo en el todo es posible.

A mi asesor, Mgtr. Fernando Vásquez Pacheco, por su paciencia, interés, apoyo y conocimientos que me brindo, por el cual fue posible terminar este proyecto. A la universidad Católica los Ángeles de Chimbote, centro que me abrió las puertas para el inicio de mis estudios y terminar con éxito mi carrera profesional.

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a mis padres Emeterio Abanto e Isabel Leiva por darme la vida y a mis hermanos, Fabiola, Rosel y Toño por todo su apoyo incondicional, para lograr mis objetivos.

A mi esposa Marianela Abanto, por su apoyo incondicional, su amor y paciencia, mis hijos Wilfredo y Gianpool por ser la motivación de mi vida, luchar y esforzarme cada día a ser mejor.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general: Describir las características del financiamiento y capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro compra/venta de neumáticos nuevos del distrito de Cajamarca, 2016. La investigación fue descriptiva. Para el recojo de la información se escogió una muestra dirigida de 10 micro y pequeñas empresas de una población de 20, a quienes se les aplicó un cuestionario de 28 preguntas cerradas, utilizando la técnica de la encuesta; obteniéndose los siguientes resultados. **Respecto al objetivo específico 1:** El 100% de los representantes legales o dueños de las Mypes encuestadas, son adultos porque su edad fluctúa 28-55 años, el 80% son del sexo masculino, el 50% tiene secundaria completa y el 100% son convivientes. **Respecto al objetivo específico 2:** El 100% se dedica al negocio por más de tres años, el 50% no tiene ningún trabajador permanente y el 100% se formó con la finalidad de obtener ganancias. **Respecto al objetivo específico 3:** EL 70% de las Mypes encuestadas obtienen financiamiento de terceros, el 60% obtuvo crédito de entidades bancarias, el 30% obtuvo financiamiento a largo plazo y el 70 % a corto plazo, y el 80% del financiamiento lo invirtieron en capital de trabajo. **Respecto al objetivo específico 4:** El 100% de las Mypes encuestadas no recibieron capacitación al momento de recibir el crédito, el 60% considera que la capacitación es una inversión y el 70% considera que la capacitación es relevante para sus empresas. Finalmente, se concluye que, más de 2/3 de la Mypes encuestadas financiaron sus actividades económicas con recursos financieros de terceros (externos).

Palabras Clave: Financiamiento, Capacitación, Mypes.

ABSTRACT

The main objective of this research was: To describe the financing and training characteristics of micro and small enterprises in the commercial sector - purchase / sale of new tires in Cajamarca district, 2016. The research was descriptive. In order to collect the information, a targeted sample of 10 micro and small enterprises from a population of 20 was chosen, and a questionnaire of 28 closed questions was applied, using the survey technique; Obtaining the following results. Regarding specific objective 1: 100% of the legal representatives or owners of the Mypes surveyed are adults because their age ranges from 28-55 years, 80% are male, 50% have complete secondary and 100% are Coexisting Regarding specific objective 2: 100% is dedicated to the business for more than three years, 50% has no permanent worker and 100% was formed for the purpose of making a profit. Regarding specific objective 3: 70% of the Mypes surveyed obtain financing from third parties, 60% obtained loans from banks, 30% obtained long-term financing and 70% from short-term financing, and 80% from financing. Invested in working capital. Regarding specific objective 4: 100% of the Mypes surveyed did not receive training at the time of receiving the credit, 60% considered that the training is an investment and 70% considered that the training is relevant for their companies. Finally, it is concluded that more than 2/3 of the Mypes surveyed financed their economic activities with financial resources from third parties (external).

Key Words: Financing, Training, Mypes.

CONTENIDO

CARÁTULA.....	i
CONTRACARÁTULA.....	ii
JURADO EVALUADOR DE TESIS	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT	vii
CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE CUADROS	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	12
II. REVISIÓN DE LITERATURA	20
2.1 Antecedentes	20
2.1.1 Internacionales	20
2.1.2 Nacionales	28
2.1.3 Regionales	35
2.1.4 Locales	36
2.2 Bases Teóricas.....	36
2.2.1 Teorías del financiamiento	36
2.2.2 Teorías de la capacitación	49
2.2.3 Teorías de la empresa.....	62
2.2.4 Teorías de las Mypes.....	63
2.2.5 Teorías de la producción	69
2.2.6 Teorías del comercio	70
2.3 Marco Conceptual	73
2.3.1 Definiciones del financiamiento.....	73
2.3.2 Definiciones de la capacitación.....	74
2.3.3 Definiciones de las Mypes	75

2.3.4	Definiciones del sector comercio	75
2.3.5	Definiciones de neumáticos	76
III.	METODOLOGÍA	78
3.1	Diseño de la investigación	78
3.2	Población y muestra	78
3.2.1	Poblacion.....	78
3.2.2	Muestra.....	79
3.3	Definición y operacionalización de las variables	79
3.4	Técnica e Instrumentos	84
3.4.1	Técnicas	84
3.4.2	Instrumentos.....	84
3.5	Plan de Análisis.....	84
3.6	Matriz de consistencia.....	85
3.7	Principios eticos	86
IV.	RESULTADOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	87
4.1	Resultados	87
4.1.1	Respecto al objetivoespecífico 1	87
4.1.2	Respecto al objetivo específico 2	89
4.1.3	Respecto al objetivo específico 3	91
4.1.4	Respecto al objetivo específico 4	93
4.2	Análisis de resultados.....	95
4.2.1	Respecto al objetivoespecífico 1	95
4.2.2	Respecto al objetivo específico 2	96
4.2.3	Respecto al objetivo específico 3	96
4.2.4	Respecto al objetivo específico 4	97
V.	CONCLUSIONES.....	98
5.1	Respecto al objetivo específico 1	98
5.2	Respecto al objetivo específico 2	98

5.3	Respecto al objetivo específico 3	99
5.4	Respecto al objetivo específico 4	99
VI.	ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	101
6.1	Referencias bibliográficas	101
6.2	Anexos	105
6.2.1	Anexo 01: Cuestionario.....	105
6.2.2	Anexo 02: Tablas de resultados.	110

ÍNDICE DE CUADROS

N° DE CUADRO	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
01	Objetivo específico 1	87
02	Objetivo específico 2	89
03	Objetivo específico 3	91
04	Objetivo específico 4	93

I. INTRODUCCIÓN

Para **Flores (2004)**, el mundo avanza a una velocidad acelerada hacia la globalización de la economía, la cultura y todas las esferas del quehacer de la humanidad, lo que implica grandes retos a los países y a las micro y pequeñas empresas (MYPE), en cuanto a diversos temas, tales como: generación de empleo, mejora de la competitividad y, sobre todo, el crecimiento de los países convirtiendo a las MYPE en un elemento esencial para el sostenimiento y desarrollo a las economías de los países, por representar en términos cuantitativos mayor presencia en el ámbito empresarial.

Para **Vásquez (2011)** esta concepción de relevancia económica de las MYPE en los países, ha dado lugar al desarrollo de programas, políticas y otras relacionadas dirigidas a éstas, con la finalidad de fortalecer su permanencia y apoyar su crecimiento en forma ordenada, manifestándose experiencias más conocidas como la del continente Europeo y los países de América Latina.

En Europa, se acordaron y establecieron políticas y programas de apoyo a la MYPE como: capacitaciones, préstamos y subvenciones, de tal manera que estas entidades generadoras de ingreso tengan las facilidades necesarias para que desarrollen sus actividades. Actualmente en los países europeos como Italia, Inglaterra y otros de la Comunidad Europea, obtienen el 98.2 % de sus ingresos de estas pequeñas empresas, y el 1,8% de sus ingresos provienen de

las medianas y grandes empresas. Demostrando de esta manera que, tomando adecuadas decisiones se puede engrandecer a los países. Por lo que la financiación y la capacitación de estas pequeñas empresas fueron vitales, para generar un desarrollo y crecimiento de las economías de los países europeos **(Flores, 2004)**.

En América Latina y el Caribe, las MYPES son los motores del crecimiento económico; además, son una poderosa herramienta para combatir la pobreza, reducir la informalidad y la inseguridad. Asimismo, se está impulsando la participación de la mujer en la sociedad, los mercados laborales y la política. Por ello, es preocupación de los gobiernos y de la sociedad civil en general, generar los instrumentos adecuados para apoyarlas a través de la creación de un entorno político, social, financiero y de formación de capacidades, más eficaz, más accesible, más articulado y pertinente para las microempresas **(Bernilla, 2006)**.

Tomando en cuenta lo anteriormente expuesto, muchas de las MYPES pierden recursos al realizar las actividades cotidianas; además, los empleados no comparten la visión y misión de la empresa o MYPE y surgen problemas al momento de intercambiar ideas, también dejan de utilizar estrategias como la del servicio al cliente, para dar a conocer a la población el producto y calidad de los mismos. **(Palacios, 2013)**.

En el marco de la realidad económica y social de las MYPES del distrito de Cajamarca es oportuno realizar una evaluación integral de las mismas, para determinar qué tan eficaces y eficientes han sido las estrategias que han implementado, como se han favorecido y por ende, qué beneficios ha obtenido las sociedad del distrito de Cajamarca.

Sin embargo, a pesar del gran aporte que realizan las MYPE para solucionar el problema del empleo en el país, como lo afirma Flores (2004), no existen políticas ni programas de apoyo relacionados a la capacitación y financiamiento que contribuyan a mejorar e incrementar su rentabilidad; y aún más, garantizar su permanencia en el mercado. Asimismo, son muchos los obstáculos para que las MYPES puedan acceder al financiamiento, puesto que desde el punto de vista de la demanda se encuentran los altos costos del crédito, la falta de confianza de las entidades financieras respecto a los proyectos, la petición de excesivas garantías, los plazos muy cortos, entre otros. Dadas estas dificultades, las micro y pequeños empresarios tienden a recurrir a prestamistas usureros y asociaciones de crédito. El primero, seda en el corto plazo y con altas tasas de interés; mientras el segundo, se basa en la confianza entre los socios participantes (**Zevallos, 2003**).

El Perú tiene muchas oportunidades para ser exitoso, sin embargo, no es posible aprovecharlas, simplemente por los obstáculos para acceder al financiamiento, ya que desde el punto de vista de la demanda al crédito, hay

muchos obstáculos, como se ha dicho en el párrafo anterior. Sin embargo, hay que destacar que a un micro empresario en sus comienzos, cuando casi no se ven las ganancias, tiene la responsabilidad del sustento de una o más familias, por lo tanto, es muy difícil comenzar a pagar los créditos a las entidades financieras, y más aún, sujetos a tan altos costos del crédito. **Vásquez (2011).**

Otro punto muy relevante es la falta de información de los micro y pequeños empresarios respecto al financiamiento, es por ello que muchos piensan de la siguiente manera: "un préstamo no porque cobran muy caro", "no porque luego me quitan mi casa", o no porque no saben los beneficios que también pueden traer dichas entidades, todo ello hace que recurran a las entidades financieras informales, aun teniendo una gran variedad de instituciones financieras formales como: Las Cajas Municipales, las Cajas Rurales, Mi Banco, ONGs, cooperativas de ahorro y de crédito, el Banco del Trabajo, entre otros. **Vásquez (2011).**

También por la falta de capacitación, hay muchas personas con ganas de emprender un negocio y no pueden porque no cuentan con los conocimientos necesarios del negocio, muchas veces se lanzan como se dice, a una piscina sin fondo, no saben muy bien o nada del negocio, lo inician, hacen malas administraciones de su dinero, disminuye su capital hasta que llegan a quebrar; pero en otros casos, las personas pueden conocer el tipo de negocio, pero no conocen de finanzas ni de contabilidad, es por ello que, se dejan

estafar con grandes pérdidas, o en el peor de los casos, con pérdida de todo su capital. Esto les pasa por lo general, porque trabajan con familiares que de alguna forma la confianza hace que se dejen estafar (piensan que los lazos familiares son suficientes y que no hace falta papeles ni formalización) **(Zambrano, 2006).**

Las MYPES comercializadoras tienen el gran reto de involucrarse en un mundo globalizado y rápido en sus cambios y demandas, principalmente brindando un buen servicio y atención a los clientes, pues no se deben conformar con implementar estrategias para el mercado interno, que al estar cerca al límite de más provincias o departamentos del Perú, es mucho más fácil introducirse en otros mercados nacionales y regionales y ser distribuidores directos de los mismos, ya que para mantenerse y crecer deben apoyarse en herramientas que les permita mejorar los procedimientos, así como adaptar nuevas estrategias de mercado como la de relación cliente-empresa **(Pirir, 2011).**

El sector empresarial de las Mypes es un importante generador de empleo, gran parte de las familias Cajamarquinas están ocupadas en este sector en comparación con las medianas y grandes empresas. Por lo tanto, las políticas públicas deberían orientarse hacia esta forma de organización empresarial que permita generar empleo e ingresos y como estrategia de lucha contra la pobreza. El Estado no sólo debe intervenir en el diseño y ejecución de las políticas macroeconómicas y sociales, sino también, definir las reglas de

juego claras y, a la vez, invertir en infraestructura para el desarrollo. Por lo tanto, debería promover la inversión del sector privado para mejorar el crecimiento económico, la competitividad y el empleo de las Mypes. En el año 2005 el sector privado (conformado por micro, pequeñas, medianas y grandes empresas) ha sido un importante demandante de empleo en la ciudad de Cajamarca y, en menor medida, a nivel de la región, absorbiendo el 37% y 15,5% de mano de obra, respectivamente. De este grupo, cobran relevancia las Micro y Pequeñas Empresas conocidas como Mypes que absorben el 27,9% del empleo total en la ciudad de Cajamarca según el Ministerio de Trabajo 2007.

En la ciudad de Cajamarca donde hemos desarrollado el estudio, existen varios establecimientos de negocios conocidas como MYPE del sector comercio – rubro-compra de neumáticos. Estas MYPE se encuentran ubicadas en la Av. Vía de Evitamiento Sur, se dedican fundamentalmente a la compra venta de neumáticos, esta vía es la más comercial en este tipo de negocios. Por lo anteriormente expresado, el enunciado del problema de investigación es el siguiente: **¿Cuáles son las características del financiamiento y capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro compra/venta de neumáticos nuevos para automóviles de Cajamarca, 2016?**

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

Describir las características del financiamiento y capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio -rubro compra/venta de neumáticos nuevos para automóviles de Cajamarca, 2016.

Para poder conseguir el objetivo general, planteamos los siguientes objetivos específicos:

1. Describir las características de los dueños y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro compra/venta de neumáticos nuevos para automóviles de Cajamarca, 2016.
2. Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro compra/venta de neumáticos nuevos para automóviles de Cajamarca, 2016.
3. Describir las características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro compra/venta de neumáticos nuevos para automóviles de Cajamarca, 2016.
4. Describir las características de la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro compra/venta de neumáticos nuevos para automóviles de Cajamarca, 2016.

La presente investigación se justifica porque permitirá llenar el vacío del conocimiento; es decir, nos permitirá describir las características del financiamiento y capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector

comercio-rubro compra/venta de neumáticos nuevos para automóviles de Cajamarca, 2016.

Asimismo, la investigación se justifica porque desde el punto de vista práctico, nos permita contar con los datos estadísticos precisos sobre las características del financiamiento y capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro compra/venta de neumáticos nuevos para automóviles - Cajamarca, 2016.

También, la investigación se justifica porque servirá como antecedente para estudios posteriores a ser realizados por estudiantes de nuestra universidad en otros ámbitos geográficos locales, regionales y nacionales del Perú.

Finalmente, la presente investigación se justifica porque su elaboración, presentación, sustentación y aprobación, servirá para obtener mi título profesional de Contador Público, lo que a su vez servirá para que la Universidad Los Ángeles de Chimbote, la Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas, y la Escuela Profesional de Contabilidad, cumplan con los estándares de calidad establecidos por el SINEASE, que consiste en que todos los egresados del sistema universitario deben titularse a través de la sustentación y aprobación de una tesis.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes:

2.1.1 Internacionales

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

Velecela 2013) en su trabajo de investigación: “Análisis de las fuentes de financiamiento para las PYMES”. Universidad de Cuenca, Ecuador, con la finalidad de dar una visión general sobre las pequeñas y medianas empresas, se llegó a los siguientes resultados: que no existe una oferta estructurada de financiamiento para las PYMES; recién en los últimos años se han creado entidades financieras especializadas para estas empresas; pero el empresario por su falta de cultura financiera no toma estas opciones. Las dificultades de obtener un crédito no se relaciona únicamente con el hecho de que las PYMES no estén en posibilidad de acceder a fondos mediante un procedimiento financiero, Las auténticas dificultades suceden en ocasiones en las que un proyecto rentable a la tasa de interés no se efectiviza porque el empresario no consigue fondos del mercado, más aún porque desconoce las variadas opciones de financiamiento para las PYMES, pues sus propietarios no las utilizan

porque desconocen sobre su existencia, consideran que los procesos para ello son tediosos.

López (2009) en su trabajo de investigación denominado: Análisis estadístico del financiamiento a las Pymes, realizado en México (1998 a 2008) realizado en la Universidad Nacional Autónoma de México. Llegó a las siguientes conclusiones: A pesar de la importancia que representan las PyMEs en la economía del país, su acceso a las fuentes de financiamiento bancario se ha visto limitado, aún con los cambios y reformas institucionales y regulatorios del sector, que pretendían incrementar la inversión y la competitividad en el sector empresarial en el país. Desde 1998, la principal fuente de financiamiento para las PyMEs ha sido compuesta por proveedores, la segunda fuente está constituida por la banca comercial, la tercera fuente de financiamiento para ambos tamaños de empresa han sido bancos extranjeros, bancos de desarrollo, oficina matriz y otros pasivos. Las medianas empresas presentan una ligera ventaja sobre las pequeñas en el acceso a financiamiento bancario, las pequeñas y medianas empresas de México de 1998 a 2008 se han financiado principalmente de fuentes no bancarias. La principal limitante de las PyMEs para el uso del crédito bancario, en general, lo componen las altas tasas de interés. Las limitantes de las pequeñas empresas se pueden agrupar en cuatro factores: la insolvencia y falta de liquidez, el entorno económico, la relación riesgo-costos y los problemas exógenos.

La capacitación para las PyMEs es importante, en la medida que les permitirá administrar mejor su flujo de caja y tener más acceso a los productos que la banca ha diseñado para ellas. Además, podrán adoptar y aprovechar la tecnología que les permitan automatizar procesos básicos como el pago a proveedores y servicios. Dentro de los programas de capacitación, debe haber una mayor vinculación entre las empresas y las universidades; una etapa inicial sería aquella en la cual la banca de desarrollo y otras instituciones, en sus programas de servicio social y prácticas profesionales, asesoraran, supervisarán y canalizarán a los estudiantes, de tal manera que participen mediante la aplicación de sus conocimientos e ideen la estructura, planeación, contabilidad y administración de éstas empresas para que así las empresas cuenten con información oportuna que les permita tener una visión clara del negocio y posteriormente enfocarse en estrategias de ventas, mercadotecnia, etc.

Aladro, Ceroni y Montero (2011) en su trabajo de investigación denominado: Problemas de financiamiento en la MIPyMEs; análisis de caso práctico, realizado en la Universidad de Chile. Llego a las siguientes conclusiones: Que el acceso de las MIPyMEs al financiamiento ha aumentado notoriamente en los últimos años, sin embargo, es de gran importancia mejorar las condiciones de estos. En este sentido dos puntos esenciales a tener en consideración son la tasa de interés y el plazo de los créditos, los cuales son muy desfavorables para las empresas de menor tamaño dado su mayor perfil riesgoso. Así también es importante

mencionar que, si bien el acceso al financiamiento ha aumentado notoriamente, aún un gran porcentaje de microempresas no logran obtener crédito. En este sentido, es de vital importancia el apoyo a éstas en sus primeros años de funcionamiento, tiempo en que el financiamiento es más escaso, la inversión es más alta y la vulnerabilidad es mucho mayor.

Zapata (2004) en su trabajo de investigación denominado: *Cómo se genera el conocimiento en las pequeñas y medianas empresas de las tecnologías de la información y cómo se transfiere el conocimiento en dichas empresas*. Cuya metodología de estudio fue un análisis cualitativo llegando a la conclusión que las pequeñas y medianas empresas consideran que el conocimiento organizativo les permite ampliar, modificar y fortalecer su oferta de productos y servicios; toma de base la filosofía de una de las empresas en la que expresa: “somos conscientes de que nuestro sector es un sector continuamente cambiante... tienes que estar constantemente desaprendiendo y aprendiendo de nuevo. Las reglas y los esquemas se rompen continuamente por lo que puedes quedarte con un mismo esquema porque ese esquema dentro de un año ya no funcionará. Por lo que colige el investigador en el siguiente: en la PYMES debe existir una cultura organizativa abierta, es decir, que permita al director general alentar a los empleados a compartir su conocimiento y que facilite la comunicación entre los miembros de la empresa como fuente de creación interna de conocimiento. Otra de las

conclusiones fue que el único a tributo del conocimiento que facilita sus transferencia es la facilidad de enseñanza, es decir un entrenamiento, capacitación y monitoreo constante.

