



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**“CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO, LA
CAPACITACIÓN Y LA RENTABILIDAD DE LAS
MICRO Y PEQUEÑAS DEL SECTOR SERVICIOS -
RUBRO HOTELES DE LA PROVINCIA DE
POMABAMBA 2014”**

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

AUTOR

Bach. SALAZAR SOTO GARY LUIGGI

ASESOR

CPC. ANTONIO AUGURIO SALINAS DOMINGUEZ

POMABAMBA – PERU

2014

HOJA DE FIRMA DEL JURADO EVALUADOR

Mg. CPCC Alberto Enrique Broncano Díaz
Presidente

Dr. CPCC Félix Rubina Lucas
Secretario

Mg. CPCC María Rastha Luck
Miembro

AGRADECIMIENTO

Al señor, quien con su bendición me ha permitido, pasar cada obstáculo y seguir adelante en el día a día en este camino de superación.

DEDICATORIA

En primer lugar a Dios, por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud, para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor. A mi familia y especialmente a mi madre por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, a mi maestra por su gran apoyo y motivación para la culminación de nuestros estudios profesionales.

RESUMEN

La presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general, describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mypes del sector servicios - Rubro hoteles de la Provincia de Pomabamba 2014. La investigación fue descriptiva, para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 10 microempresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 27 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniendo- se los siguientes resultados: **Respecto a los empresarios y las Mypes:** Los empresarios encuestados manifestaron que el 100% de los encuestados son adultos, el 57% es masculino y el 50% tiene superior universitario. Así mismo, las principales características de las Mypes del ámbito de estudio son: El 100% afirman que tienen más de 03 años en la actividad empresarial. **Respecto al financiamiento:** Los empresarios encuestados manifestaron que: el 90% financia su actividad económica con préstamos de terceros y el 40% lo invirtió en mejoramiento y/o ampliación de su local y 50% capital de trabajo. **Respecto a la capacitación:** Los empresarios encuestados manifestaron que el 50% no recibió capacitación antes del otorgamiento de préstamos, el 60% si recibió capacitación y el 100% considera que la capacitación es una inversión. **Respecto a la Rentabilidad:** el 70% afirma que con el crédito otorgado ha mejorado su negocio, 60% comenta que la capacitación mejoró la rentabilidad de las empresas y el 70% afirmó que dos últimos años ha mejorado la rentabilidad:

Palabras claves: Financiamiento, Capacitación y Rentabilidad.

ABSTRACT

The main objective of this research was to describe the main characteristics of the financing, training and profitability of the Mypes of the service sector - Hotels of the Province of Pomabamba 2014. The research was descriptive, to carry out it was chosen A population sample of 10 micro-enterprises, to which a questionnaire of 27 questions was applied, using the survey technique, obtaining the following results: **Concerning entrepreneurs and the Mypes:** Entrepreneurs surveyed stated that 100% of the Respondents are adults, 57% are male and 50% have a university degree. Likewise, the main characteristics of the Mypes of the field of study are: 100% affirm that they have more than 03 years in the business activity. **Regarding financing:** Entrepreneurs surveyed stated that: 90% financed their economic activity with loans from third parties and 40% invested in improving and / or expanding their local and 50% working capital. **Regarding training:** Entrepreneurs surveyed stated that 50% did not receive training prior to granting loans, 60% if they received training and 100% consider that training is an investment. **Regarding Profitability:** 70% said that with the credit granted, the company improved its business, 60% said that the training improved the profitability of companies and 70% said that the last two years has improved profitability:

Key words: Financing, Training and Profitability.

CONTENIDO

	Pag.
I.INTRODUCCIÓN.....	01
II.REVISIÓN DE LITERATURA.....	02
2.1 Antecedentes.....	02
2.2 Bases teóricas.....	09
2.3 Marco conceptual.....	22
III. METODOLOGÍA.....	28
3.1 Tipo y nivel de investigación.....	28
3.2 Diseño de la investigación.....	28
3.3 Población y muestra.....	28
3.4 Definición y operacionalización de las variables.....	30
3.5 Técnicas e instrumentos.....	35
IV. RESULTADOS.....	36
4.1 Resultados.....	36
4.2 Análisis de los resultados.....	41
V. CONCLUSIONES.....	43
Aspectos complementarios.....	44
Referencias bibliográficas.....	44
Anexos.....	47