Mack (2012) en su trabajo de investigación denominado: Diagnostico empresarial de las Mipymes de la industria de restaurantes en el municipio de Jutiapa - Guatemala, cuyo objetivo general fue determinar la situación actual de las Mipymes de la industria de restaurantes en el municipio de Jutiapa. Se llegó a la conclusión que existen 15 microempresas y dos pequeñas empresas, bajo figura legal de empresas individuales administradas en gran número por los propietarios, con una gestión empírica, por lo tanto recomendó que este grupo de Mipymes se fortalezcan en el conocimiento de las oportunidades y herramientas que la globalización pone a disposición; como el acceso a la tecnología que les permite mejorar los procesos productivos y servicios prestados de tal manera que puedan adquirir un alto nivel de competitividad. Así también, que diseñe una planeación completa y formal, donde el empresario a largo plazo pueda plasmar lo que quiere hacer como proyectar la organización.

Herrera (2006) en su trabajo de investigación denominado: Programa de capacitación para el hotel boutique "La Quinta Luna" cuyo objetivo general fue conocer la preparación, entrenamiento y adiestramiento con

la que cuentan los empleados para poder desempeñar satisfactoriamente su trabajo. Concluyó que es importante que los empleados reciban capacitación en cuanto a idiomas, estandarización de sus checklist, la creación de un folleto de ventas, entre otros puntos importantes. Quedando como propuesta de un programa de capacitación para el hotel boutique "La Quinta Luna", que da pautas para que la empresa implemente y desarrolle dicha propuesta.

Ayala (2009) en su trabajo de investigación titulado: Diagnóstico empresarial de las micro y pequeñas empresa ferreteras de Gualan, Zacapa, - Guatemala, cuyo objetivo general objetivo general fue identificar como se encuentran estas empresas, utilizando como instrumentos el cuestionario y la guía de grupo de enfoque, la cual le permitió determinar algunas deficiencias en aspectos administrativos, de mercado, tecnológicos, de responsabilidad social y de acceso al financiamiento. Se llegó a la conclusión que recurrir a la capacitación y asesoría son temas de gran importancia para poder lograr un mejor desarrollo empresarial. Es evidente que un análisis profundo de lo externo e interno puede proyectar aspectos importantes sobre determinada empresa, y así mejorar o corregir.

Ordoñez (2007) en su trabajo de investigación titulada "Programa de inducción para una empresa comercializadora de llantas" – Guatemala, cuyo objetivo general fue asegurar la rápida adaptación del nuevo

colaborador con el fin de contribuir en forma efectiva a alcanzar los objetivos de la organización, utilizo el censo por el pequeño número de empleados que eran de 35 personas, como instrumentos utilizo el cuestionario y la entrevista para recopilar la información, en donde concluyó que la comercializadora de llantas no cuenta con un programa de inducción adecuado debido a que el procedimiento actual de inducción no posee las condiciones necesarias para proveer la debida información al nuevo empleado, y encomendó que el departamento de recursos humanos debe implementar el programa de inducción con las informaciones de cada etapa, materiales y responsables de impartir el proceso para el personal de la empresa.

Álvarez (2007) en su trabajo de investigación titulada: Manual de normas y procedimientos para el departamento de compras de mercadería local e importada en una empresa comercializadora de llantas, cuyo objetivo general fue presentar un manual de normas y procedimientos para el departamento de compras. Llego a la conclusión que el manual de normas y procedimientos mantiene la homogenidad, en cuanto a la ejecución de la gestión administrativa y evita la formulación de la excusa del desconocimiento de las normas vigentes.

Bustos (2013) en su trabajo de investigación denominado: Fuentes de financiamiento y capacitación en el distrito federal para el desarrollo de

micro, pequeñas y medianas empresas, realizado en la Universidad Nacional Autónoma de México. Llegó a las siguientes conclusiones: La microempresa, la pequeña empresa y la mediana empresa requiere analizar la estructura organizacional que conforman las pequeñas empresas para obtener así una viabilidad productiva que les permita ser punto de interés para las empresas públicas o privadas encargadas de otorgar créditos dentro de los mercados financieros, los rendimientos se incrementan en proporción al riesgo , lo cual, desde un enfoque netamente Keynesiano, implica un mayor crecimiento que está en función tanto de la inversión como del empleo. La cuestión fundamental que se esboza en la hipótesis de este trabajo de investigación tiene que ver con las alternativas de financiamiento, siendo esta uno de los puntos centrales mayormente debatidos. Las acotaciones que se han incluido indican un predominio hacia el sector proveedores como fuente de financiamiento, seguido de la Banca Comercial y la Banca de Desarrollo. El sector bancario comercial suele establecer una serie de requerimientos que obligan al microempresario cumplir para tener la posibilidad de acceder a un financiamiento; sin embargo, en ocasiones, las pequeñas empresas no suelen utilizar esta vía debido a las altas tasas de interés fijadas.

2.1.2 Nacionales

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

Vásquez y León (2014) en su trabajo de investigación denominado: *Caracterización del financiamiento de las Micro y Pequeñas Empresas de Compra/Venta de repuestos automotrices, realizado en Chimbote – Perú.* Cuyo objetivo principal fue describir las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra/venta de repuestos automotrices. Esta investigación fue de tipo cuantitativo y nivel descriptivo, para el recojo de información se tomó una muestra poblacional de 15 Mypes a quienes se les aplicó un cuestionario de preguntas cerradas; obteniendo los siguientes resultados: Respecto a los dueños de las Mypes estudiadas, indica que el 87% son mayores de 40 años; el 40% (6) son de sexo femenino y el 60% son de sexo masculino; el 27% tienen grado de instrucción de secundaria, el 40% tiene secundaria incompleta, el 7% educación superior no universitaria; el 47% son casados; el 33% son comerciantes y 47% no precisan. Respecto a las características de las Mypes; el 67% de las Mypes estudiadas tienen más de tres años en el rubro empresarial, el 100% son formales, el 53% poseen dos trabajadores permanentes y el 73% de las Mypes estudiadas no tienen trabajadores eventuales; además, el 93% de

las Mypes se formaron para obtener ganancias. Respecto al financiamiento el 60% realizan sus actividades comerciales con recursos financieros propios y el 40% con recursos financieros de terceros, de los cuales el 67% fue del sistema bancario, del 67% que obtuvieron crédito lo hicieron de los siguientes bancos, Banco Continental, Banco de Crédito del Perú y Scotiabank: además, el 83% de los créditos recibidos fueron a corto plazo y el 50% lo invirtieron para compra de activos fijos, el 17% lo utilizaron en mejoramiento de su local. Finalmente, concluye que la mayoría de los empresarios son mayores de 40 años de edad, son de sexo masculino; la mayoría de las Mypes tienen más de 3 años en el rubro compra/venta de repuestos automotrices, finalmente las Mypes que obtuvieron financiamiento la gran mayoría lo obtuvo a corto plazo, situación que no les permitió su crecimiento y desarrollo.

Valera (2013) en su tesis titulada: Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las Mypes del sector comercio – rubro distribuidor de automotores realizado en Chimbote – Perú. Cuyo objetivo fue describir las principales características del financiamiento y rentabilidad de las Mypes, del sector comercio-rubro distribuidora de autopartes en el distrito de Chimbote periodo 2010-2011, para el desarrollo ha utilizado una investigación cuantitativa, a nivel descriptivo y diseño no experimental transversal, tomándose una muestra de 10 Mypes se aplicó la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: Respecto a los dueños de las Mypes. El 80% de los dueños oscilan entre

los 36 y 50 años de edad, el 60% son de sexo masculino, el 50% tienen grado de instrucción superior universitaria completa y el 37.75% tienen grado de instrucción de educación secundaria. Respecto a las características de las Mypes, el 70% vienen desarrollando esta actividad en el mismo rubro menos de 5 años, 60% de las Mypes encuestadas cuentan con trabajadores permanentes y el 100% dijo que las Mypes se formaron para obtener ganancias. Respecto al financiamiento de la Mypes, el 90% solicitaron crédito financiero de los cuales el 80% de estas empresas aseguraron haber recurrido al financiamiento formal, por otro lado nos indica que el 80% de las Mypes fueron atendidas en los créditos solicitados, el 70% solicitaron un monto de crédito financiero entre los 10,000 y 15,000 nuevos soles y el 30% solicito entre 15,000 – 20,000 además el 60% de los encuestados indica que invirtieron el crédito en capital de trabajo.

Kong y Moreno (2014) en su trabajo de investigación denominado: “Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las Mypes del Distrito de San José Lambayeque en el período 2010-2012”. Llegó a las siguientes conclusiones: Las fuentes de financiamiento han influenciado de manera positiva en el desarrollo de las MYPES del distrito de San José, gracias a que dichas fuentes les han permitido acceder a créditos para financiar sus inversiones en capital de trabajo, activos fijos y tecnología, impulsándolos a una mejora tanto en su producción como en sus ingresos, ya que ahora cuentan con un mejor

inventario para ofrecer a sus clientes. Al evaluar el desarrollo de las MYPES del distrito de San José en el período 2010 al 2012, constató que gran parte de las microempresas se han mantenido en un estado de equilibrio, limitando su capacidad gestora al destinar efectivamente su financiamiento, pero que pese a ello tanto su producción como sus ingresos son los que mayor impacto han tenido gracias al financiamiento obtenido, que en su mayoría fue de fuentes externas. Aunque existe una proporción de emprendedores que gracias a sus ahorros generaron empresa para tener una fuente de ingreso permanente, frente a las bajas en su actividad principal (pesca, construcción naval) que destaca en el distrito en mención. Al evaluar las diferentes fuentes de financiamiento que tuvieron mayor participación en el mercado del distrito de San José, durante el período 2010 – 2012, quien tuvo un mayor dinamismo en el sector fue MI BANCO como principal proveedor de recursos financieros quienes les dieron las facilidades a LAS MYPES de obtener un financiamiento ya sea para capital de trabajo o atender obligaciones con terceros, del mismo modo se encuentran los recursos financieros obtenidos por prestamistas informales del propio Distrito. Finalmente, se determina que las MYPES han respondido favorablemente al financiamiento recibido por las diferentes fuentes de financiamiento, ya sea por un ahorro personal o por la participación de entidades financieras.

Reyna en un estudio sobre la incidencia del financiamiento y la capacitación en la micro y pequeñas empresas del sector Comercio estaciones de servicio de combustible en el distrito de Nuevo Chimbote,

llega a las siguientes conclusiones: a) La edad promedio de los conductores de las micro y pequeñas empresas fue de 50 años. b) En cuanto al sexo del representante legal, el 100% está representado por el sexo masculino. c) En cuanto al grado de instrucción, el 66.7% tienen estudios secundarios, y el 33.3% tienen estudios superiores. d) En cuanto al financiamiento el monto promedio del micro crédito fue de s/ 24,111. Las entidades financieras más solicitadas fueron el sector comercial con el 100%. Puntualizando, el Banco de Crédito fue solicitado 5 veces (55.6%) y el Banco Continental 4 veces (44.4%). En relación al destino del crédito financiero, el 66.7% respondieron que era para capital de trabajo y el 33.3% para activos fijos. En lo que respecta al crédito y la rentabilidad, el 100% de Mypes que utilizaron crédito financiero tuvieron mejores utilidades. e) En lo que se refiere a la capacitación, el 66.7% sí recibió capacitación y el 33.3% no. Los tipos de cursos más solicitados sobre capacitación fueron: Sobre recursos humanos 66.7%, marketing 55.6%, seguridad 55.6%, manejo empresarial 44.4% e inversiones 11.1%.

Farromeque (2014) en su tesis Titulada: “Caracterización Del Financiamiento y la Competitividad en las Mypes del Sector Comercio-Rubro Venta de Autopartes Para Vehículos Motorizados”, realizado en el Distrito De Chimbote - Perú. Cuyo objetivo general fue describir las características del financiamiento y la competitividad en las Mypes del sector de estudio, su investigación fue de tipo cualitativo – descriptivo,

para lo cual tomó una muestra de 20 Mypes de una población de 40 Mypes, donde obtuvo los siguientes resultados: Con respecto a los datos generales de los empresarios, el 75% son personas adultas tienen de 31 a más años de edad, el 80% son de sexo masculino y el 20% del sexo femenino; el 75% tienen un grado de instrucción superior, y el 20% tiene educación primaria. Respecto a las Mypes, el 85% son formales; el 75% de las Mypes indican que sus trabajadores son permanentes y el 25% indican que tienen trabajadores eventuales; el 85% de las Mypes fueron formadas para obtener ganancias y el 10% para dar empleo a familiares. Respecto al Financiamiento, el 100% de las Mypes en estudio obtuvieron créditos financieros; el 65% solicitaron crédito en cajas de ahorro y un 35% lo solicitaron en bancos; de los cuales el 50% de las Mypes pagaron una tasa de interés hasta el 10%, el 35% pagaron hasta el 20% de intereses y el 15% pagaron una tasa de interés del 21% a más; además el 45% utilizaron su crédito en capital de trabajo, el 25% de las Mypes utilizaron su crédito en mejoramiento de local.

Vargas (2014) en su tesis titulada “Caracterización del financiamiento y la capacitación de las Mypes del sector Comercio-Rubro Automotriz en General”, realizado en Chimbote - Perú. Cuyos objetivos fueron describir las principales características del financiamiento y capacitación de las Mypes del sector comercio – rubro Automotriz en general del distrito de Chimbote y determinar las principales características de las Mypes y de los empresarios del sector comercio – rubro automotriz en

general del distrito Chimbote, año 2014; esta investigación fue de tipo cuantitativo a nivel descriptivo y de diseño no experimental/transversal, en la cual se tomó una muestra de 17 Mypes de una población de 120, a quienes se les aplicó la técnica de la encuesta; donde obtuvo los siguientes resultados: **Respecto a los datos generales de los empresarios y la empresa**, el 53% de los empresarios fluctúan una edad entre los 18-30 años de edad; el 35% de los empresarios cuentan con estudios superiores universitarios y el 66.7% tiene estudios secundarios; el 47% indicaron que sus Mypes tienen de 3 a más años en el mercado; el 76% de las Mypes son formales; el 71% de las Mypes tienen de 1 a 4 trabajadores y un 29% tiene de 5 a más trabajadores. **Respecto al financiamiento de la empresa**, el 100% de las Mypes manifestaron que es necesario solicitar financiamiento y dichos créditos lo solicitaron a las entidades bancarias de las cuales mencionan. Banco Scotiabank, Banco de Crédito del Perú y Banco Financiero debido a que estos bancos les financió la cantidad de dinero solicitado; el 29% de las empresas fueron financiadas por el Banco de Crédito del Perú; el 59% de las empresas manifestaron pagar un interés entre 0% a 10% en su préstamo. **Respecto a la capacitación del personal en la empresa**, el 71% de las empresas encuestadas manifestaron que capacitaron a sus trabajadores; de los cuales el 59% capacitaron a sus trabajadores en temas de ventas; además el 100% de las Mypes creen que la capacitación de sus trabajadores mejora la rentabilidad de su empresa y el 100% de las Mypes consideran la capacitación como una inversión. Finalmente concluye que la mayoría

de los representantes legales son adultos y tienen grado de instrucción superior, la mayoría de las Mypestuvieron una antigüedad de 3 años en la actividad empresarial, por otro lado los representantes legales manifiestan que sus trabajadores reciben capacitación en atención al cliente y señalan que la capacitación mejora el aumento de las ventas y con ello la rentabilidad de las Mypes.

2.1.3 Regionales

En esta presente investigación se entiende por antecedentes regionales a todo trabajo de investigación realizado por cualquier investigador en cualquier ciudad de la región de Cajamarca, menos cualquier ciudad del distrito de Cajamarca; sobre aspectos relacionados con nuestras variables y unidades de análisis.

Revisando la literatura pertinente, no se ha podido encontrar antecedentes regionales.

2.1.4 Locales

En este estudio se entiende por antecedentes locales a todo trabajo de investigación realizado por cualquier investigador en el distrito de Cajamarca, sobre aspectos relacionados con nuestras variables y unidades de análisis.

Revisando la literatura pertinente, no se ha podido encontrar antecedentes locales.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Teorías del financiamiento:

2.2.1.1 Financiamiento

Gitman (1196) designa con el término financiamiento al conjunto de recursos monetarios financieros que se destinaran para llevar a cabo una determinada actividad o proyecto económico.

En el mundo de la administración financiera existen diferentes aspectos importantes en las actividades comerciales de las organizaciones.

2.2.1.1.1 Fuentes de financiamiento a corto plazo

Para **Hidalgo (2013)** son todas aquellas deudas que contrae la empresa cuyo vencimiento es menor o igual a un año, las diferentes fuentes de financiamiento a corto plazo son.

- **Crédito comercial.**

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

Weston y Brigham (1994, P.584) opinan sobre el crédito comercial “constituyen la categoría individual más grande de deudas a corto plazo y representa el 40% de los pasivos circulantes de las corporaciones típicas de naturaleza no financiera”.

- **Papeles comerciales.**

Es una fuente de financiamiento a corto plazo que consiste en los pagarés no garantizados de grandes e importantes empresas que adquieren los bancos, las compañías de seguros, los fondos de pensiones y algunas empresas industriales que desean invertir a corto plazo sus recursos temporales excedentes.

- **Crédito bancario.**

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

De acuerdo a Weston y **Brigham (1994)**, varia con cada tipo de prestatario en cualquier punto en el tiempo, también variara para cada

tipo de prestatario a lo largo del tiempo. Las tasas de interés son más altas en el caso de los prestatarios más riesgosos, y dichas tasas también son más altas en caso de los prestatarios más pequeños debido a los costos fijos que incluye la concesión y el reembolso de los préstamos.

- **El pagaré.**

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

- **Línea de crédito.**

La línea de crédito significa dinero siempre disponible en el banco, durante un periodo convenido.

Weston y Brigham (1994:593), sostiene que una línea de crédito es un acuerdo que se celebra entre el banco y el prestatario en el que indican el crédito el crédito máximo que el banco extenderá al prestatario.

- **Contrato de crédito revolvente.**

Es una línea de crédito garantizada, está garantizada en el sentido en el sentido en que el banco comercial que pacta el convenio le asegura

al prestatario que podrá disponer de una cantidad específica de fondos, independientemente de la escases del dinero.

- **Financiamiento por medio de cuentas por cobrar.**

Es aquel en donde la empresa consigue financiar dichas cuentas por cobrar consiguiendo recursos para invertirlos en ella. Es un método de financiamiento que resulta menos costoso y disminuye el riesgo de incumplimiento.

- **Financiamiento por medio de inventarios.**

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

2.2.1.1.2 Fuentes de financiamiento a largo plazo.

Estas fuentes son:

- **Hipoteca.**

La hipoteca es un traslado condicional de propiedad que es otorgado por el prestatario (deudor) al prestamista (acreedor) a fin de garantizar el pago del préstamo. Según Brito (1996, p.38) opinan que son aquellas obligaciones que la empresa contrajo como consecuencia de haber recibido un préstamo de dinero, cuando el pago del mismo garantizado por un bien inmueble.

- **Bonos.**

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

- **Arrendamiento financiero.**

Según Weston y Copelano (1995), es un contrato que se negocia entre el propietario de los bienes (acreedor) y la empresa (arrendatario) a la cual se le permite el uso de esos bienes durante periodo determinado y mediante el pago de una renta específica, sus estipulaciones pueden variar según la situación y las necesidades de cada una de las partes.

- **Acciones**

Las acciones representan la participación patrimonial o de capital de un accionista dentro de la organización a la que pertenece.

2.2.1.1.3 Plazos del financiamiento a corto y largo plazo.

Según **Hidalgo (2013)**, los financieros y contadores, utilizan el concepto de corto plazo y largo plazo para mostrar en los estados financieros las deudas que tiene la empresa en función del plazo en que deben pagarse.

- Un préstamo o financiamiento de corto plazo, es la que se debe pagarse dentro de los próximos doce meses.

- Un préstamo o financiamiento de largo plazo, es la que se debe pagarse después de doce meses o en el siguiente periodo fiscal, si los estados financieros son los de finales del periodo.
- Un préstamo a corto plazo sería el que se deba pagar de tres hasta cinco años. Generalmente estos préstamos son para capital de trabajo.
- Un préstamo de corto plazo sería el que se pacte a más de cinco años.

2.2.1.1.4 Tasas, interés del financiamiento a corto y largo plazo.

Las tasas de interés que cobra el sector financiero a las micro y pequeñas empresas (Mypes) tienen un costo exagerado, que pueden llegar hasta un 50%. Los bancos están facilitando los créditos a las Mypes de acuerdo a la capacidad y a su declaración, sin embargo las tasas que cobran al sector todavía son muy altas, lo que no permite avanzar a nuestras empresas.

Se precisa que las tasas de interés para las Mypes se encuentran en promedio en 25 %, pero a esta cifra los bancos le añaden otros costos con lo que elevan el monto total entre 30% y 40% y en muchos casos hasta un 50 % de interés.

Las Mypes durante su actividad comercial se requiere de más apoyo, que los bancos otorguen crédito claros y transparentes, además que se conviertan en un apoyo real para que sigan creciendo y empujando la productividad del país o la localidad donde están ubicadas.

La falta de apoyo es la gran desventaja para el sector emprendedor, ya que el sistema financiero cobra a las grandes empresas tasas de interés entre 11% y 12%, muy por debajo de las que se aplica a las Mypes.

Las grandes empresas tienen tasas de interés más bajas y más ventajas que las microempresas, pese que ellas ya tienen un mercado ganado, y muchas Mypes recién están naciendo y abriéndose en el mercado.

2.2.1.1.5 Utilización del financiamiento a corto y largo plazo.

Según **Briceño (2000)**, el **financiamiento a corto plazo está conformado por:**

- **Crédito comercial.**

Este se utiliza cuando una cuenta de crédito comercial, únicamente debe aparecer en los registros cuando este crédito comercial ha sido comprado y pagado en efectivo, en acciones del capital u otras propiedades del comprador. El crédito comercial no puede ser comprado independientemente, tiene que comprarse todo o parte de un negocio para poder adquirir ese valor intangible que lo acompaña.

- **Crédito bancario**

Es cuando la empresa, se presente con el funcionario de préstamos del banco, debe ser capaz de negociar. Debe dar la impresión de que la mype es competente en el rubro.

- **El pagaré**

Los pagarés se derivan de la venta de mercadería, de préstamos en efectivo, o de la conversión de una cuenta corriente. Dicho documento debe contener ciertos elementos de negociabilidad entre los que destaca que: Debe ser por escrito y estar firmado por el girador, debe contener una orden incondicional de pagar cierta cantidad en efectivo estableciéndose también la cuota de interés que se carga por la extensión del crédito por un determinado tiempo o periodo.

- **Línea de crédito**

El banco presta a la empresa una cantidad máxima de dinero por un periodo determinado. Una vez que se efectúa la negociación, la empresa no tiene más que informar al banco de su deseo de disponer de tal cantidad, firma un documento que indica que la empresa dispondrá de esa suma, y el banco transfiere fondos automáticamente a esa cuenta de cheques.

- **Papeles comerciales**

El papel comercial se clasifica de acuerdo con los canales a través de los cuales a través de los cuales se vende, con el giro operativo del vendedor o con la calidad del emisor. Si el papel se vende a través de un agente, se dice que está colocada con el agente, quien a su vez lo

revende a sus clientes a un precio más alto. Por lo general retira una comisión de 1/8 % del importe total por manejar la operación.

- **Financiamiento por medio de cuentas por cobrar**

Consiste en vender las cuentas por cobrar de la empresa a un factor (agente de ventas o comprador de cuentas por cobrar) conforme a un convenio negociado previamente. Por lo regular se dan instrucciones a los clientes para que paguen sus cuentas directamente al agente o factor, quien actúa como departamento de crédito de la empresa.

- **Financiamiento por medio de los inventarios**

Por lo general al momento de hacerse la negociación, se exige que los artículos seas duraderos, identificables y susceptibles de ser vendidos al precio que prevalezca en el mercado. El acreedor debe tener derecho legal sobre los artículos, de manera que si se hace necesario tomar posesión de ellos el acto no sea materia de controversia.

- **Hipoteca**

La hipoteca confiere al acreedor una participación en el bien, el acreedor tendrá que acudir al tribunal y lograr que la mercadería se venda por orden de este. Es decir, que el bien no pasa a ser del

prestamista hasta que no haya sido cancelado el préstamo. Este tipo de financiamiento por lo general es realizado por medio de bancos.

- **Acciones**

Las acciones se clasifican en acciones preferentes que son aquellas que forman parte del capital contable de la empresa y su posesión da derecho a las utilidades después del impuesto de la empresa, hasta cierta cantidad, a los activos de la misma. Las acciones comunes que representan la participación residual que confiere al tenedor un derecho sobre las utilidades y los activos de la empresa.

- **Bonos**

El tenedor del bono recibe una reclamación o gravamen en contra de la propiedad que ha sido ofrecida como seguridad para el préstamo. Si el préstamo no es cubierto por el prestatario, la organización que el fideicomiso puede iniciar acción legal a fin de que saque a remate la propiedad hipotecada y el valor obtenido de la venta sea aplicada al pago del deudo.

- **Arrendamiento financiero**

Consiste en dar un préstamo a plazo con pagos periódicos obligatorios que se efectúan en el transcurso de un plazo determinado, generalmente igual o menor que la vida estimada del

activo arrendado. El arrendatario (la empresa) pierde el derecho sobre el valor de rescate del activo (que conservara en cuanto lo haya comprado).

2.2.1.2 Teoría de la estructura financiera

Según **Durand (1952)**, toda oportunidad de inversión real está acompañada, y al mismo tiempo condicionada, por decisiones de financiación; estas a su vez determinan la composición del capital entre deuda y recursos propios. Lo anterior se refleja en la estructura financiera adoptada por la empresa, luego de ser considerados aspectos como costo de deuda, presión fiscal, riesgo de quiebra, entre otros.

Dos enfoques teóricos modernos intentan dar explicación a esa composición de capital, y por ende a la estructura financiera:

- Teoría del equilibrio estadístico.- según Trade off Theory, considera la estructura de capital de la empresa como el resultado del equilibrio entre los beneficios y costos derivados de la deuda, manteniendo constantes los activos y los planes de inversión.
- Teoría de la jerarquía Financiera.- PeckingOrderTheory, expone la referencia de la empresa por la financiación interna a la externa, y la deuda a los recursos propios si se recurre a la emisión de valores.

Las teorías modernas antes mencionadas tienen su punto de partida en la discusión de la idea de Modigliani y Millewr (1958) en cuanto a la

irrelevancia e independencia de la estructura de capital con relación al valor de mercado de la empresa.

2.2.1.3 Teoría de Modigliani y Miller

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

La teoría tradicional plantea que la estructura financiera óptima será aquella que maximice el valor de mercado de la empresa y minimice el costo de capital, esta estructura de no ser apropiada puede representar una restricción a las decisiones de inversión y por lo tanto, al crecimiento de la empresa.

Este análisis consta de dos etapas:

- **Primera etapa:** Establecen la independencia del valor de la firma respecto a su estructura de financiamiento, en una segunda etapa, la toma en consideración del impuesto sobre el ingreso de las sociedades los conducen a concluir que hay una relación directa entre el valor de la empresa y su nivel de endeudamiento.
- **Segunda etapa:** En esta participan las variables de ingresos, costos variables, costos fijos, depreciaciones, intereses financieros, impuestos, costos de deuda, costos de capital, todas estas variables interrelacionadas permiten definir la rentabilidad financiera de la organización. Esto se fundamenta en tres proposiciones.

1. **Proposición I de M&M.** explica que el valor de la empresa solo dependerá de la capacidad generadora de renta de sus activos sin importar en absoluto de donde han emanado los recursos financieros que los han financiado; es decir, tanto el valor total de mercado de una empresa como su costo de capital son independientes de su estructura financiera, por tanto, la política de endeudamiento de la empresa no tienen ningún efecto sobre los accionistas.

2. **Proposición II de M&M.** explica que la rentabilidad esperada de las acciones ordinarias de una empresa endeudada crece equitativamente a su grado de endeudamiento; es decir, el rendimiento probable que los accionistas esperan obtener de las acciones de una empresa que pertenece a una determinada clase, es función lineal de la razón de endeudamiento.

3. **Proposición III de M&M.** Explica que la tasa de retorno de un proyecto de inversión ha de ser completamente independiente a la forma como se financie la empresa, y debe al menos ser igual la tasa de capitalización que el mercado aplica a empresas sin apalancamiento y que pertenece a la misma clase de riesgo de la empresa inversora; es decir, la tasa de retorno requerida en la evaluación de inversiones es independiente de la forma en que cada empresa este financiada.

2.2.1.4 Teoría de la jerarquía financiera.

La teoría sobre jerarquización de la estructura de capital (Myers y Majluf, 1984) se encuentra entre las más influyentes a la hora de explicar la decisión de financiación respecto al apalancamiento corporativo. Esta teoría descansa en la existencia de información asimétrica (con respecto a oportunidades de inversión y activos actualmente tenidos) entre las empresas y los mercados de capitales. Es decir los directores de la organización a menudo tienen mejor información sobre el estado de la compañía que los inversores externos. Además de los costos de transacción producidos por la emisión de nuevos títulos, las organizaciones tienen que asumir aquellos costos que son consecuencia de la información asimétrica. Para minimizar estos y otros costos de financiación, las empresas tienden a financiar sus inversiones con autofinanciación, luego deuda sin riesgo, después deuda con riesgo y finalmente con acciones.

2.2.2 Teorías de la capacitación

2.2.2.1 Antecedentes

En el proceso de las civilizaciones antiguas, como Egipto y Babilonia, la capacitación era organizada para mantener una cantidad adecuada de artesanos. Las leyes del código Hammurabi hacían referencia a la petición para que los artesanos enseñaran sus artes y oficios a los jóvenes.

Según **Calderón Córdova (1995)**, la capacitación se divide en tres áreas.

1. Capacitación para el trabajo

Se imparte al trabajador que va a desempeñar una nueva función por ser de nuevo ingreso, o por promoción o reubicación dentro de la misma empresa.

- a. Capacitación de pre ingreso. Se analiza con fines de selección, por lo que se enfoca en proporcionar al nuevo personal los conocimientos necesarios y desempeñar las actividades del puesto.
- b. Inducción. Consiste en un conjunto de actividades para informar al trabajador sobre los planes, objetivos y las políticas de la organización para que se integre al puesto, al grupo de trabajo y a la organización.
- c. Capacitación promocional. Es el conjunto de acciones de capacitación que dan al trabajador la oportunidad de alcanzar puesto de mayor nivel de autoridad, responsabilidad y remuneración.

2. Capacitación en el trabajo

Lo conforman diversas actividades enfocadas a desarrollar habilidades y mejorar actitudes del personal respecto a las tareas que

realizan. En ellas se conjuga la realización individual con la consecución de los objetivos organizados.

- a. Adiestramiento. Consiste en una acción destinada al desarrollo de las habilidades y destrezas del trabajador con el propósito de incrementar la eficiencia en su puesto de trabajo.
- b. Capacitación específica y humana. Consiste en un proceso educativo, aplicado de manera sistemática, mediante el cual las personas adquieren conocimientos, actitudes y habilidades en función de objetivos definidos.

3. Desarrollo

Este comprende la formación integral del individuo y específicamente la que puede hacer la empresa para contribuir esta formación.

- a. Educación formal para adultos. Son las acciones realizadas por la organización para apoyar al personal en su desarrollo en el marco de la educación escolarizada.
- b. Integración de la personalidad. La conforman los eventos organizados para desarrollar y mejorar las actitudes del personal, hacia sí mismos y hacia su grupo de trabajo.
- c. Actividades recreativas y culturales. Son las acciones de esparcimiento que propicia la empresa para los trabajadores y su familia con el fin de que se integren al grupo de trabajo, así como

el que desarrollen su sensibilidad de creación intelectual y artística.

Por otro lado **Strauss y Sayles (1994)** presentan otra forma de clasificar los tipos de capacitación.

1. Capacitación en clase

Consiste en impartir la capacitación en clase como en la educación tradicional.

- a. Capacitación fuera del trabajo. Se puede impartir por medio de cursos especialmente preparados para las necesidades de la organización.

2. Capacitación en servicio

Es la que imparte un supervisor a un principiante haciéndole alguna crítica o recomendación de vez en cuando. También puede ser impartida por un empleado con experiencia.

- a. Capacitación informal. Al utilizar este tipo de capacitación es posible que el supervisor haga pasar al empleado por distintas tareas a fin de darle una experiencia amplia.

3. Combinación

En ocasiones la dirección trata de combinar el realismo de la capacitación en servicio con la reducción de presiones para obtener de inmediato los beneficios de los cursos extremos.

- a. Capacitación de antesala. Esta es deseable cuando el puesto es difícil, cuando los errores o la lentitud perjudican gravemente los programas y los métodos de producción o cuando se requiere una enseñanza muy especial.
- b. Asignar al trabajador como aprendiz de un maestro para que aprenda con la práctica. Aquí la enseñanza se complementa con la experiencia real y en el trabajo.

2.2.2.2 Proceso de la capacitación de las microempresas

La capacitación en si es un proceso mediante el cual se proporcionan los medios para hacer posible el aprendizaje en las micro y pequeñas empresas.

El aprendizaje es la manifestación que surge de la empresa como resultado de sus esfuerzos. Con la capacitación se busca orientar esas experiencias de aprendizaje en sentido positivo y benéfico, así como complementarlas y reforzarlas con una actividad planeada para que el personal de todos los niveles de la empresa pueda incrementar sus conocimientos más rápidamente y adoptar las actitudes y habilidades que requiere tanto para su propio beneficio como para el de la organización.

El enfoque de sistemas nos permite observar los procesos como una suma integrada de partes y ver la totalidad de cada proceso en relación con el medio. Nos proporciona, además, una conciencia mayor de la complejidad del aprendizaje.

Es así como el proceso de capacitación sigue una secuencia lógica de eventos, los cuales constituyen un proceso continuo centrado en los objetivos básicos de la capacitación de personal.

- Enseñanza orientada a los objetivos organizacionales.
- Cambio de comportamiento.

La naturaleza del proceso de capacitación de las microempresas, aunque sea considerada como una serie de eventos o fases para la adquisición de habilidades, conocimientos y actitudes, sugiere un modelo de sistema abierto. Es decir, recibe y genera influencias de y en aquello con lo que está involucrado.

1. Determinación de las necesidades de capacitación en una empresa

El primer paso del proceso de capacitación en una empresa consiste en detectar las necesidades de información de un área o habilidades de un trabajador o grupo de trabajadores de la empresa, con el fin de determinar en donde o quien requiere más conocimientos para aumentar la productividad organizacional.

a. Análisis de las necesidades de capacitación

McGehee y Thayer (1961) sugieren que la determinación de las necesidades de capacitación de una empresa contenga tres tipos de análisis:

- Análisis Organizacional. Se centra principalmente en la determinación de los objetivos organizacionales, así como en los recursos con que cuenta la empresa, la fuente de estos y sus relaciones con los objetivos.

- Análisis de Funciones. Se enfoca en la tarea o el trabajo, sin tomar en cuenta como se desempeña el empleado al realizarlo. Señala como se debe comportar el trabajador para realizar su tarea en forma eficaz.

- Análisis de personas. Examina el conocimiento, las actitudes y las habilidades del individuo que ocupa cada puesto, y determina qué tipo de conocimientos, actitudes o habilidades debe adquirir y que tipos de modificaciones debe hacerse a su comportamiento.

b. Proceso de determinación de las necesidades de una empresa.

La elaboración y ejecución de programas de capacitación requiere realizar un estudio en la empresa para conocer los antecedentes en los que se basaran, de tal manera que se logre el objetivo de incrementar la productividad, el cual influirá en la reducción de tiempos y costos, y en el aumento de la calidad del trabajo, así como en el desarrollo óptimo de los recursos humanos.

2. Teoría de la capacitación y programas de una empresa

Para que la capacitación produzca el cambio en las empresas y el comportamiento del personal, es necesario conocer las leyes del aprendizaje, así como las características socio psicológicas a través de las cuales estas leyes y los principios en los que se debe basar la capacitación.

Las leyes de la capacitación de una empresa son.

- a. La ejercitación. Las microempresas recuerdan con mayor claridad y durante más tiempo aquello que han repetido y ejercitado.
- b. El afecto. La empresa o persona relacionada al éxito o el fracaso en la ejecución de una tarea o el grado de gratificación o frustración que le produce.
- c. La primacía. El individuo recuerda claramente la primera experiencia que las sucesivas, aunque se produzcan en igualdad de condiciones, porque esta crea una impresión más fuerte e imborrable.
- d. La intensidad. La persona aprende más de las vivencias asociadas con un impacto emocional porque estas producen un grado de excitabilidad más favorable para el aprendizaje que las experiencias rutinarias y monótonas.
- e. La utilidad. La persona memoriza más rápido y fácil el conocimiento adquirido a medida que lo utiliza, y al hacerlo disminuye la probabilidad de que lo olvide.

Las características socio psicológicas en una empresa son.

- a. La motivación. Esta es la fuerza que induce a las personas y empresas a actuar, y la que orienta y regula su conducta, influye en su voluntad para ejecutar una tarea, vencer las dificultades y movilizar sus potencialidades.
- b. La experiencia. Conformar un conjunto de estereotipos y patrones de conducta ante las diversas situaciones que se le presentan al personal, y constituye un centro de información para interpretar, valorar y responder a los problemas que tenga que enfrentar.
- c. El estatus. Es la posición jerárquica que ocupa un individuo en relación con los otros, está asociado con el grado de autoridad o influencia que se ejerce sobre los demás, así como con la responsabilidad que tiene ante determinados objetivos personas o situaciones.

2.2.2.3 Beneficios de la capacitación

La capacitación es un medio eficaz para lograr el desarrollo de las empresas, su importancia radica principalmente en los múltiples beneficios que genera, de acuerdo a **Tessin (1978)** se encuentran los siguientes.

1. Beneficios de la capacitación hacia las organizaciones o empresas

- a. Conduce a rentabilidad más alta y a actitudes más positivas.

- b. Crea una mejor imagen.
- c. Mejora la relación jefes-subordinados.
- d. Ayuda en la preparación de guías para el trabajo.
- e. Agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas.
- f. Contribuye a la formación de líderes y dirigentes.
- g. Incrementa la productividad y la calidad del trabajo.
- h. Ayuda a mantener bajos costos en muchas áreas.
- i. Reduce la tensión y permite el manejo de áreas de conflicto.

2. Beneficios para el individuo que repercuten en la empresa

- a. Ayuda al individuo en la toma de decisiones y la solución de problemas.
- b. Forja líderes y mejora las aptitudes comunicativas.
- c. Incrementa el nivel de satisfacción con el puesto.
- d. Permite el logro de metas individuales.
- e. Desarrolla un sentido de progreso en muchos campos.

3. Beneficios en relaciones humanas, relaciones internas y externas y adopción de políticas

- a. Mejora la comunicación entre grupos y entre individuos.
- b. Ayuda en la orientación de nuevos empleados.
- c. Proporciona información de las disposiciones oficiales en muchos campos.
- d. Alienta la cohesión de los grupos.

- e. Proporciona una buena atmosfera para el aprendizaje.
- f. Convierte a la empresa en un entorno de mejor calidad para trabajar y vivir en ella.

2.2.2.4 Objetivos de la capacitación

La capacitación busca lograr ciertos objetivos, los cuales se detallan a continuación, de acuerdo con **Rodríguez Valencia (1998)**.

- Objetivo General. Conseguir adaptar al personal para el ejercicio de determinada función o ejecución de una tarea especificada en una empresa determinada.
- Objetivos particulares de la capacitación de una microempresa.
 - a. Incrementar la producción de la microempresa o empresa.
 - b. Promover la eficiencia del trabajador, se obrero, empleado o funcionario.
 - c. Proporcionar al trabajador una preparación para desempeñar puestos de mayor responsabilidad dentro de la empresa.
 - d. Promover un ambiente de mayor seguridad en el empleo.
 - e. Ayudar a desarrollar condiciones de trabajo más satisfactorias mediante los intercambios personales que surgen durante la capacitación.
 - f. Promover el mejoramiento de sistemas y procedimientos administrativos.
 - g. Contribuir a reducir las quejas del personal y elevar la moral de trabajo.

- h. Facilitar la supervisión del personal.
- i. Promover ascensos con base en el mérito personal.
- j. Contribuir a la reducción del movimiento de personal.
- k. Contribuir a la reducción de los accidentes.
- l. Contribuir a la reducción de los costos.
- m. Promover el mejoramiento de las relaciones humanas en la organización y de la comunidad interna.

2.2.2.5 Clasificación de la capacitación

Existen diferentes tipos de capacitación y se clasifican según diversos criterios.

1. Por su formalidad

- a. Capacitación informal. Está relacionada con el conjunto de orientaciones o instrucciones que se dan en la operatividad de la empresa, aquí se puede dar una retroalimentación constructiva que puede mejorar el desempeño de un colaborador de una manera más efectiva que la capacitación formal.
- b. Capacitación formal. Es aquella que se ha programado de acuerdo a las necesidades de capacitación específicas que se presentan en la empresa. Pueden durar desde un día hasta varios meses, según el tipo de curso, seminario, taller, etc.

2. Por su naturaleza

- a. Capacitación de orientación. Es la que se da para familiarizar a nuevos colaboradores de la organización.
- b. Capacitación vestibular. Es un sistema simulado, en el trabajo mismo.
- c. Capacitación en el trabajo. Como su nombre lo indica es aquel que se practica en el mismo trabajo.
- d. Entrenamiento de aprendices. Periodo formal de aprendizaje de un oficio.
- e. Entrenamiento técnico. Es un tipo especial de preparación técnica de trabajo.
- f. Capacitación de supervisores. Aquí se prepara al personal de supervisión para el desempeño.
- g. De funciones gerenciales.
- h. Otros tipos. Cualquier situación poco usual no incluida anteriormente.

3. Por su nivel ocupacional

- a. Capacitación de operarios.
- b. Capacitación de personal calificado de la empresa
- c. Capacitación de supervisores de la empresa.
- d. Capacitación de jefes de la empresa
- e. Capacitación de gerentes de la empresa.