Cuadro N°01.....	36
Cuadro N°02.....	37
Cuadro N°03.....	38
Cuadro N°04.....	39
Cuadro N°05.....	40

I.INTRODUCCIÓN

En años recientes hemos sido testigos del crecimiento de hoteles en la ciudad de Pomabamba, este crecimiento de sector trae consigo nuevas inversiones tanto en el ámbito nacional como local. Esto debido a la facilidad con la que las personas naturales y jurídicas pueden iniciar un negocio en respuesta al crecimiento de la población y la libre competencia.

Dentro de este ámbito las micro y pequeñas empresas constituyen el desarrollo económico y mejora de la calidad de vida de un país y de sus habitantes, mostrándose un factor ineficiente, pero no de menor importancia el financiamiento para la capacitación de sus trabajadores, lo cual mejora la capacidad de innovación, valor económico, productividad y diferenciación de la empresa.

Hoy en día las empresas MYPEs tiene que actualizarse del mundo empresarial actual pues la globalización está avanzando cada día y debe capacitarse para que sobrevivan con las grandes empresas, debiendo estar desde el nivel interno capacitadas para afrontar el nivel externo es por ello tiene que empezar desde el nivel de los colaboradores pues estos son el contacto directo con el consumidos y de ellos depende en un alto porcentaje el desempeño de la empresa frente a las exigencias del consumidor.

En este trabajo de investigación se busca determinar la influencia del financiamiento en la capacitación del personal de las MYPES del sector servicios - Rubro hoteles de la Provincia de Pomabamba 2014; siendo un tema de mucha influencia actualmente para el desarrollo de las MYPEs, pues si existe una influencia entre el

financiamiento que obtiene el empresario la inversión que este realice para la capacitación de sus trabajadores y sean competentes con las grandes empresas, ofreciendo un servicio de calidad.

De todo lo expuesto podemos formular el siguiente problema:

¿Cuáles son las características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas del sector servicios - rubro hoteles de la provincia de Pomabamba, en el año 2014?, pudiendo formular el siguiente objetivo general:

Describir las características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas del sector servicios - rubro hoteles de la provincia de Pomabamba, en el año 2014?, y los objetivos específicos:

1. Describir las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro hoteles de la provincia de Pomabamba, año 2014.
2. Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro hoteles de la Provincia de Pomabamba, año 2014.
3. Describir las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro hoteles de la provincia de Pomabamba, año 2014.
4. Describir las principales características de la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector servicios -rubro constructoras de la provincia de Pomabamba, año 2014.

5. Describir las principales características de la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro hoteles de la provincia de Pomabamba, año 2014.

Finalmente, el presente estudio se justifica porque permitirá conocer las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro hoteles de la provincia de Pomabamba, en el año 2014. La información recogida en este estudio podrá ser utilizada por las micro y pequeñas empresas, en razón de que las encuestas proveerán datos acerca de los principales problemas del desarrollo empresarial; entre ellos el escaso acceso a la información básica, así como su inadecuada utilización en el proceso de toma de decisiones. El propósito es ofrecer, información de primera mano sobre las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas, con el fin de apoyar la creación, desarrollo y competitividad de éstas.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Butterworth, T. (2013). Asesor de Hospitality Technology Europe (HTE), en su artículo, La industria hotelera está en el apogeo de la revolución del servicio al cliente dice que en los últimos años han sido testigo de un amplio número de empresas tecnológicas que han invertido y desarrollado innovaciones para ayudar a los hoteles a mejorar su servicio al cliente y hacerlo rentable. Este es un área donde la nueva tecnología en los hoteles se está desarrollando rápidamente. Mientras muchos sistemas todavía se están probando o están en sus primeras fases, pronto la amplia mayoría de los clientes podrá realizar online todos los pasos del proceso de check-in y acceder directamente a su habitación. Con la proliferación

de estas nuevas tecnologías el personal del hotel podrá dedicar más tiempo a los clientes, ofreciéndoles realmente un servicio en lugar de ser vistos como “procesadores”. Los últimos adelantos les darán así la oportunidad de ofrecer un servicio Proactivo y asegurarse de que los huéspedes disfrutaran de su estancia, fidelizándoles al responder a cualquiera de sus necesidades.