2.2.3 Teorías de la empresa:

Según **Ortiz (2011)**, tenemos las siguientes teorías:

Teoría o enfoque neoclásico. -Esta teoría considera a la empresa como un intermedio entre los mercados de oferentes y de demandantes, de tal forma que su actuación se limita al equilibrio general que se alcanza por el acuerdo entre precios y cantidades. Para este enfoque la empresa está permanentemente vinculada al mercado, surge y se desarrolla con él.

Teoría o enfoque administrativo. -Esta teoría considera a la empresa como organización: el grupo humano que trabaja en ella está jerarquizado y las relaciones entre los miembros están sujetas al principio de autoridad. La teoría de la organización fue planteada por Simons (1957 y 1960). Según el autor la racionalidad humana está limitada por una incapacidad de la mente para aplicar todos los aspectos importantes a una decisión única. A la vez dentro de esta teoría se deriva la teoría financiera la cual considera a la empresa como un conjunto de capitales encaminados a obtener por medio de su inversión su futura recuperación y la teoría social es la que resalta el carácter de la empresa como organización social que sirve para generar riqueza.

Teoría de la estrategia empresarial. -Se define como un sistema de conocimientos que permite integrar en un modelo de planificación – acción el conjunto de decisiones que permite resolver los problemas

estratégicos de la empresa o asegurar la adaptación permanente de ésta a su entorno competitivo.

Teoría de sistemas. -Considera a la empresa como un sistema abierto que relaciona unas entradas y salidas. Entre ambos está el proceso de transformación.

2.2.4 Teorías de las Mypes:

Mediante la Ley N° 28015, publicada el 2 de julio de 2003, se promulgó la Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa, con ello se daría una regulación a un régimen laboral especial para aquellas unidades económicas, denominadas micro y pequeñas empresas, constituidas por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial que tienen características propias como son determinada cantidad de trabajadores y ventas anuales¹. Entre los beneficios sociales que se les reconocía a las microempresas acogidas por la Ley N° 28015, fueron el derecho a quince (15) días de descansos debidamente remunerados por cada año completo de servicios, es decir, no tenían derecho a gratificaciones ni a una CTS ni utilidades. Aunque tenían derecho a una indemnización por despido arbitrario equivalente a quince (15) remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de ciento ochenta (180) remuneraciones diarias y las fracciones de año se abonaban por dozavos. Inicialmente, se había establecido que la Ley N° 28015 tendría una vigencia temporal de 5 años,

es decir, las microempresas conservarían dicho régimen especial hasta el 2 de julio de 2008. Sin embargo, mediante el artículo 2° de la Ley N° 28851, publicada el 27 de julio de 2006, se extiende dicho plazo por un periodo de 10 años, que de conformidad con la Segunda Disposición Complementaria de la Ley N° 28851, dicho plazo ampliatorio se contabilizaría a partir de la fecha de vigencia de la Ley N° 28015, es decir, hasta julio de 2013. Posteriormente, el Decreto Supremo N° 024-2009-PRODUCE, publicado el 10 de julio de 2009, que modifica el Reglamento del Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña empresa y del Acceso al Empleo Decente – Reglamento de la Ley MYPE, se estableció el carácter temporal del régimen laboral (**La Ley N° 30056, 2013**).

El año 2003 se publicó la Ley N° 28015, Ley de Formalización y Promoción de la Micro y Pequeña Empresa. Esta norma estuvo vigente hasta el 30 de setiembre de 2008. A partir del 01 de octubre de 2008 entro en vigencia el Decreto Legislativo N° 1086, Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y de acceso al empleo decente. Esta norma y sus modificaciones (recopiladas en el Decreto Supremo N° 007-2008-TR, Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente) son las que se encuentran vigentes a la fecha, y que han sido modificadas por la Ley N° 30056.

La Ley facilita el proceso de formalización

Ahora puedes constituir tu empresa en 72 horas: inicia tus trámites de RUC en un solo lugar y así podrás obtener el permiso para emitir comprobantes de pago.

La Ley fomenta la asociatividad

Si no produces en cantidades necesarias para atender a clientes más grandes con productos de calidad, ahora puedes asociarte y tener prioridad para el acceso a programas del Estado.

La Ley promueve las exportaciones. Si aún no contactas con clientes de otros países, ahora puedes acceder a información actualizada sobre oportunidades de negocios y tienes la posibilidad de participar en los Programas para la Promoción de las Exportaciones.

La Ley facilita el acceso a las comprar estatales. Si no ha intentado venderle al Estado, ahora tienes la oportunidad de acceder a información sobre los planes de adquisición de las entidades estatales. Además, recuerda que las MYPE tiene una cuota del 40 % de las compras estatales. Ley 29051, Ley que regula la participación y la elección de los representantes de las Mypes en las diversas entidades públicas. Tiene como objeto de ley contar con representantes gremiales democráticamente elegidos, a fin de que tengan la suficiente capacidad de diálogo y concertación. También se busca que generen, al interior de

sus instancias, las propuestas válidas para el tratamiento de la problemática MYPE.

Ley 30056, Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial.

El 02 de Julio del 2013, el Congreso de la República promulgó la Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”. Este tiene entre sus objetivos establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME). Incluye modificaciones a varias leyes entre las que esta la actual “Ley MYPE” D.S. N° 007-2008-TR. “Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente”.

Las Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada (EIRL) pueden acogerse al Nuevo RUS “Decreto Legislativo 937, Ley del Nuevo Régimen Único Simplificado” siempre que cumplan los requisitos establecidos por dicha norma. Se transferirá la administración del Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE) pasando del Ministerio de Trabajo (MINTRA) a la SUNAT.

El régimen laboral especial establecido mediante el D. Leg. N° 1086 es ahora de naturaleza permanente. El régimen laboral especial de la microempresa creado mediante la Ley N° 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, se prorrogará por 3 (tres) años. Sin perjuicio de ello, las microempresas, trabajadores y conductores pueden acordar por escrito, durante el tiempo de dicha prórroga, que se acogerán al régimen laboral regulado en el D. Leg. N° 1086. El acuerdo deberá presentarse ante la Autoridad Administrativa dentro de los 30 (treinta) días de suscrito.

¿Qué amnistías y ampliaciones nos presenta la presente ley?

Las microempresas que se inscriban en el REMYPE gozarán de amnistía en sanciones tributarias y laborales durante los tres primeros años contados a partir de su inscripción y siempre que cumplan con subsanar la infracción. Las empresas que se acogieron al régimen de la microempresa establecido en el D. Leg. N° 1086, Ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente, gozan de un tratamiento especial en materia de inspección del trabajo por el plazo de 03 (tres) años desde el acogimiento al régimen especial, específicamente en relación con las sanciones y fiscalización laboral. Así, ante la verificación de infracciones laborales leves, deberán contar con un plazo de subsanación dentro del procedimiento respectivo.

La microempresa que durante 02 (dos) años calendarios consecutivos supere el nivel de ventas establecido (150 UIT por año), podrá conservar por 01 (un) año calendario adicional el mismo régimen laboral. La pequeña empresa que durante 02 (dos) años calendarios consecutivos supere el nivel de ventas establecido (1,700 UIT), podrá conservar por 03 (tres) años calendarios adicionales el mismo régimen laboral.

En el aspecto laboral

Se modifica el TUO de la Ley de Promoción de la MYPE que fuera aprobado por Decreto Supremo 007-2008-TR, que a partir de esta norma se denominará “Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial”, la misma que ahora tiene por objeto establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME), estableciendo políticas de alcance general y la creación de instrumentos de apoyo y promoción, con el objeto de impulsar el emprendimiento y permitir la mejora de la organización empresarial junto con el crecimiento sostenido de estas unidades económicas.

Para incorporarse a este régimen las empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías en función a sus ventas anuales, nótese que se ha eliminado el factor de número de trabajadores como requisito:

- **Microempresa:** ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT.

- **Pequeña empresa:** ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT.
- **Mediana empresa:** ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

Se dispone que el régimen laboral especial es de naturaleza permanente y únicamente aplicable a la micro y pequeña empresa; además se establece un tratamiento especial en la inspección de trabajo, en materia de sanciones y de fiscalización laboral, para aquéllas que se hayan acogido al régimen de la microempresa establecido en el Decreto Legislativo 1086. (Deperú.com, 2015).

2.2.5 Teorías de la producción:

Choquehuanca (2012) intenta explicar las condiciones bajo las cuales se optimiza el uso de los recursos con el fin de alcanzar la eficiencia técnica y económica. Optimizar es sacar el máximo provecho de algo, sea minimizando (el costo, por ejemplo) o maximizando (la producción, por ejemplo).

La eficiencia técnica se refiere al conjunto de combinaciones que posibilitan el mejor uso de los recursos para lograr cierto nivel de producción; y la eficiencia económica, a la combinación de menor costo.

2.2.6 Teorías del comercio:

La palabra comercio significa trato o relación entre dos o más personas; en su acepción más estricta se toma como negociación que se realiza comprando, vendiendo o cambiando.

El comercio presenta las siguientes características.

- Está sujeto a una legislación y a un régimen impositivo.
- Asegura la prestación de varios servicios esenciales.
- Traslado en el espacio de las mercancías, al llevar los bienes de consumo de los productores al público consumidor, o de unos productores a otros, y recoger y agrupar los bienes de producción dispersos.
- Traslado en el tiempo, en cuanto almacena los productos de carácter estacional, y los distribuye a lo largo del año gracias a diferentes sistemas de conservación.
- Estabilización de precios y rentas, al llevar los productos desde el lugar donde abundan a aquellos en escasos o no existen.

1. Factores básicos de comercio

El comercio es una fuente de recursos, tiene varios factores básicos.

a. Comercio mayorista.

La compra con el objetivo de venderlo a otro comerciante o empresa manufacturera.

b. Comercio minorista.

Es la actividad de compraventa de mercancías cuyo comprador es el consumidor final de la mercancía.

c. Comercio interior.

Se realiza entre personas en el mismo país.

d. comercio terrestre, marítimo, aéreo y fluvial.

Hace referencia de transportar la mercadería y cada una es propia de una rama del derecho mercantil, llevan el mismo nombre.

e. Comercio por cuenta propia.

Es el que se realiza para sí mismo.

f. Comercio por comisión.

Se realiza a cuenta del otro, el comercio es la principal fuente de ingresos de cada país, también es la mejor forma de ganar dinero.

2. Tipos de comercio.

Las negociaciones que surgen de la venta y compra de algún producto se las conoce bajo el nombre de comercio. La compra puede realizarse para la transformación del mismo, para revenderlo o bien, para consumo personal.

De acuerdo a las negociaciones que se realizan dentro y fuera de los límites del país, existen dos tipos de comercio.

a. Comercio interno.

Se llama comercio interno a aquel en el que se realiza un intercambio de mercaderías dentro de la frontera nacional. A esta forma de comercio se la regula por medio de normativas legales

que son las que permiten que conforme a la economía como un sector formal.

Dentro del comercio interno existen dos formas de realizar negociaciones: al por menor y al por mayor.

- El comercio al por menor es aquel que se realiza en pequeña escala y en estos el producto llega directamente al consumidor final, en unidades.
- El comercio al por mayor, en cambio es aquel en el que se intercambian enormes cantidades de productos y la compra-venta no se establece con el consumidor final, sino con una empresa manufacturera para que transforme al producto o bien a otro comerciante para que la venda nuevamente.

b. Comercio exterior.

En este caso la compra y venta se realiza entre sectores públicos y privados de la nación con comerciantes ubicados en países extranjeros. Esta forma de comercializar está regulada por normativas internacionales. En este comercio se hallan aquellos mercados integrados que tienen como objetivo la disminución de las barreras arancelarias entre distintos países. Dentro del comercio exterior existen dos clases: exportación y importación.

- En la importación la compra se realiza a un vendedor que se ubica fuera del límite nacional
- El comercio de exportación, en cambio es cuando se introducen bienes nacionales en mercados extranjeros.

2.3 Marco conceptual

2.3.1 Definiciones del financiamiento:

Para **García y Gómez (2010)** es un proceso que permite la obtención de recursos financieros a las empresas, ya sean estos propios o ajenos. El financiamiento se contrata dentro o fuera del país a través de créditos, empréstitos y otras obligaciones derivadas de la suscripción o emisión de títulos de crédito o cualquier otro documento pagadero a plazo.

Por su parte, **Rojas (2010)** define que el financiamiento no es más que los recursos monetarios financieros necesarios para llevar a cabo una actividad económica, con la característica esencial que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios. Puede ser contratado dentro y fuera del país a través de créditos, de obligaciones derivadas de la suscripción o emisión de títulos de crédito o cualquier otro documento pagadero a plazo. Una buena administración financiera es un elemento vital para la planificación óptima de los recursos económicos en una empresa, y para poder hacer frente a todos los compromisos económicos presentes y futuros, ciertos e inciertos que le permitan a la empresa reducir sus riesgos e incrementar su rentabilidad.

2.3.2 Definiciones de capacitación:

Para **Dessler (2001)** la capacitación se refiere a los métodos que se usan para proporcionar a los empleados nuevos y actuales, las habilidades que requieren para desempeñar su trabajo. Adquisición de conocimientos, principalmente de carácter técnico, científico y administrativo.

Según **Rodríguez (1991)**, la capacitación es el conjunto de actividades encaminadas a proporcionar conocimientos, desarrollar habilidades y modificar actitudes del personal de todos los niveles para que desempeñen mejor su trabajo.

Para, **Siliceo (1982)** la capacitación consiste en la actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del empleado o trabajador.

Según **Seliceo (1982)**, la capacitación es un concepto el cual como administrador debemos conocer y manejar ya que, parte de nuestras tareas dentro de una empresa o microempresa será el capacitar al personal para que podamos cumplir con los objetivos que la empresa persigue y así poder conseguir el desarrollo y crecimiento de esta misma, además de que contemos con empleados calificados y aptos

2.3.3 Definición de Mypes:

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando en esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas empresas (Sunat, 2012).

2.3.4 Definiciones del sector comercio:

Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en el intercambio de algunos materiales que sean libres en el mercado de compra y venta de bienes y servicios, sea para su uso, para su venta o su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. Por actividades comerciales o industriales entendemos tanto intercambio de bienes o de servicios que se efectúan a través de un comerciante o un mercader. También se utiliza la palabra comercio para referirse a un establecimiento comercial o tienda. Se refiere a la transacción que se lleva a cabo con el objetivo de comprar o vender un producto. También se denomina comercio al local comercial, negocio, botica o tienda, y al grupo social conformado por los comerciantes.

El comercio, en otras palabras, es una actividad social y económica que implica la adquisición y el traspaso de mercancías. Quien participa de un

acto de comercio puede comprar el producto para hacer un uso directo de él, para revenderlo o para transformarlo. En general, esta operación mercantil implica la entrega de una cosa para recibir, en contraprestación, otra de valor semejante. El medio de intercambio en el comercio suele ser el dinero. No obstante, hay que subrayar que, hasta la aparición del dinero, las antiguas civilizaciones lo que hacían era llevar a cabo el comercio mediante lo que se denominaba trueque. Esta operación consistía en adquirir un producto en concreto de un vendedor al que se le pagaba otorgándole otro producto que este necesitara. **(Definición, 2008).**

2.3.5 Definiciones de neumáticos:

Según **Boyd (1888)**, también denominado cubierta, goma o llanta en América, es una pieza fabricada con un compuesto basado en el caucho que se coloca en la rueda de un vehículo para conferirle adherencia, estabilidad y confort. Constituye el único punto de contacto del vehículo con el suelo y, por tanto, del neumático depende en buena medida el comportamiento dinámico del vehículo: es decir, cómo se mueve el vehículo sobre el terreno.

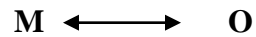
Para **Boyd (1888)** el neumático es una pieza de forma toroidal, y realizada a partir del caucho, que se dispone en las ruedas de diversos vehículos y maquinarias como ser: automóviles, camión, avión, bicicleta,

motocicleta, maquinaria de industria, carretillas y grúas, entre otros.

III. METODOLOGÍA

3.1 Diseño de la investigación.

El diseño que se utilizó en esta investigación fue no experimental – descriptivo.



Donde:

M = Muestra conformada por las Mypes encuestadas.

O = Observación de las variables: financiamiento y capacitación.

3.1.1 No experimental

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

3.1.2 Descriptivo

Porque se recolectó los datos en un solo momento y en un tiempo único, el propósito fue describir las variables en su contexto dado.

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

La población estuvo constituida por 20 micro y pequeñas empresa dedicadas al sector y rubro en estudio.

3.2.2 Muestra

Se tomó una muestra consistente en 10 Mypes, que representó el 50% de la población, la misma que fue seleccionada de manera dirigida.

3.3 Definición y operacionalización de las variables

Variable Complementaria.	Definición conceptual.	Definición operacional: indicadores.	Escala de medición.
Perfil de los propietarios y/o gerentes de las Mypes	Son algunas características de los propietarios y/o gerentes de las Mypes	Edad	Razón: Años
		Sexo	Nominal: Masculino Femenino
		Grado de instrucción.	Nominal: Sin instrucción Primaria Secundaria Instituto Universidad

Variable complementaria.	Definición conceptual.	Definición operacional: Indicadores.	Escala de medición.
Perfil de las Mypes	Son algunas características de las Mypes.	Giro del negocio de las Mypes.	Nominal: Especificar.
		Antigüedad de las Mypes.	Razón: Un año Dos años Tres años Más de tres años
		Número de trabajadores.	Razón: 01 06 15 16 – 20 Más de 20
		Objetivo de las Mypes.	Nominal: Maximizar ganancias dar empleo a la familia Generar ingresos para la familia Otros: especificar

Variable principal	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Financiamiento de las Mypes.	Son algunas características relacionadas con el financiamiento de las Mypes.	Solicito crédito	Nominal: Si, NO
		Recibió crédito	Nominal: Si, NO
		Monto del crédito solicitado.	Especificar el monto.
		Monto del crédito recibido.	Especificar el monto.
		Entidad a la que solicito el crédito.	Nominal: Bancaria No bancaria
		Entidad que le otorgo el crédito.	Nominal: Bancaria No bancaria
		Tasa de interés cobrada por el crédito.	Cuantitativa: Especificar la tasa
		Crédito oportuno	Nominal: Si, NO
		Crédito inoportuno	Nominal: Si, NO
		Monto del crédito: Suficiente Insuficiente	Nominal: Si, No Si, No

		Cree que el financiamiento mejora la rentabilidad de su empresa	Nominal: Si, No Si, No
--	--	---	------------------------------

Variable principal	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Capacitación en las Mypes.	Son algunas características relacionadas a la capacitación del personal en las Mipes.	Recibió capacitación antes del organismo del crédito.	Nominal: Si, No
		Número de veces que se ha capacitado el personal de gerencia en los dos últimos años.	Ordinal: Uno Dos Tres Mas de tres.

		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 Mas 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 No
		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
--	--	--	-----------------

Fuente: Vásquez (2008).

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

3.4.1 Técnicas.

En el recojo de la información de campo, se utilizó la técnica de la encuesta.

3.4.2 Instrumentos.

Para el recojo de la información de campo se utilizó como instrumento, un cuestionario estructurado de 28 preguntas cerradas.

3.5 Plan de análisis

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hará uso del análisis descriptivo

3.6 Matriz de Consistencia

TITULO DE LA INVESTIGACION	ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	METODOLOGIA
<p>Caracterización del financiamiento y capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro compra/venta de neumáticos nuevos para automóviles - Cajamarca, 2016.</p>	<p>¿Cuáles son las características del financiamiento y capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro compra/venta de neumáticos nuevos para automóviles de Cajamarca, 2016?</p>	<p>Describir las características del financiamiento y capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro compra/venta de neumáticos nuevos para automóviles de Cajamarca, 2016.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Describir las características de los dueños y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro compra / venta de neumáticos nuevos para automóviles de Cajamarca, 2016. 2. Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro compra/venta de neumáticos nuevos para automóviles de Cajamarca, 2016. 3. Describir las características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio–rubro 	<p>Diseño de la investigación.</p> <p>Experimental - No Descriptivo – Si</p> <p>Población</p> <p>La población estará constituida por 20.</p> <p>Muestra</p> <p>Se tomara como muestra a la población, consistente en 10 Mypes.</p>

			<p>compra/venta de neumáticos nuevos para automóviles - Cajamarca, 2016.</p> <p>4. Describir las características de capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio–rubro compra/venta de neumáticos nuevos para automóviles de Cajamarca, 2016.</p>	
--	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia.

3.7 Principios éticos

No aplicó

IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 Resultados:

4.1.1 Respecto al objetivo específico 1:

Describir las características de los dueños y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro compra/venta de neumáticos nuevos para automóviles de Cajamarca, 2016.

CUADRO 01

ITEMS	TABLA N°	RESULTADOS
Edad	01	El 100 % (10) de los representantes legales o dueños de las MYPES encuestados son adultos.
Sexo	02	El 80 % (8) de los representantes legales o dueños son del sexo masculino y el 20% (2) son del sexo femenino.
Grado de instrucción	03	El 50% (5) tiene secundaria completa, el 30% (3) secundaria incompleta y el 20% (2) superior no universitaria.

Estado civil	04	El 100% (10) de los dueños o representantes legales encuestados son convivientes.
Profesión u ocupación	05	El 90% (9) son comerciantes y el 10% (1) son técnicos en alguna profesión.

Fuente: Elaboración propia en base a las tablas 01,02, 03, 04, 05 del anexo 02.

4.1.2 Respecto al objetivo específico 2: Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro compra/venta de neumáticos nuevos para automóviles de Cajamarca, 2016.

CUADRO 02

ITEMS	TABLA	RESULTADOS
	N°	
Tiempo que se dedica al rubro.	06	El 100% (10) se dedica al negocio por más de tres años.
Formalidad de las Mypes.	07	El 60% (6) de las Mypes encuestadas son formales y 40% (4) son informales.
N° de trabajadores permanentes.	08	El 50% (5) no tiene ningún trabajador permanente, el 40% (4) tiene 2 trabajadores permanentes y el 10% (1) tienen 01 trabajador permanente.
N° de trabajadores eventuales.	09	El 50% (5) de las Mypes encuestadas tienen 2 trabajadores eventuales, el 30% (3) tiene 1 trabajador eventual y el 20% (2) no tienen trabajadores eventuales.

Motivo de formación de las Mypes.	10	El 100% (10) de las Mypes encuestadas se formó para obtener ganancias.
-----------------------------------	----	--

Fuente: Elaboración propia en base a las tablas 06, 07, 08, 09,10 (ver anexo 02).

4.1.3 Respecto al objetivo específico 3: Describir las características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro compra/venta de neumáticos nuevos para automóviles de Cajamarca, 2016.

CUADRO 03

ITEMS	TABLA Nº	RESULTADOS
Forma de financiamiento.	11	El 70% (7) de las Mypes encuestadas financia su actividad con financiamiento de terceros y el 30% (3) lo hacen con fondos propios.
De qué sistema.	12	El 60% (6) ha obtenido su crédito en entidades bancarias, el 30% (3) en entidades no bancarias y el 10% (1) otros
Nombre de la institución financiera.	13	El 40% (4) Caja Cajamarca, el 30% (3) en entidades bancarias, Continental, Banco de Crédito el 20% (2) mediante usureros y el 10% (1) no especifica.
Entidad financiera que otorga más facilidades.	14	El 60% (6) indico que las entidades bancarias dan mayores facilidades para la

obtención de créditos, el 30% (3) entidades no bancarias y el 10% (1) no sabe precisar.

Tasa de interés que cancelo.	15	El 20% (2) pagó un interés del 10% anual, el 80% (8) no precisa.
Los créditos otorgados fueron en los montos señalados.	16	El 70% (7) si recibieron el crédito en los montos solicitados y el 30% (3) no recibieron en los montos solicitados.
Monto del crédito solicitado.	17	El 40% (4) recibió en promedio de 15,000 a 20,000 soles y el 60 % (6) recibió un monto promedio de 8,000 a 12,000 soles.
Plazo del crédito solicitado.	18	El 30% (3) recibió un crédito a largo plazo y 70% (7) corto plazo.
En que invirtió el crédito solicitado.	19	El 80% (8) lo invirtió en capital de trabajo y el 20% (2) en activo fijo.

Fuente: Elaboración propia en base a las tablas 11,12,13,14,15,16,17,18 y 19

(ver anexo 02).

4.1.4 Respecto al objetivo específico 4: Describir las características de la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro compra/venta de neumáticos nuevos para automóviles de Cajamarca, 2016.

CUADRO 04

ITEMS		TABLA Nº	RESULTADOS
Recibe capacitación cuando recibe el crédito.		20	El 100% (10) no recibieron capacitación antes del otorgamiento del crédito.
Capacitación en los dos últimos años.		21	El 70% (7) no recibió ningún curso de capacitación y el 30% (3) un curso.
Si tuvo capacitación, en que cursos participo.		22	El 80% (8) no precisa y 20% (2) como brindar un mejor servicio al cliente.
El personal recibió capacitación.		23	El 40 % (4) si recibió capacitación y el 60% (6) no recibió capacitación.
Cuantos cursos de capacitación recibió.		24	El 90% (9) no sabe precisar cuántos cursos de capacitación recibió y 10% (1) recibió un curso de capacitación.

En que años recibió más capacitación.	25	El 80% (8) no saben precisar en qué año recibieron más capacitación, y el 20% (2) manifiesta en el año 2015 recibieron más capacitación.
La capacitación es una inversión.	26	El 60 % (6) si considera que la capacitación es una inversión y 40% (4) no consideran inversión.
La capacitación es relevante para la empresa.	27	El 70% (7) considera que la capacitación si es relevante, el 20% (2) no considera que es relevante y el 10% (1) no precisa.
Temas en que se capacitaron sus trabajadores.	28	El 60% (6) se capacito en prestación de mejor servicio al cliente y el 40% (4) no sabe precisar.

Fuente: Elaboración propia en base a las tablas 20,21,22,23,24,25,26,27 y 28

(ver anexo 02).

4.2 Análisis de resultados

4.2.1 Respecto al objetivo específico 1:

- a) De las Mypes encuestadas se establece que los representantes legales o dueños son personas adultas ya que sus edades oscilan entre 28 y 55 años en un 100%; lo que concuerda con los resultados encontrados por Reyna (2008), Farromeque (2014) y Vásquez y León (2014), donde la edad promedio es de 50 años, 31 años y 26-65 años, respectivamente.

- b) El 80% de los representantes legales o dueños encuestados son del sexo masculino, lo que concuerdan aproximadamente con Reyna (2008), Vásquez y León (2014), Valera (2013) y Farromeque (2014), donde indican que el 100%, 60%, 60%, y el 80% de los representantes legales o dueños son de sexo masculino, respectivamente.

- c) El 50% de los representantes legales o dueños tienen grado de instrucción secundaria completa, 30% secundaria incompleta y el 20 % superior no universitaria, estos resultados son similares a los de Vargas (2014), donde el 66.7% de los microempresarios tienen grado de instrucción de secundaria completa, según la encuesta no necesitan grado de instrucción para desarrollar su actividad o el rubro que eligieron.

4.2.2 Respecto al objetivo específico 2:

- a) El 100% de las Mypes encuestadas se dedican al rubro compra/venta de neumáticos más de tres años. Estos resultados son más o menos parecidos a los resultados de Vásquez y León (2014) y Valera (2013), donde el 67% y 70%, respectivamente, porque tienen más de tres años en el sector.

- b) El 60% de las Mypes encuestadas son formales, estos resultados estarían implicando que, tienen más facilidades por cumplir con las normas del Estado y poder acceder al financiamiento que es la parte esencial para desarrollar un negocio. Estos resultados coinciden con los resultados de Farromeque (2014), donde indica que el 85% de las Mypes son formales.

- c) El 100% de las Mypes encuestadas se formó con el objetivo de obtener ganancias. Estos resultados coinciden con los resultados de Valera (2013), donde indica que el 100% de las microempresas se crearon para obtener ganancias.

4.2.3 Respecto al objetivo específico 3:

- a) El 70 % de las Mypes encuestadas financia sus actividades con recursos de terceros, estos resultados son parecidos a los resultados

de Valera (2013), y Farromeque, donde indica que el 90 % y 100%, respectivamente solicitan préstamos a entidades bancarias.

- b) El 80% de la Mypes encuestadas manifiestan que invirtieron los créditos en capital de trabajo, estos resultados coinciden con Reyna (2008) quien indica que el 66.7 % invirtieron en capital de trabajo; asimismo, Valera (2013) también indica que el 60 % invierten en capital de trabajo.
- c) El 60% de las Mypes encuestadas obtiene crédito de entidades bancarias y el 30 % de entidades no bancarias, esto coincide con Vásquez y León (2014), quienes indican que el 67% solicitó su préstamo del sistema bancario.

4.2.4 Respecto al objetivo específico 4:

- a) El 40% de las Mypes encuestadas indican que si han recibido capacitación. Estos resultados son diferentes a los resultados encontrados por Vargas (2014) y Kong y Moreno (2014), donde el 71% y 25%, respectivamente indican que capacitó a su personal.
- b) El 60% de las Mypes encuestadas considera a la capacitación como una inversión, estos resultados coinciden con los resultados de Vargas (2014) quien indica que el 100% consideran a la capacitación como una inversión.

V. CONCLUSIONES

5.1 Respecto al objetivo específico 1:

Las principales características de los dueños o representantes legales de las Mypes encuestadas son las siguientes: La totalidad (100%) son adultos, la mayoría (80%) es del sexo masculino, la mitad (50%) de las Mypes encuestadas tienen secundaria completa, en su totalidad (100%) son convivientes y la mayoría (90%) son comerciantes.

5.2 Respecto al objetivo específico 2:

Las principales características de las micro y pequeñas empresas encuestadas son las siguientes: La totalidad (100%) se dedica al rubro o negocio por más de 3 años, menos de 2/3 ((60%) de las Mypes encuestadas son formales, lo que les permite acceder al sector financiero, la mitad (50%) no tienen ningún trabajador permanente y la mitad (50%) tienen 2 trabajadores eventuales; finalmente, la totalidad (100%) de las Mypes encuestadas fueron formadas para la obtención de ganancias. Estas características estarían indicando que, las Mypes encuestadas tienen ventajas para poder crecer y desarrollarse.

5.3 Respecto al objetivo específico 3:

Los empresarios encuestados manifestaron que respecto al financiamiento, sus Mypes tienen las siguientes características: Más de 2/3 (70%) de las Mypes encuestadas financian su actividad con financiamiento de terceros, menos de 2/3 (60%) ha obtenido su crédito en entidades bancarias y menos de 2/3 (30%) de entidades no bancarias, más de 1/3 (40%) accedió al crédito de instituciones no bancarias como son: Caja Trujillo, Mi Caja Cajamarca, Caja Piura, etc. Menos de 2/3 (60%) indicó que las entidades bancarias dan más facilidades de financiamiento, y por último, la mayoría (80%) indica que los créditos solicitados por los empresarios lo invirtieron en capital de trabajo y el 20% indicó que invirtió en activo fijo. Esto estaría implicando que, las Mypes encuestadas no tienen posibilidades de desarrollo en el largo plazo.

5.4 Respecto al objetivo específico 4:

Las principales características de la capacitación de las micro y pequeñas empresas encuestadas son las siguientes: La totalidad (100%) de las Mypes encuestadas al momento que recibieron el crédito no recibieron capacitación, más de 2/3 (70%) tampoco recibió capacitación en los últimos años, la mayoría (90%) de las Mypes no sabe precisar la cantidad de cursos de capacitación que recibieron, menos de 2/3 (60%) consideran a la capacitación como una inversión y más de 1/3 (40%) no la consideran como

inversión. Estos resultados estarían implicando que, las Mypes encuestadas no tienen posibilidades de desarrollarse en el futuro

VI. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

6.1 Referencias Bibliográficas:

- Aladro, S., Ceroni, C. y Montero, E. (2011). Financiamiento en la MIPyMEs; Análisis de caso práctico”. Universidad de Chile. Disponible en : http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2011/ec-aladro_v/pdfAmont/ec-aladro_v.pdf
- Álvarez. (2007). En la tesis titulada Manual de normas y procedimientos para el departamento de compras de mercadería local e importada en una empresa comercializadora de llantas.
- Ayala. (2009). En la tesis titulada Diagnostico empresarial de las micro y pequeñas empresa ferreteras de Gualan, Zacapa, - Guatemala.
- Bustos, J. (2013). “Fuentes de financiamiento y capacitación en el distrito federal para el desarrollo de micros, pequeñas y medianas empresas”. Universidad Nacional Autónoma de México. Disponible en: <http://132.248.9.195/ptd2013/febrero/408003052/408003052.pdf>
- Cajamarca Mypes. (2009). Registra importante crecimiento de micro y pequeñas empresas, destaca cámara de comercio 20 SETIEMBRE 2009: Disponible en:<http://www.andina.com.pe/Espanol/Noticia.aspx?id=SLsy8TToRAw=#.U9m7g51751t>
- Cano, D. (2016). Análisis de las fuentes de financiamiento para las Mypes, según Veleceladisonable en: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/5269/1/Tesis.pdf>
- Chuquihuaccha. (2007). En la tesis “estudio de impacto ambiental para viabilidad de una estación de servicio de combustibles líquidos” – Lima.

CONCEPTODEFINICIÓN.DE (Marzo – 05 – 2011). Definición de Comercio.

Disponible en:<http://conceptodefinicion.de/comercio/>

Chacaltana, J. (2005). Capacitación laboral proporcionada por las empresas: el

caso peruano [citada 2016 mayo 28]. Recuperado en:

<http://old.cies.org.pe/files/documents/investigaciones/empleo/por-que-las-empresas-no-inviertenmas-en-capacitacion-en-el-peru.pdf>

Definición financiamiento ABC. [Citada 2016 mayo 01]. Disponible en:

<http://www.definicionabc.com/economia/financiamiento.php>

Da costa (2010). En la tesis “aplicación del mantenimiento centrado en la

confiabilidad a motores a gas de dos tiempos en pozos de alta producción

– Lima. Se obtuvo lo siguiente.

Farromeque, L. (2014). En su tesis Titulada: “Caracterización Del

Financiamiento y la Competitividad En Las Mypes del Sector Comercio-

Rubro Venta de Autopartes Para Vehículos Motorizados Del Distrito De

Chimbote, año 2013” disponible en:

[file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20\(10\)%20autopartes%20vehiculares.pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20(10)%20autopartes%20vehiculares.pdf)

García y Goray (2008). En su tesis “marketing experiencial: importancia de

lograr el contacto y relacionamiento con el cliente caso: SAGA

FALABELLA – Lima.

Herrera, O. (2006). Propuesta de un programa de capacitación para el Hotel

Boutique La Quinta Luna, en Cholula, Puebla. Tesis Universidad de las

Américas Puebla Fac. Administración; Puebla.

Kong, J. y Moreno, J. (2014). “Influencia de las Fuentes De Financiamiento en el

Desarrollo de las Mypes del Distrito de San José – Lambayeque en el

- Período 2010-2012”. Disponible en
[http://tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/338/1/TL_KongRamosJ
 essica_MorenoQuilcateJose.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/338/1/TL_KongRamosJ

 essica_MorenoQuilcateJose.pdf)
- López, J. (2014, marzo 26). Fuentes de financiamiento para las empresas.
 Recuperado de: [http://www.gestiopolis.com/fuentes-de-financiamiento-
 para-las-empresas/](http://www.gestiopolis.com/fuentes-de-financiamiento-

 para-las-empresas/)
- Mack (2012), en la tesis titulada Diagnostico empresarial de las Mipymes de la
 industria de restaurantes en el municipio de Jutiapa – Guatemala.
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2007): Importancia de las
 MYPEs en la generación de empleo? (Boletín 01 mayo-2007) disponible
 en:[http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/estadisticas/peel/estadisticas/
 Boletin_012007_OSEL_%20Cajamarca.pdf](http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/estadisticas/peel/estadisticas/

 Boletin_012007_OSEL_%20Cajamarca.pdf)
- Ordoñez (2007). En la tesis titulada “Programa de inducción para una empresa
 comercializadora de llantas” – Guatemala.
- Panorama cajamarquino, (2010 MAY. 12). En Cajamarca 85% de Mypes son
 informales. Disponible en:
[http://www.panoramacajamarquino.com/noticia/en-cajamarca-85-de-
 mypes-son-informales/](http://www.panoramacajamarquino.com/noticia/en-cajamarca-85-de-

 mypes-son-informales/)
- Pirir (2011). En la tesis Auditoria operacional al departamento de créditos y
 cobros de una empresa comercializadora de llantas – Guatemala.
- Significado de Capacitación. En Significados.com. [Consultado: 1 de Mayo de
 2016, 07:50 pm]. Disponible en:
<http://www.significados.com/capacitacion/>

- Sunat (2012). Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña, Ley MYPE. Decreto Supremo No 007-2008-TR. [Citada 2011 Oct. 12]. Disponible en: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normasLegales.html>
- Valera, G. (2013). Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las MYPEs del sector comercio – rubro distribuidora de automotores del distrito de Chimbote periodo 2010-2011. Disponible en: [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20\(10\)distrb.%20de%20automotores.pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20(10)distrb.%20de%20automotores.pdf)
- Vásquez, F. y León, T. (2014). “Caracterización del financiamiento de las Micro y Pequeñas empresas de compra-venta de Repuestos Automotrices”: Revista IN CRESCENDO pagina 42 - Ciencias Contables, Financieras & Administrativas - Vol. 01, N 01, disponible desde: <http://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo-ciencias-contables/issue/viewFile/24/26>
- Ramírez, V. (2012). En su tesis “creación de una empresa dedicada al reciclaje de llantas a través de su trituración – Colombia.
- Zapata, L. (2004). “Los Determinantes de la Generación y la Transferencias del Conocimiento en Pequeñas y Medianas Empresas del Sector de las Tecnologías de la Información de Barcelona, Tesis Doctoral; Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en: <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/3955/lezc1de1.pdf?sequence=1>

6.2 Anexos

6.2.1 Cuestionario.

UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y

ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

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

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado **Caracterización del financiamiento y capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro compra/venta de neumáticos nuevos para automóviles - Cajamarca, 2016.**

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

Encuestador: José Horlando Abanto Leiva

Fecha: Octubre 2016.

I. DATOS GENERALES DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LAS MYPES:

1.1 Edad del representante legal de la empresa:()

1.2 Sexo: Masculino () Femenino ()

1.3 Grado de instrucción: Ninguno () Primaria completa () Primaria Incompleta () Secundaria completa () Secundaria Incompleta () Superior universitaria completa () Superior universitaria incompleta () Superior no Universitaria Completa () Superior no Universitaria Incompleta ()

1.4 Estado Civil:

Soltero () Casado () Conviviente () Divorciado () Otros ()

1.5 Profesión.....Ocupación.....

II PRINCIPALES CARACTERISTICAS DE LAS MYPE:

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

2.2 Formalidad de la Mype: Mype Formal: () Mype Informal: ()

2.3 Número de trabajadores permanentes.....

2.4 Número de trabajadores eventuales.....

2.5 Motivos de formación de la Mype:

Obtener ganancias. () Subsistencia (sobre vivencia): ()

III. DEL FINANCIAMIENTO DE LAS MYPE:

3.1 Cómo financia su actividad productiva:

Con financiamiento propio (autofinanciamiento): Si () No ()

Con financiamiento de terceros: Si () No ()

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

d) Entidades bancarias (especificar el nombre de la entidad bancaria)..... Que tasa interés mensual paga.....

e) Entidades no bancarias (especificar el nombre de la entidad bancaria):.....Que tasa interés mensual paga.....

f) Prestamistas o usureros ().Qué tasa de interés mensual paga.....

3.3. Qué entidades financieras le otorga mayores facilidades para la obtención del crédito.

a) Las entidades bancarias ()

b) Las entidades no bancarias. ()

c) Los prestamistas usureros ()

3.4. Qué tasa de interés mensual pagó:

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

3.6. Monto Promedio de crédito otorgado:

3.7. Tiempo del crédito solicitado:

El crédito fue de corto plazo: Si () No ()

El crédito fue de largo plazo.: Si () No ()

3.8. En qué fue invertido el crédito financiero solicitado:

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 los últimos dos años:

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

() Otro: especificar.....

4.4 El personal de su empresa:

- **¿Ha recibido algún tipo de capacitación?** Si () No ()

- **Si la respuesta es sí:** indique la cantidad de cursos:

1 curso () 2 cursos () 3 cursos () Más de 3 cursos ()

4.5 En que años recibió más capacitación: 2015() 2016 ()

4.6 Considera Ud. que la capacitación como empresario es una inversión:

Si () No ()

4.7 Considera Ud. que la capacitación de su personal es relevante para su empresa:

Si () No ()

4.8. En qué temas se capacitaron sus trabajadores:

Gestión Empresarial () Manejo eficiente del microcrédito () Gestión Financiera
() Prestación de mejor servicio al cliente () Otros: especificar.....

Cajamarca, Octubre 2016

6.2.2 Anexo 02: Tablas de resultados

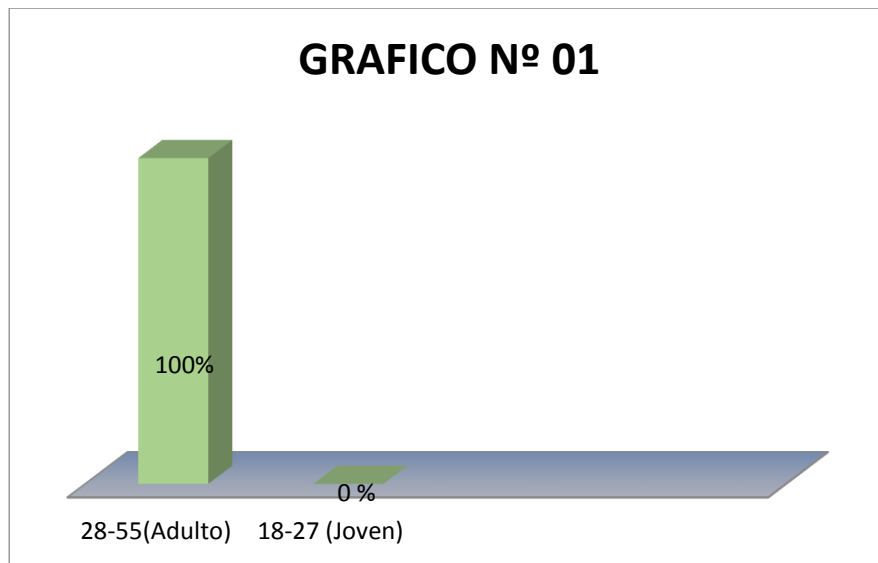
1. Respecto a los empresarios

TABLA N° 01

Edad de los representantes legales de las MYPES

EDAD (AÑOS)	FRECUENCIA	PORCENTAJE
28 – 55 adultos	10	100 %
18 – 27 jóvenes	0	0 %
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPES en estudio.