Benavides, C. (2012). Universidad de Málaga, La calidad y productividad en el sector hotelero andaluz, a pesar de la importancia del sector turístico en general, y de la actividad hotelera en particular, Lizabeth López Carré, empresaria hotelera, manifestó que en los últimos años se ha producido una disminución del peso del sector tanto en términos porcentuales sobre el PIB como en cuanto al número de ocupados sobre el total, así como una disminución de los ingresos derivados del turismo.

Ante la coyuntura actual a la que se enfrenta el sector hotelero, resulta necesario investigar vías que permitan al sector avanzar hacia el futuro. Además de dicha situación coyuntural, el mercado en el que operan los establecimientos hoteleros es un mercado maduro caracterizado por una elevada competencia. Estas circunstancias hacen que no sea realista

considerar que el futuro del sector hotelero esté exclusivamente fundamentado en un crecimiento continuo del mercado y del volumen de negocio. Por el contrario, el futuro de dichas empresas depende del crecimiento de su productividad.

Por lo tanto, el estudio de la productividad en los establecimientos hoteleros está justificado dada la importancia de estas empresas en el sector turístico y, por tanto, en el conjunto de la economía. Puesto que la productividad es una variable clave para garantizar la supervivencia de cualquier empresa a largo plazo, la identificación de aquellos factores relevantes para incrementar la productividad en este primer eslabón de la cadena, resulta de vital importancia para el futuro del sector y de parte importante de la economía.

López, E. (2012). En el artículo llamado “Análisis de la estructura de la industria hotelera. Caso: hoteles de negocios en la ciudad de Toluca”. Publicado por la revista electrónicas UACH , la industria hotelera, de las llamadas cadenas hoteleras, es pertinente

Definirlas como el conjunto de empresas agrupadas (hoteles), en forma de concentración horizontal, es decir de firmas dedicadas a la misma actividad, pero con Lizabeth López Carré, distintas fórmulas de propiedad y de gestión; cuya finalidad es obtener una mayor rentabilidad y mayor poder de mercado, a través de la manipulación de elementos tangibles e intangibles que lo configuran para crear una determinada percepción en la mente del consumidor. En esta investigación, se hizo énfasis en los recursos intangibles, que son aquellos que consisten básicamente en conocimiento o información, no tienen una entidad material y no son por tanto susceptibles de tocarse o percibirse de un modo preciso tales como conocimiento y competencias, motivaciones, elementos culturales, marcas y otros del estilo.

Cabrera, A. (2011). “Análisis de mercado para la implementación de un hotel en el destino Guayaquil”. Son hoteles máximos de 30 habitaciones con personalidad propia, orientado a un segmento del mercado específico con servicios de alto nivel, exclusivo diseño, servicio personalizado y máximo confort que la tecnología más avanzada pueda ofrecer. Este tipo de

hoteles se encuentran ubicados en edificaciones que hayan sido construidas y/o adaptadas para este fin, destacadas por su valor arquitectónico”. En Guayaquil existe poca oferta hotelera caracterizada por la presencia de grandes cadenas, a saber Hilton, GHL, Marriott, Best Western, a la vez de hoteles nacionales como Hotel Continental, Grand Hotel Guayaquil, Unipark, etc. Que brindan un determinado servicio estándar a sus huéspedes, muy poco personalizado, en ambientes poco cálidos, con decoraciones similares presentes en cada una de las propiedades de la misma cadena y algunos poseen una baja calidad en el servicio a pesar de su alto costo.

Sánchez, J. (2007). En el estudio realizado sobre El sector hotelero en Galicia desde el punto de vista de la competencia define el sector hotelero no sólo es un recurso que permite la explotación de un destino turístico, sino que también puede llegar a constituir uno de los principales determinantes de la capacidad de atracción de éste. Concretamente, el potencial de un destino facilita el crecimiento de la industria hotelera y, a su vez, la competitividad de esta constituye un recurso clave para el desarrollo de dicho destino al repercutir directamente en su competitividad. El consumidor de servicios hoteleros el sector hotelero forma parte de la cadena de producción y distribución del sector turístico y, por lo tanto, el consumidor de servicios hoteleros puede identificarse con el consumidor de servicios turísticos.

Atendiendo a esta consideración y con el objeto de delimitar el perfil del consumidor de servicios hoteleros, se toma como punto de partida la definición del concepto de turismo, a continuación, se caracterizan las variables básicas que permiten identificar al consumidor de servicios turísticos y hoteleros y, por último, se ofrece una clasificación de las diferentes tipologías de consumidores, aspecto este último muy relevante para poder analizar el sector desde una perspectiva económica.

Canales, C. (2013).El presidente de la Cámara Nacional de Turismo (Canatur).Carlos Canales, destacó la alta rentabilidad de la industria hotelera peruana, que se encuentra al mismo nivel de los principales países de la región, lo que comprueba que es un sector en franco crecimiento.“Las tarifas reflejan los niveles de ocupación. Por el ejemplo, el Hotel

Marriott (Estados Unidos) es uno de los más exitosos que tenemos en Perú con una ocupación del 90% anual. La cadena Ibis (Francia) supera el 90% y es considerado el hotel más caro de Latinoamérica”, precisó. Afirmó que estos resultados significan que hay un mercado creciente en Perú, listo para recibir a todas las marcas hoteleras. Sin embargo, refirió que no todas las marcas de hoteles se encuentran en Perú porque no existen los incentivos necesarios para concretar importantes inversiones en el rubro hotelero.

“Es más fácil ir con proyecto hotelero a Colombia o Chile, donde hay incentivos en zonas específicas”, dijo. Precisó que las trabas burocráticas, ya sean en los municipios o en las entidades gubernamentales, son la mayor barrera que existe para el desarrollo del sector.

Quispe, M. (2012). “el 40% de inversión hotelera está en el centro del Perú” los proyectos del país, que abarcan sobre todo Lima y Huaraz representan una inversión del 40% del total que se registra en este 2012 de us\$ 160.700 millones en inversiones hoteleras a nivel nacional.” “El Perú se ha vuelto muy atractivo por su estabilidad económica lo que ha incentivado que más empresarios se interesen y vengán a invertir al país y se aumente la demanda por dichos hombres de negocios de los hoteles”, afirmó. Precisó que existen muchos anuncios de diversas marcas de hoteles para continuar expandiéndose en el país como Hoteles Estelar, el Marriot bajo Courtyard, que es la marca de servicio moderado, Casa Andina, Hotel Meliá, Los Portales, el Grupo GHL, entre otros.

Chaparro, C. (2009). Citó en el Diario LA república, El negocio hotelero en el Perú ha iniciado un despegue realmente arrollador. No en vano en los dos próximos años en ese sector se registrará una inversión de 600 millones de dólares, repartidos entre la construcción de modernos locales y la remodelación integral de otros. Sin embargo, ese ‘boom’ hotelero ha encontrado en el camino una contradicción: el escaso compromiso del Estado para mejorar las condiciones del turismo y la no promoción de su masificación.

Para los inversionistas hoteleros –el capital a invertir es netamente peruano– el momento económico que vive el país es oportuno. Dicen que el Perú está en vitrina. Que las próximas cumbres internacionales y los TLC significarán la visita de miles de empresarios y financistas de todo el mundo. Ellos no solamente buscarán hacer negocios aquí, también se

convertirán en los principales propagandistas en el exterior de las bondades y atractivos de nuestro país. Pensando en lo que se viene es que se proyecta la construcción de hoteles de las categorías cinco y cuatro estrellas.

La mayoría de estos hoteles estarán diseñados para hombres de negocios. De todas formas, según Tibisay Monsalve, gerenta general de la Sociedad Hoteles del Perú (SHP), "no se dejará de lado el tema turístico. Por supuesto que también se apunta a ello". Pero es ahí en donde Monsalve encuentra que el Estado no corre a la misma velocidad que los empresarios hoteleros.