Fuente: Tabla N° 01

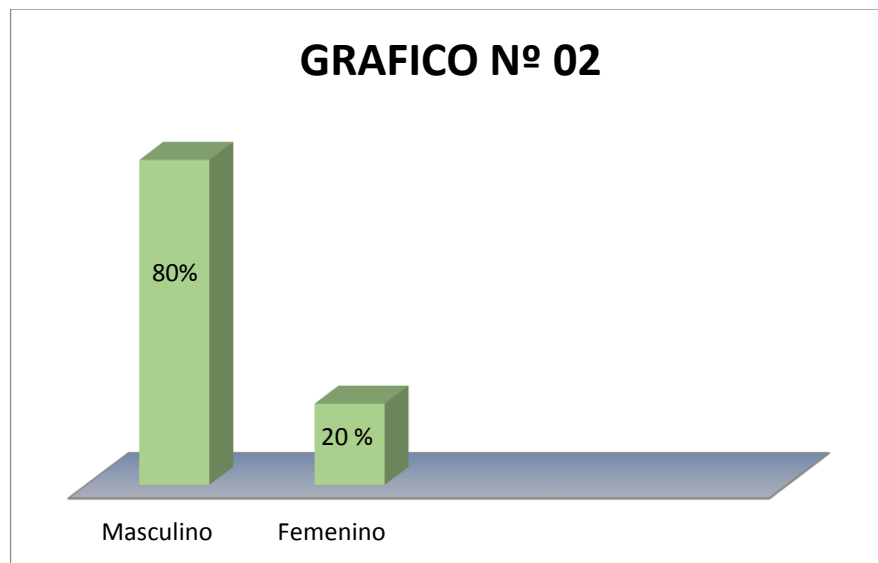
En la tabla y gráfico 01 se observa, que del 100% (10) de los encuestados son adultos.

TABLA N° 02

Sexo de los representantes legales de las MYPES

SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	8	80 %
Femenino	2	20 %
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPES en estudio.



Fuente: Tabla N° 02

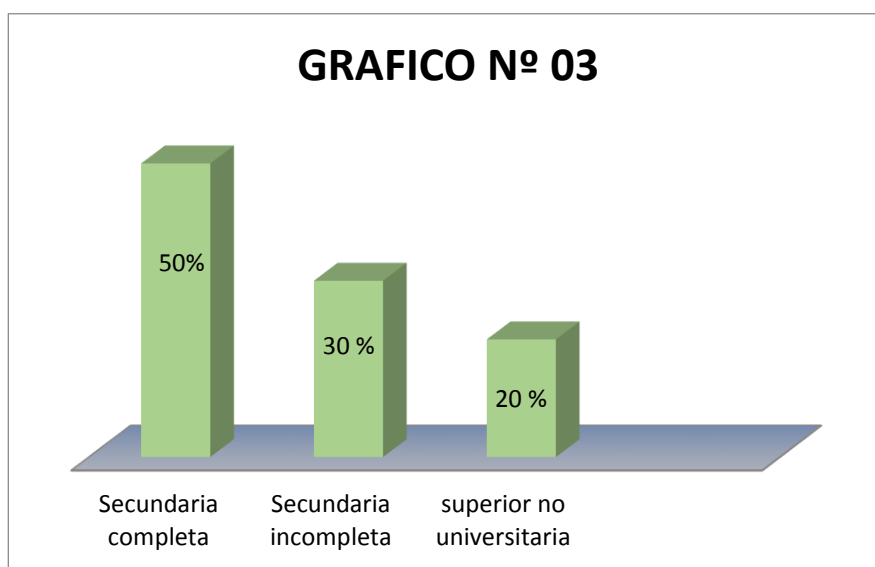
En la tabla y grafico 02 se observa, que del 100%, el 80% (8) de los representantes legales o dueños son de sexo masculino y el 20% (2) son de sexo femenino.

TABLA N° 03

Grado de Instrucción de los representantes legales de las MYPES

GRADO DE INSTRUCCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Secundaria completa	5	50 %
Secundaria incompleta	3	30 %
Superior no universitaria	2	20 %
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPES en estudio.



Fuente: Tabla N° 03

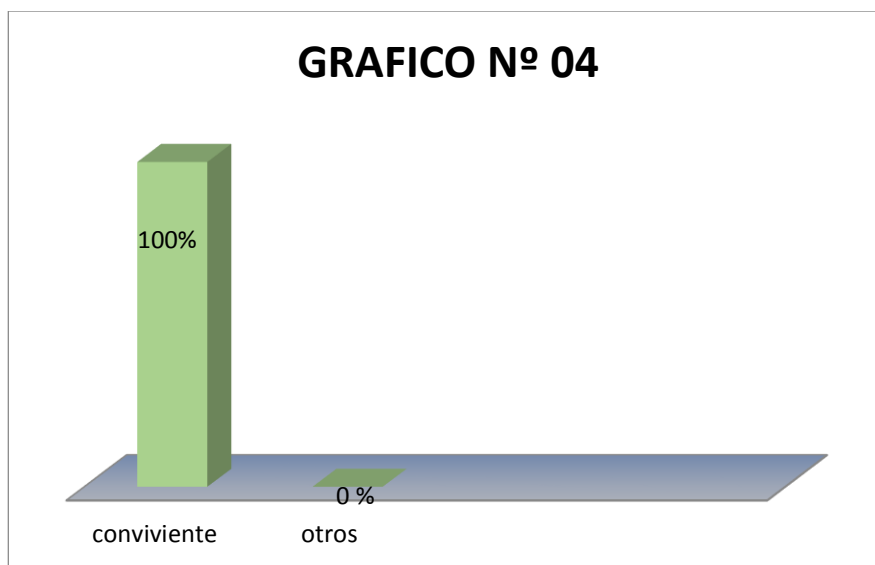
En la tabla y en el grafico 03 se observa, que del 100% de los encuestados el 50% (5) tienen secundaria completa, el 30% (3) secundaria incompleta y el 20% (2) superior no universitaria.

TABLA N° 04

Estado civil de los representantes legales de las MYPES

ESTADO CIVIL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Conviviente	10	100 %
Otros	0	0 %
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPES en estudio.



Fuente: Tabla N° 04

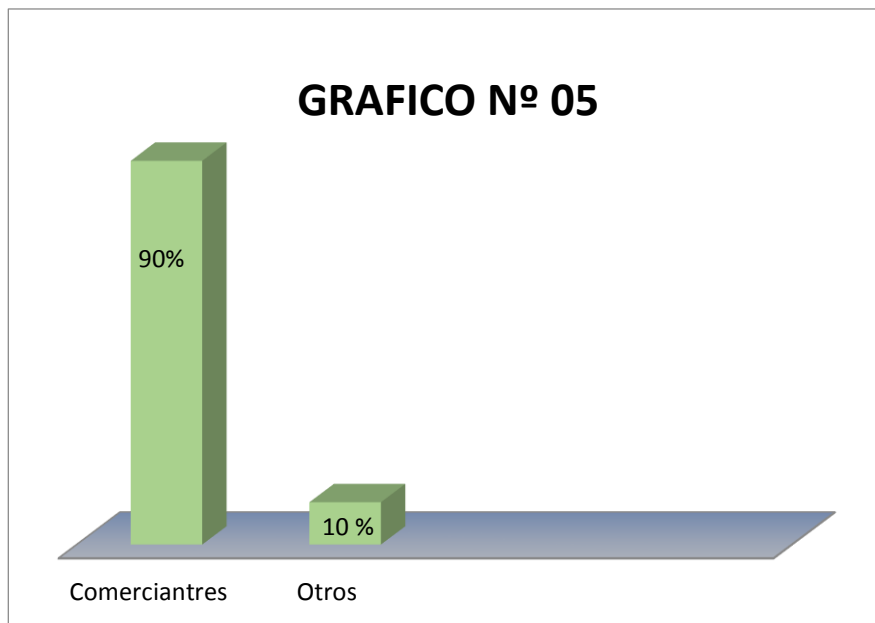
En la tabla y gráfico 04 se observa, que del 100% (10) de los encuestados son convivientes.

TABLA N° 05

Profesión u ocupación de los representantes legales de las MYPES

OCUPACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Comerciantes	9	90 %
Otros	1	10 %
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPES en estudio.



Fuente: Tabla N° 05

En la tabla y gráfico 05 se observa, que del 100% (9) de los encuestados son comerciantes y el 10% (1) son de otra profesión u ocupación.

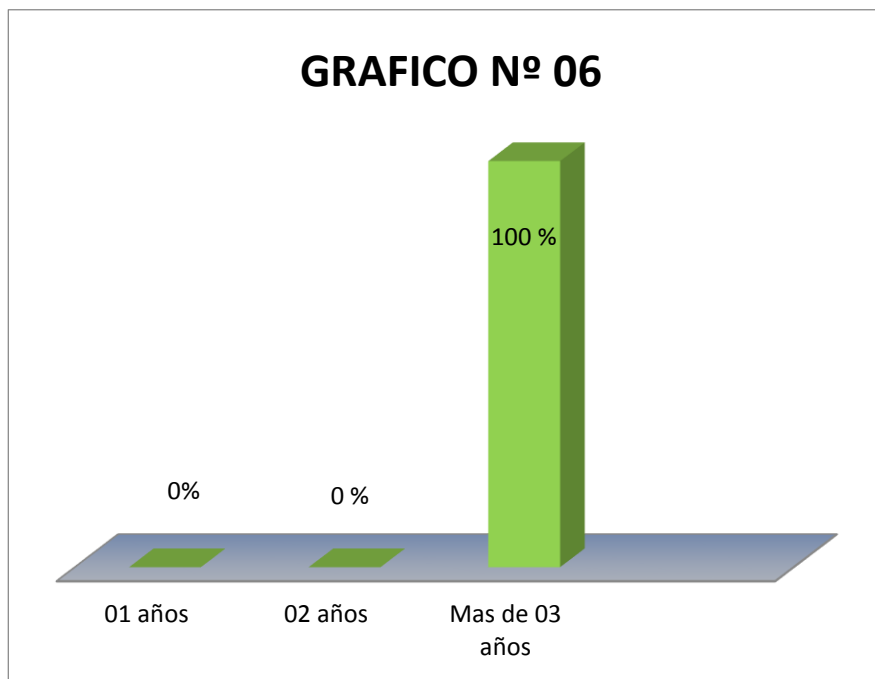
2. Respecto a las MYPES

TABLA N° 06

Tiempo en años que se dedica al rubro.

AÑOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
01 año	0	0 %
02 años	0	0 %
Más de 03 años	10	100 %
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPES en estudio.



Fuente: Tabla N° 06

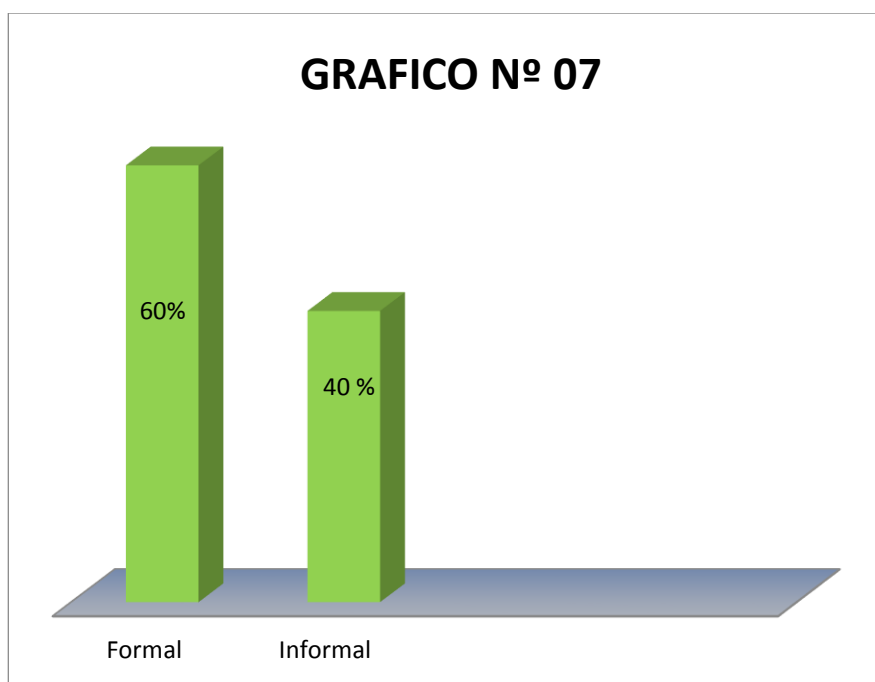
En la tabla y gráfico 06 se observa, que el 100% (10) de los encuestados tiene más de 03 años en el rubro o negocio.

TABLA N° 07

Formalidad de las MYPES.

FORMALIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Formal	6	60 %
Informal	4	40 %
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPES en estudio.



Fuente: Tabla N° 07

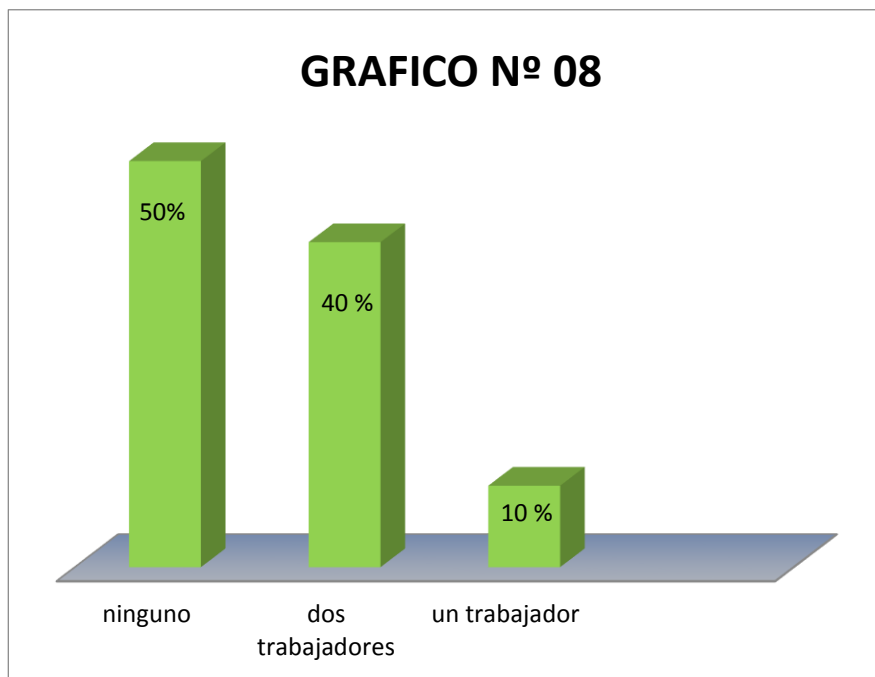
En la tabla y gráfico 07 se observa, que del 100% de los encuestados, el 60% (6) son formales y el 40% (4) son informales.

TABLA N° 08

N° DE Trabajadores permanentes de las MYPES.

N° DE TRABAJADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ningún trabajador	5	50 %
Dos trabajadores	4	40 %
Un trabajador	1	10 %
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPES en estudio.



Fuente: Tabla N° 08

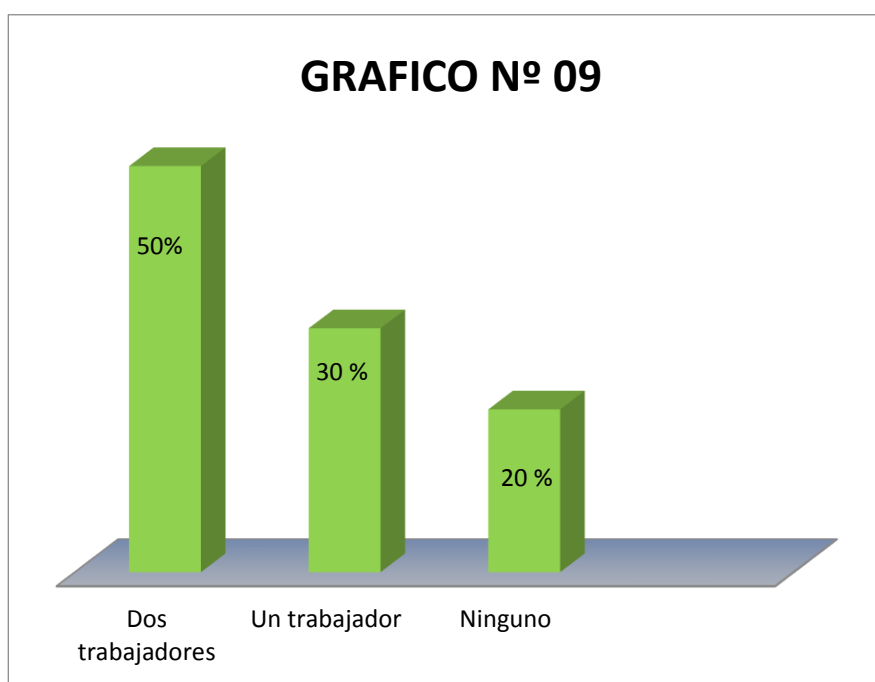
En la tabla y gráfico 08 se observa, que del 100% de los encuestados, el 50% (5) no tiene ningún trabajador permanente, el 40% (4) tiene 02 trabadores permanentes y el 10% (1) tiene 01 trabajador permanente.

TABLA N° 09

N° DE Trabajadores eventuales de las MYPES.

N° DE TRABAJADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Dos trabajadores	5	50 %
Un trabajador	3	30 %
Ninguno	2	20 %
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPES en estudio.



Fuente: Tabla N° 09

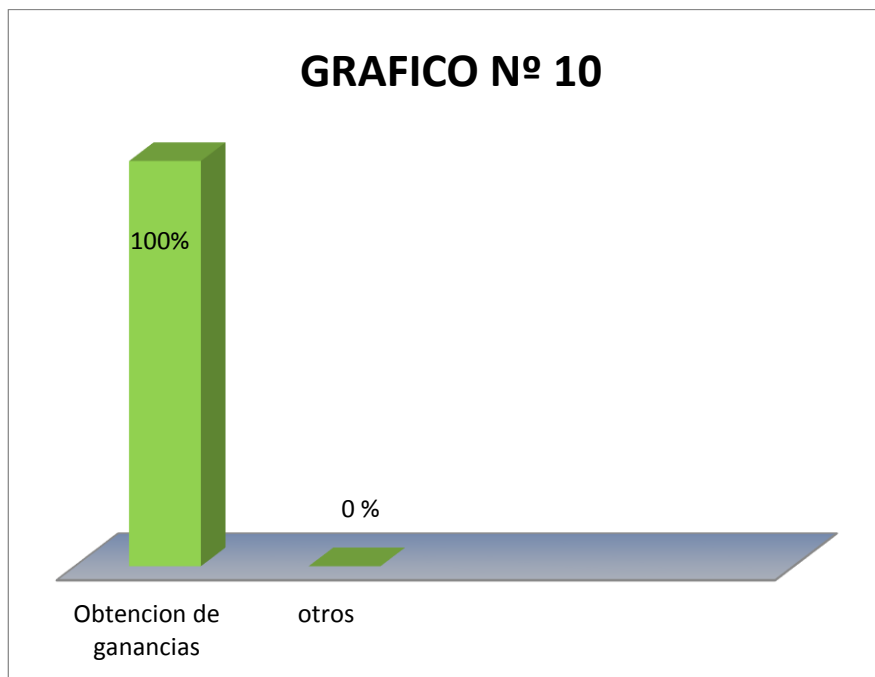
En la tabla y gráfico 09 se observa, que del 100% de los encuestados, el 50% (5) tiene 02 trabajadores eventuales, el 30% (3) tiene 01 trabajador eventual y el 20% (2) no tiene ningún trabajador eventual.

TABLA N° 10

Motivo de formación de las MYPES.

FORMACION PARA:	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Obtención de ganancias	10	100 %
Otros	0	0 %
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPES en estudio.



Fuente: Tabla N° 10

En la tabla y gráfico 10 se observa, que del 100% (10) de los encuestados, se formó para la obtención de ganancias.