Guerra, M. (2010). En un estudio hecho para el hotel Libertador Hotels, Resorts & Spas sobre la Inversiones Nacionales de Turismo el 2010 fue un año difícil para la hotelería en general, y más aún para los hoteles de las categorías superior y de lujo. Los desastres naturales en Machu Picchu confirmaron la dependencia que el turismo en el país tiene de su principal atractivo. Además, los efectos de la crisis que empezó en 2008 se han sentido en una disminución de la cantidad de viajes por turismo y la duración de los mismos, como lo muestran estadísticas de distintas fuentes. La ocupación promedio de los hoteles en Cuzco durante 2010 fue de 48%, la cual repercutió además en otros destinos como Puno y Arequipa.

En contraposición, las llegadas de Latinoamericanos, muchos de ellos por negocios, han seguido creciendo de manera importante. El segmento de viajeros corporativos (viajeros de negocios) fue el menos afectado. Las expectativas para 2011 son optimistas. En general, se espera una recuperación a nivel mundial según la Organización Mundial del Turismo, y el crecimiento económico del Perú hace que las llegadas a Lima por viajes de negocios se proyecten en alza.

Yurivilca, A y Taype, U. (2009). De la universidad católica del Perú, en un estudio de prefactibilidad para la instalación de un hospedaje para turistas que experimentarán en la provincia de Tarma. Con el aumento de arribo de turistas extranjeros al Perú, la oferta hotelera formal se ha incrementado y segmentando según el tipo de consumidor. En la actualidad existen diversas categorías de establecimientos de hospedaje y cada una con

características peculiares en función del servicio e infraestructura. Los hoteles de 4 y 5 estrellas están dirigidos básicamente al segmento de los turistas de lujo y de negocios y se concentran en su mayoría en las ciudades de Lima y Cusco.

En los hoteles 3 estrellas existe mayor competencia porque su público objetivo no sólo son los turistas extranjeros, sino también, los turistas nacionales, asimismo, estos establecimientos poseen mayor variedad de hospedaje y llegan a competir con hostales e incluso con los resorts. También se puede hallar en el mercado peruano establecimientos de hospedaje sumamente especializados, orientados a un determinado perfil de turista. Estos hospedajes especializados son los ecolodges, albergues y resorts. Se observa la cantidad de hospedajes existentes en el año 2005 comparados con los que había en el año 1999 y se observa que los hoteles de 3, 4 y 5 estrellas no hay una variación significativa en cantidad pese al aumento de arribos de turistas extranjeros, por ello, hay una necesidad de crear más hoteles especializados para el segmento de turistas extranjeros con alto poder adquisitivo.

Trigoso, M. (2012). Debido al desarrollo económico de Pomabamba viene aumentando el número de visitantes, lo que atrae cada vez más a nuevos grupos hoteleros. Así, se alista la construcción de su primer hotel cinco estrellas, adelantó a Gestión el presidente regional de Ancash.

El hotel se levantaría en el sector de Aguas Calientes, por parte de un grupo hotelero nacional. Señalan que hay espacio para más hoteles de 5 estrellas. Se construye primer centro empresarial. Detalló que un grupo hotelero nacional que aún no tiene presencia en Pomabamba pero sí en Lima, se encuentra en conversaciones para la compra de un terreno en el sector de Los Ejidos, y se prevé que el hotel estaría listo en un plazo de tres años. Indicó que aún hay espacio para la construcción de más hoteles cinco estrellas sobre todo en el sector de Aguas Calientes en Huaraz, teniendo en cuenta que la actual oferta hotelera tiene un alto nivel de ocupabilidad, lo que les obligó el año pasado a incrementar su capacidad hotelera en un 30%.

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), desde el 2008 Pomabamba ha mantenido un promedio de 300.000 turistas al año, de los cuales menos de 22.000 son extranjeros. La tasa media anual de crecimiento del turismo interno desde 1992 es de 4,87%, muy lejana a la de otras regiones que fortalecen su sector, como San Martín, que creció más de 9% en la misma cantidad de años. Aunque es arriesgado hablar de un estancamiento, el desarrollo turístico en la región aún es limitado.

León, J. (2013). Las cifras hablan por sí solas. La Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo ha identificado que, de los 448 hospedajes de las ocho provincias, solo 72 están categorizados, a pesar de que el mercado internacional del turismo exige que la oferta hotelera esté bien definida. De este 16% de establecimientos categorizados, el Río Verde es el único que ha logrado ser reconocido como un hotel cinco estrellas. De los restantes, hay solo tres hoteles de cuatro estrellas.