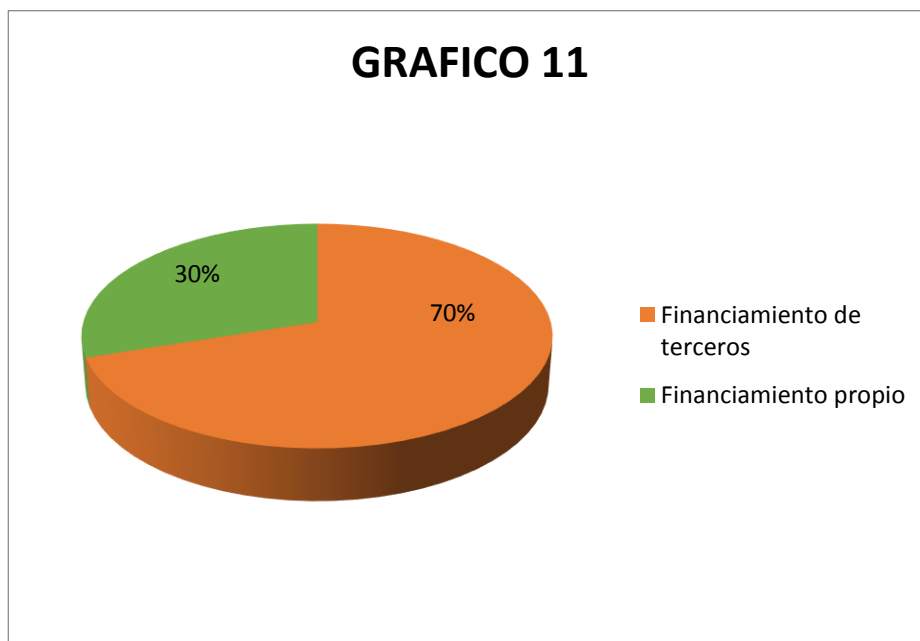
3. Respecto al financiamiento

TABLA N° 11

Forma de financiamiento de la actividad.

EL FINANCIAMIENTO ES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Financiamiento de Terceros	7	70 %
Financiamiento propio	3	30 %
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPES en estudio.



Fuente: Tabla N° 11

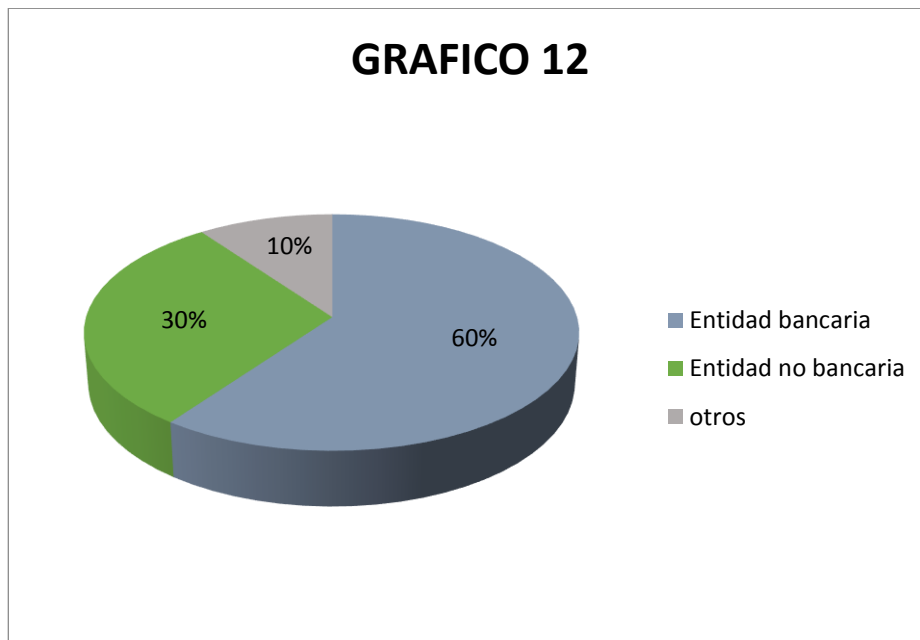
En la tabla y gráfico 11 se observa, que del 100% de los encuestados, el 70% (7) el financiamiento es de terceros y el 30% (3) el financiamiento es propio.

TABLA N° 12

Qué tipo de sistema financio la actividad.

QUE SISTEMA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entidad bancaria	6	60 %
Entidad no bancaria	3	30 %
Otros	1	10 %
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPES en estudio.



Fuente: Tabla N° 12

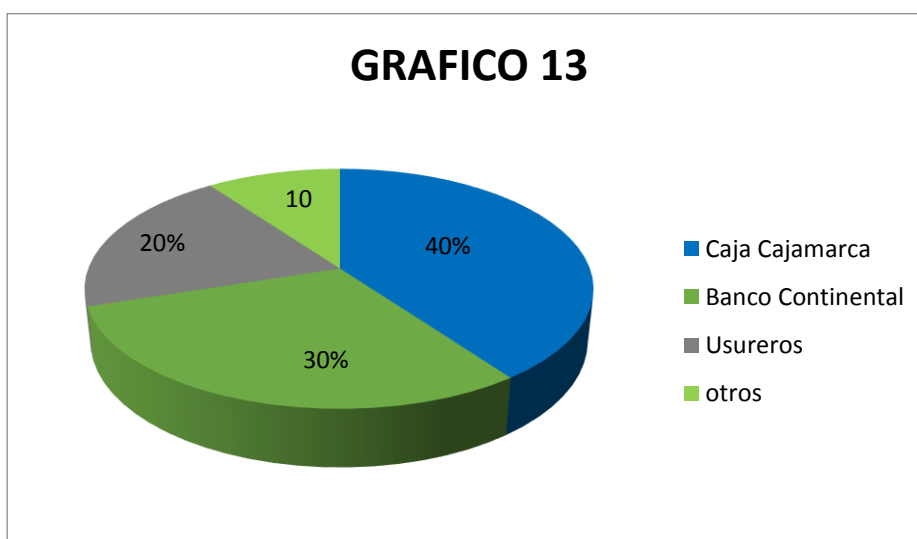
En la tabla y gráfico 12 se observa, que del 100% de los encuestados, el 60% (6) ha obtenido su financiamiento en entidades bancarias, el 30% (3) ha obtenido su financiamiento en entidades no bancarias y 10% (1) en otros.

TABLA N° 13

Nombre de la entidad financiera.

ENTIDAD FINANCIERA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Caja Cajamarca	4	40 %
Banco Continental	3	30 %
Usureros	2	20 %
Otros	1	10 %
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPES en estudio.



Fuente: Tabla N° 13

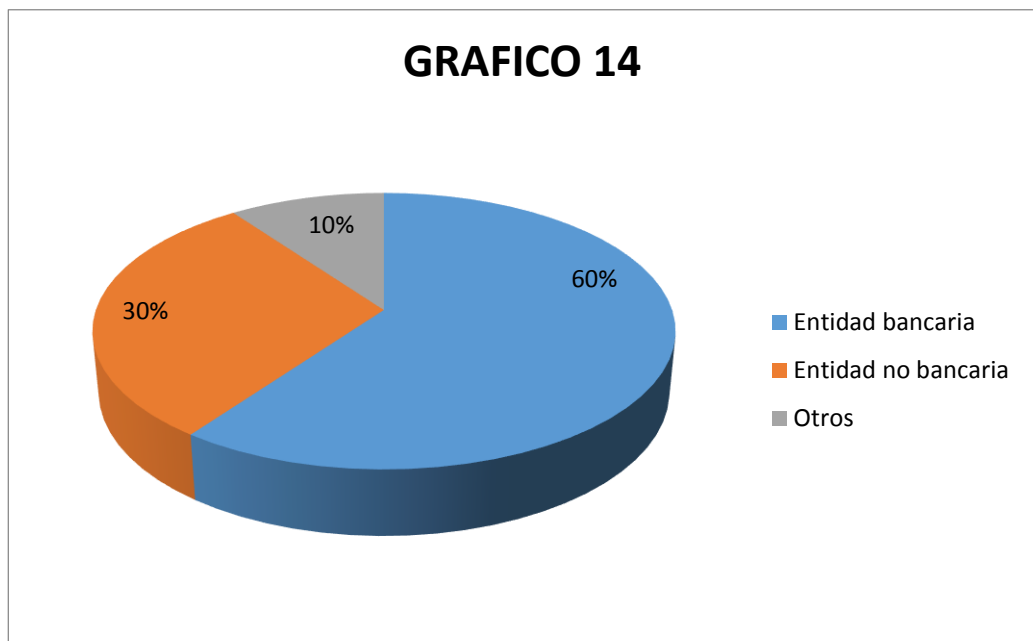
En la tabla y gráfico 13 se observa, que del 100% de los encuestados, el 40% (4) ha obtenido su financiamiento en mi Caja Cajamarca, el 30% (3) ha obtenido su financiamiento en el Banco Continental, el 20% (2) ha obtenido su financiamiento mediante usureros y el 10% (1) mediante otros.

TABLA N° 14

Que entidades financieras otorga mayores facilidades de crédito.

FACILIDAD DE CREDITO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entidad bancaria	6	60 %
Entidad no bancaria	3	30 %
Otros	1	10 %
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPES en estudio.



Fuente: Tabla N° 14

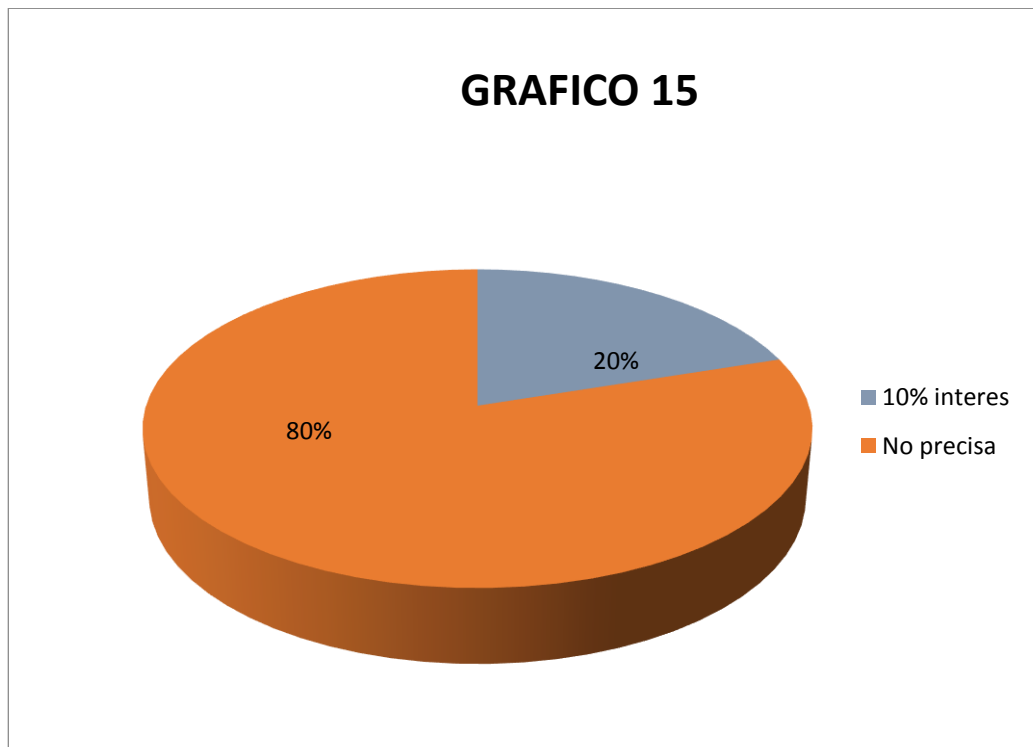
En la tabla y gráfico 14 se observa, que del 100% de los encuestados, el 60% (6) indica que las entidades bancarias otorgan mayores facilidades de crédito, el 30% (3) indican que las entidades no bancarias otorgan mayores facilidades y el 10% (1) mediante otros.

TABLA N° 15

Que tasa de interés pago.

TASA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10% interés	2	20 %
No precisa	8	80 %
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPES en estudio.



Fuente: Tabla N° 15

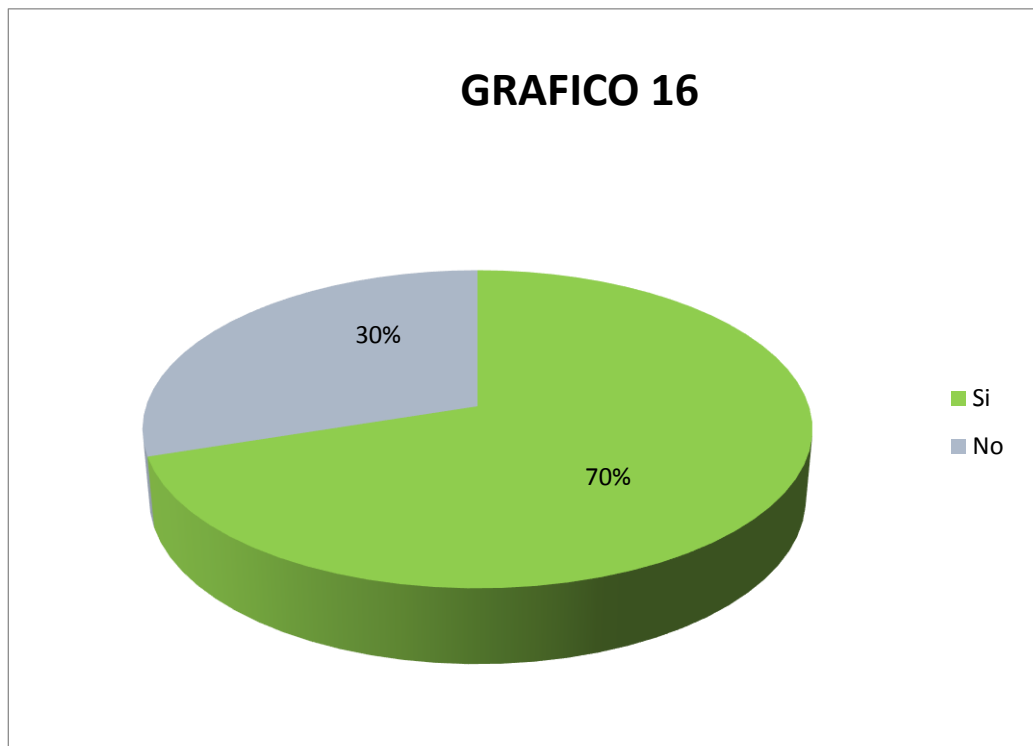
En la tabla y gráfico 15 se observa, que del 100% de los encuestados, el 20% (2) indica que pago un interés del 10% y el 80% (8) no precisa.

TABLA N° 16

Los créditos otorgados fueron en los montos solicitados.

MONTOS SOLICITADOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	7	70 %
No	3	30 %
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPES en estudio.



Fuente: Tabla N° 16

En la tabla y gráfico 16 se observa, que del 100% de los encuestados, el 70% (7) indica que si recibió el crédito en el monto solicitado y el 30% (3) no recibió en el monto solicitado.

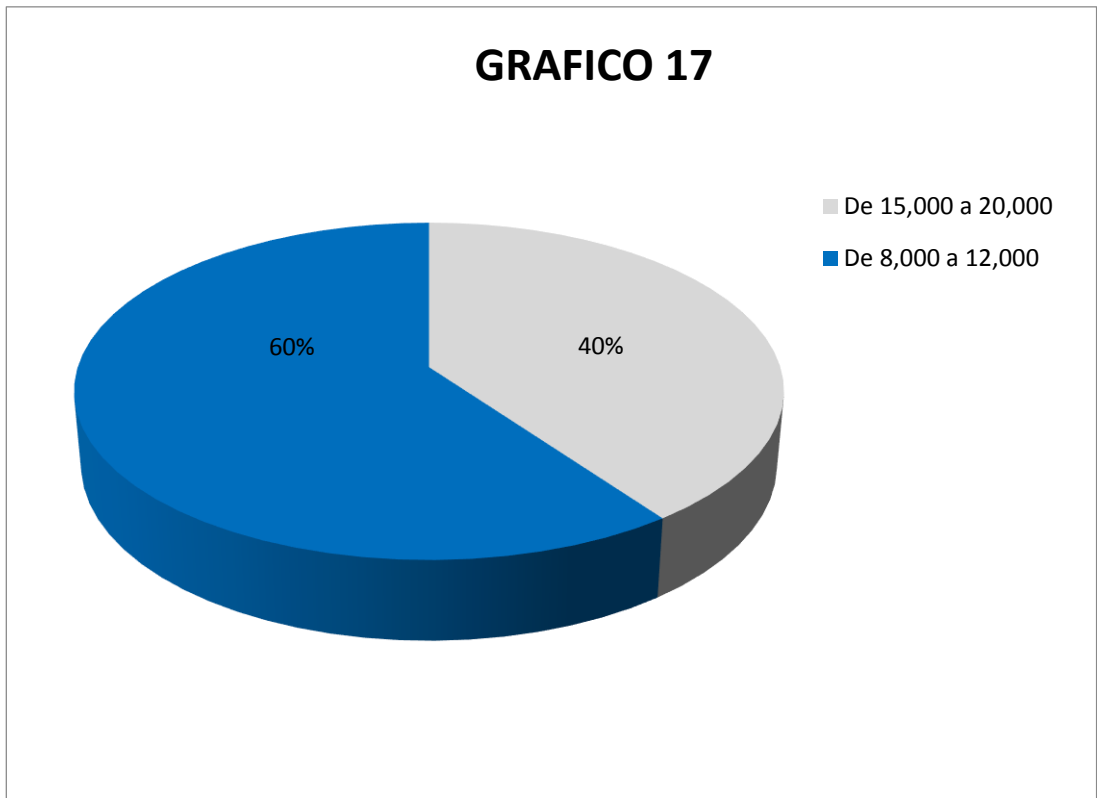
TABLA N° 17

Monto del crédito solicitado.

MONTO DEL CREDITO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 15,000 a 20,000	4	60 %
De 8,000 a 12,000	6	40 %
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPES en estudio.

GRAFICO 17



Fuente: Tabla N° 17

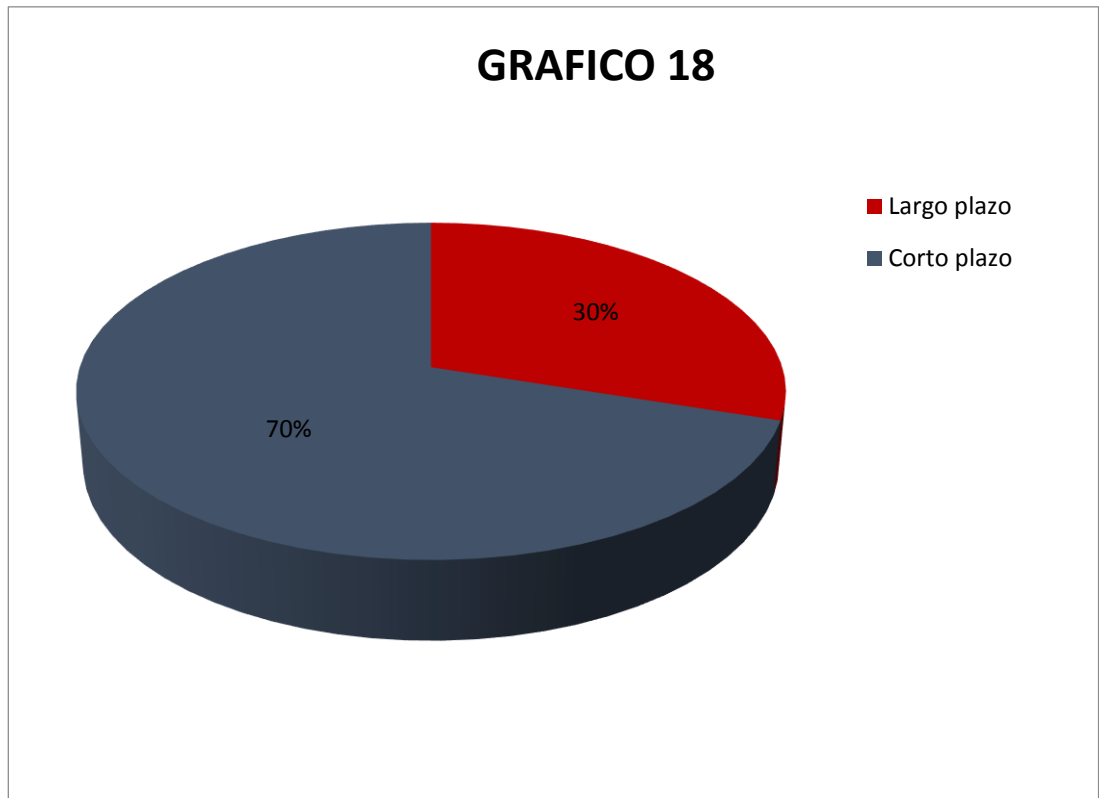
En la tabla y gráfico 17 se observa, que del 100% de los encuestados, el 40% (4) indica que los montos promedios fueron entre 15, a 20,000 soles y el 60% (6) recibió en los montos promedio entre 8,000 y 12,000 soles.

TABLA N° 18

Plazo del crédito solicitado.

PLAZO DEL CREDITO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Largo plazo	3	30 %
Corto plazo	7	70 %
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPES en estudio.



Fuente: Tabla N° 18

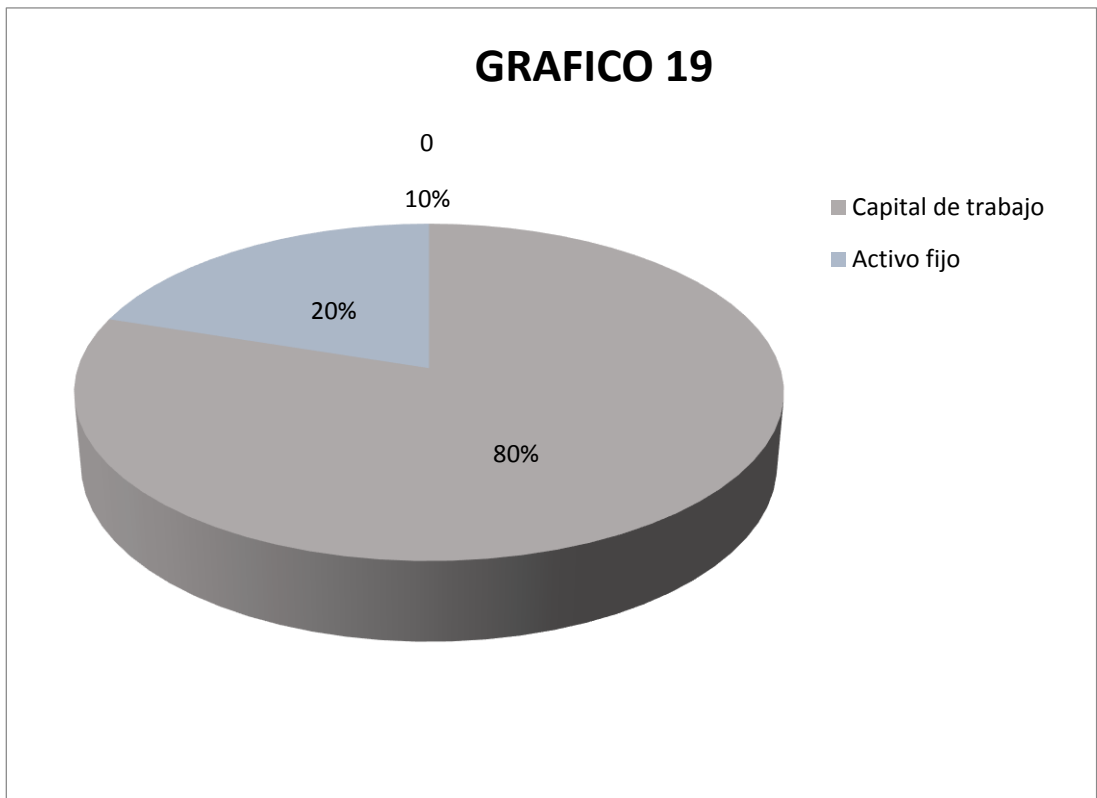
En la tabla y gráfico 18 se observa, que del 100% de los encuestados, el 30% (3) indica que recibió su crédito a largo plazo y el 70% (7) recibió su crédito a corto plazo.

TABLA N° 19

En que fue invertido el crédito solicitado.

TIPO DE INVERSION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Capital de trabajo	8	80 %
Activo fijo	2	20 %
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPES en estudio.



Fuente: Tabla N° 19

En la tabla y gráfico 19 se observa, que del 100% de los encuestados, el 80% (8) indica que invirtió en capital de trabajo y el 20% (2) invirtió en activo fijo.

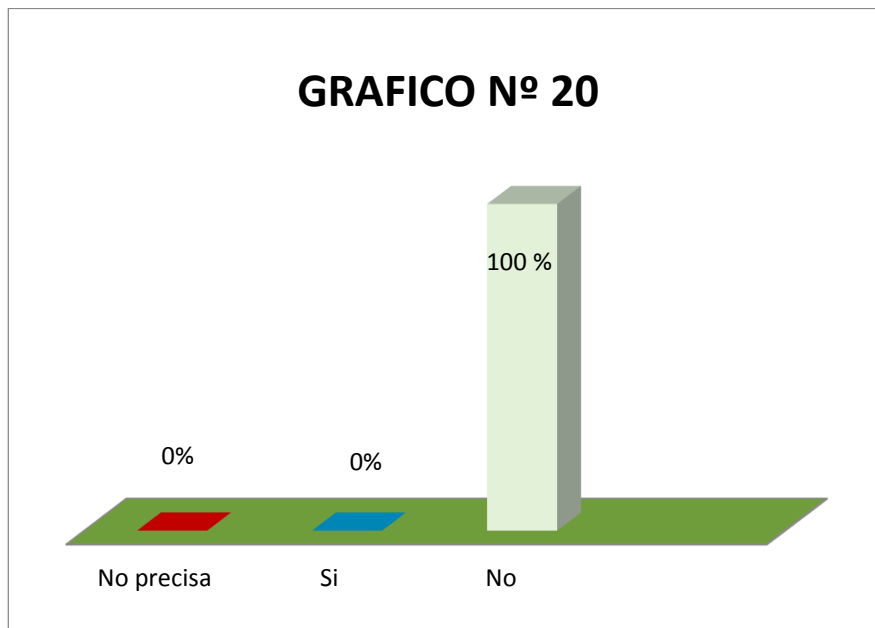
4. Respecto a la capacitación

TABLA N° 20

Recibió capacitación para el otorgamiento del préstamo.

RECIBIO CAPACITACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No precisa	0	0 %
Si	0	0 %
No	10	100 %
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPES en estudio.



Fuente: Tabla N° 20

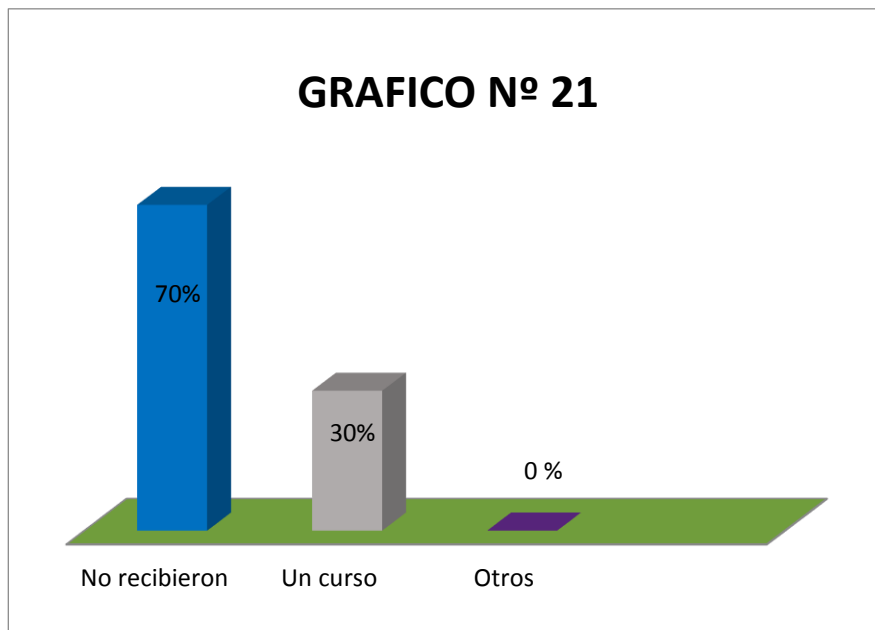
En la tabla y gráfico 20 se observa, que del 100% (10) de los encuestados, indican que no recibieron capacitación.

TABLA N° 21

En los últimos dos años recibió algún tipo de capacitación..

EN LOS ULTIMOS AÑOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No recibieron	7	70 %
Un curso	3	30 %
Otros	0	0 %
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPES en estudio.



Fuente: Tabla N° 21

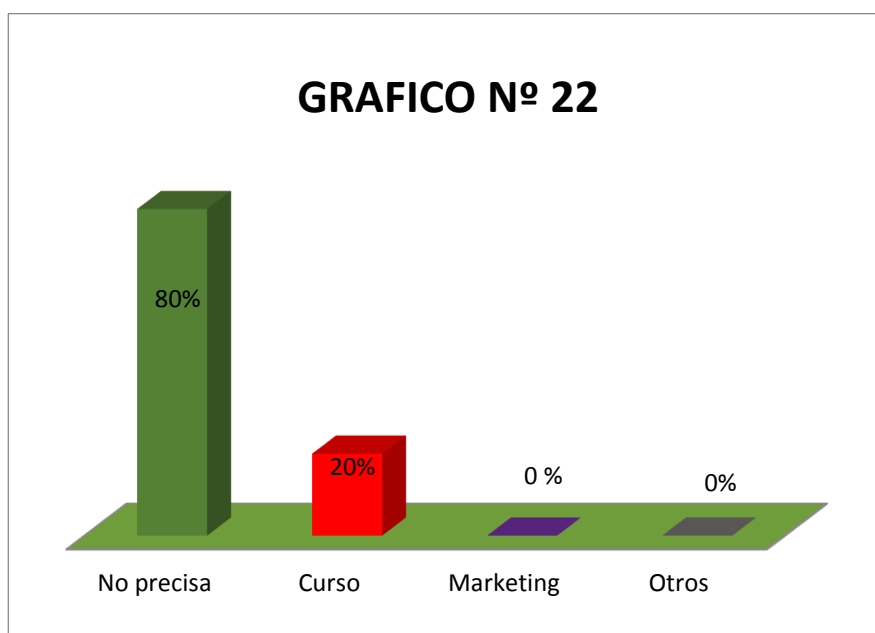
En la tabla y gráfico 21 se observa, que del 100% de los encuestados, el 70% (7) indica que no recibió ningún curso de capacitación y el 30% (3) recibió un solo curso.

TABLA N° 22

Qué tipo de cursos recibió capacitación.

CURSO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No precisa	8	80 %
Mejor servicio al cliente	2	20 %
Marketing	0	0 %
Otros	0	0
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPES en estudio.



Fuente: Tabla N° 22

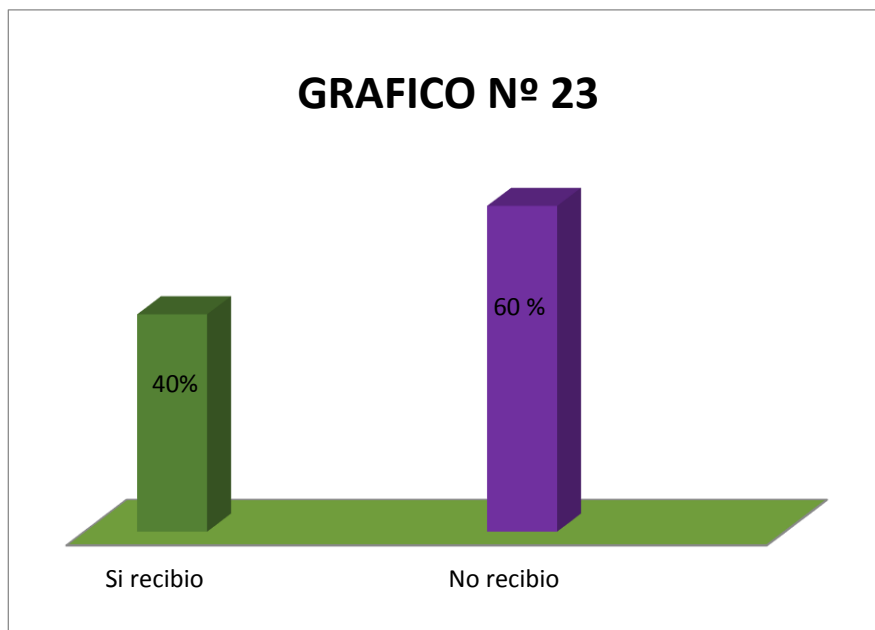
En la tabla y gráfico 22 se observa, que del 100% de los encuestados, el 80% (8) indica que no precisa y el 20% (2) recibió un curso “como brindar un mejor servicio al cliente”.

TABLA N° 23

El personal recibió capacitación.

CURSO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si recibió	4	40 %
No recibió	6	60 %
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPES en estudio.



Fuente: Tabla N° 23

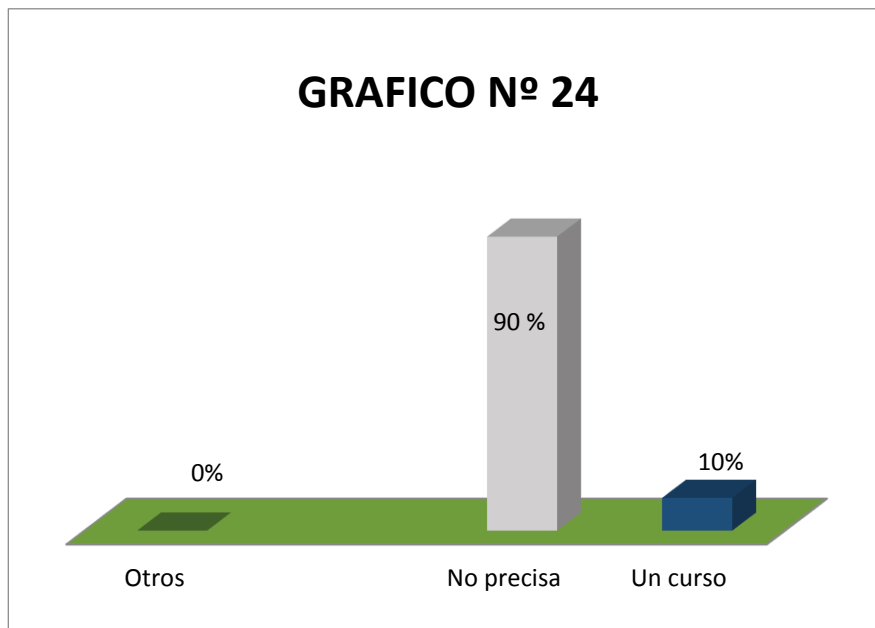
En la tabla y gráfico 23 se observa, que del 100% de los encuestados, el 40% (4) indica que el personal de la empresa si recibieron capacitación y el 60% (6) indica que el personal de la empresa no recibieron capacitación.

TABLA N° 24

Cuantos cursos de capacitación recibió.

CURSO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Otros	0	0 %
No precisa	9	90 %
Un curso	1	10 %
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPES en estudio.



Fuente: Tabla N° 24

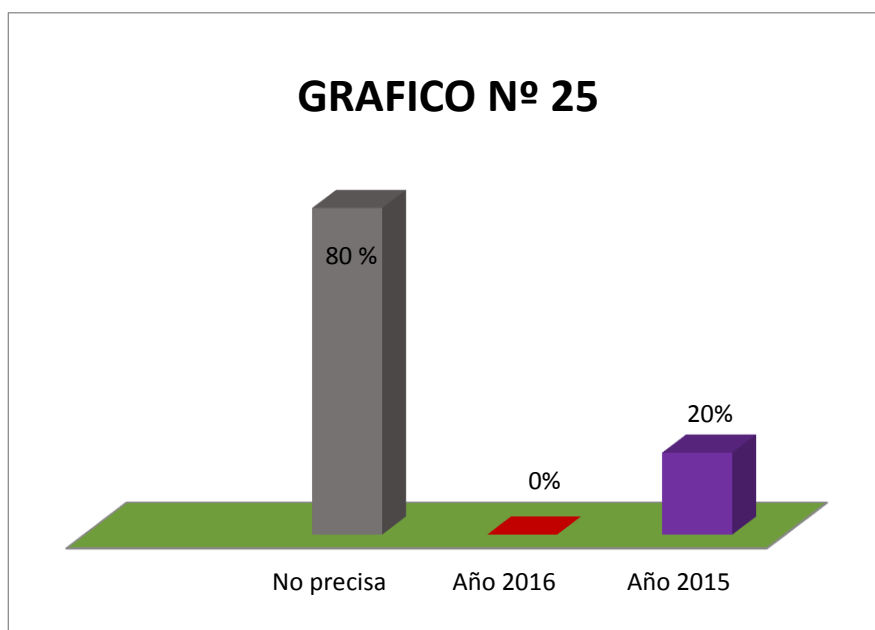
En la tabla y gráfico 24 se observa, que del 100% de los encuestados, el 90% (9) menciona que no sabe precisar y el 10% (1) indica que el personal solamente recibió un curso de capacitación.

TABLA N° 25

En que años recibió más capacitación.

AÑOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No precisa	8	80 %
Año 2016	0	0 %
Año 2015	2	20 %
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPES en estudio.



Fuente: Tabla N° 25

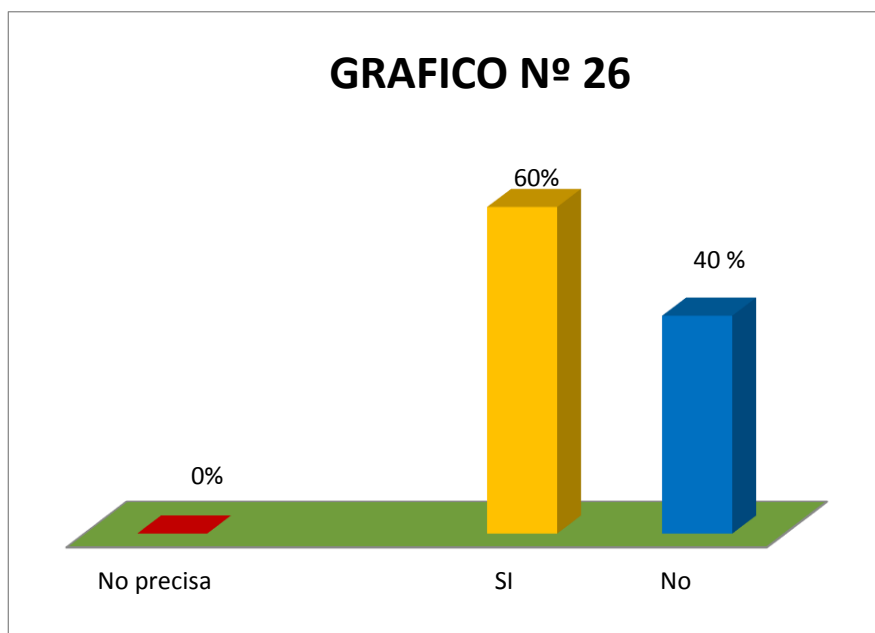
En la tabla y gráfico 25 se observa, que del 100% de los encuestados, el 80% (8) menciona que no sabe precisar y el 20% (2) indica que el personal recibió más capacitación en el año 2015.

TABLA N° 26

La capacitación es una inversión.

LA CAPACITACION ES INVERSION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No precisa	0	0 %
Si considera	6	60 %
No considera	4	40 %
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPES en estudio.



Fuente: Tabla N° 26

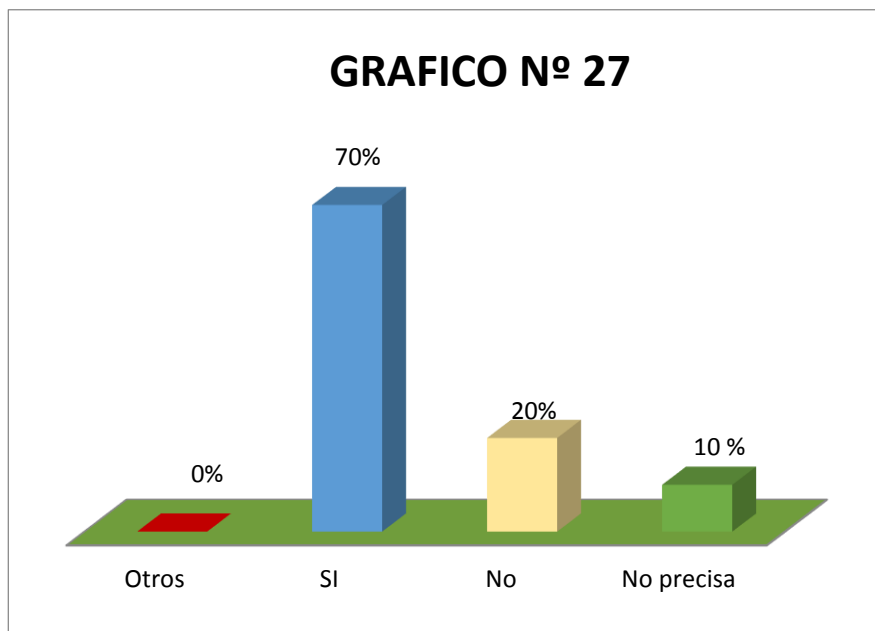
En la tabla y gráfico 26 se observa, que del 100% de los encuestados, el 60% (6) menciona que si consideran a la capacitación como una inversión y el 40% (4) indica que no consideran a la capacitación como inversión.

TABLA N° 27

La capacitación es relevante para la empresa.

LA CAPACITACION ES RELEVANTE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si considera	7	70 %
No considera	2	20 %
No precisa	1	10 %
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPES en estudio.



Fuente: Tabla N° 27

En la tabla y gráfico 27 se observa, que del 100% de los encuestados, el 70% (7) menciona que la si es relevante, 20% (2) no lo considera relevante y el 10%(1) no precisa.

TABLA N° 28

En que temas se capacitaron sus trabajadores.

TEMAS DE CAPACITACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Prestación de mejor servicio al cliente	6	60 %
Marketing	0	0 %
No precisa	4	40 %
Otros	0	0 %
Total	10	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPES en estudio.



Fuente: Tabla N° 28

En la tabla y gráfico 28 se observa, que del 100% de los encuestados, el 60% (6) indica que se capacito en el curso “prestación de mejor servicio al cliente” y el 40%(4) no precisa.