La mala distribución de los beneficios del turismo en Pomabamba es otro de los grandes problemas. Pese a la diversidad paisajística y cultural, casi todo el turismo se enfoca en Huaraz.

“Ayabaca y Huancabamba tienen maravillas, pero sin buenas vías de acceso nadie invertirá”, afirma Katty Vegas, experta en turismo y directora del centro de estudios superiores Ceturgh.

Según Luis Delgado Perea, past presidente de la Asociación de Hoteles, Restaurantes y Afines, el desorden urbano y los servicios para el turista son los factores que más contribuyen a la obstrucción del turismo en la región andina.

“El transporte terrestre interprovincial y nacional tiene sus terminales en el centro de Huaraz, ocasionando contaminación, hundimiento de las pistas y rotura de los desagües, además de ambulantes, mototaxis, taxis, amigos de lo ajeno, congestionamiento y caos vehicular”, anotó Delgado, quien recordó que existe un proyecto de terminal terrestre hace más de 20 años, pero sigue siendo postergado.

T. News (2011). En un estudio realizado sobre inversiones hoteleras en Perú 2009 –2013 manifiesta que la inversión en el norte del país aumenta alrededor de 60 millones de dólares, es la inversión finalizada para el sector hotelero del norte del Perú en el 2013. Esto significa un aumento en el interés por el mercado andino de parte de los inversionistas del rubro, considerando que la inversión registrada el año pasado fue de 20 millones de dólares. Los destinos de las inversiones hoteleras para los próximos años tenderán a variar de acuerdo al crecimiento de los mercados y a la oferta y demanda existentes, destacando el norte del país que concentrará en el 2013 el 64% del total de inversiones estimadas. El norte del país se consolidará como una plaza importante para la hotelería en el año 2013, concentrando el 74.3% de las inversiones registradas para esta región en el período 2009 – 2013. El crecimiento de los segmentos corporativo y turismo impulsan esta tendencia.

2.2 Bases Teóricas.

2.2.1 .Teorías del financiamiento

Schnettler (2002), la decisión de elegir una estructura de capital es tan compleja, que no existe un sólo modelo que pueda capturar todos los aspectos distintivos relevantes. Lo anterior resulta aún más significativo en el caso de micro y pequeñas empresas (MYPES), en las cuales ciertas características las diferencian de las grandes empresas.

Las MYPES poseen habitualmente una porción de mercado relativamente pequeña, esto enfatiza la imposibilidad de la empresa de afectar su ambiente; las MYPES presentan especificidad en el producto ofertado a clientes que son por definición particulares, en este contexto las MYPES son evaluadas como más riesgosas de acuerdo al grado de incertidumbre dado por demandas no estables; a menudo la gerencia de los pequeños negocios reside en una persona, el gerente y/o propietario; el dinero invertido en los negocios es habitualmente dinero perteneciente al gerente y/o propietario, no dinero proveniente de inversores externos e impersonales lo que significará problemas de composición de cartera para el empresario y su inversión. .

En la casi totalidad de las economías de mercado las empresas pequeñas y medianas, incluidos los microemprendimientos, constituyen una parte sustancial de la economía.

Las Pymes representan más del 95% de las empresas de la comunidad, concentran más de las dos terceras partes del empleo total; alrededor del 60% en el sector industrial y más del 75% en el sector servicios. Es por eso que en las "reuniones de los jefes de estado de la comunidad europea se subraya la necesidad de desarrollar el espíritu de empresa y de rebajar las cargas que pesan sobre las Pymes".

También cumplen un nivel muy importante en la actividad económica, principalmente como subcontratistas, en la producción de partes.

Si atendemos a nuestro nivel de eficiencia es interesante saber que las Pymes de Italia, con similar nivel de mano de obra ocupada contribuyen al PBI en casi un 50%.

Para la revolución productiva la Comisión de Financiamiento elaboró una serie de propuestas con el objeto de ampliar y brindar nuevas perspectivas en la materia.

A partir de éstas iniciativas surgieron los proyectos de una nueva ley de factura conformada y de creación del Fondo Nacional para el Financiamiento de Actividades Productivas Privadas, cuya autoría pertenece a Ilbarne y otros legisladores.

El texto proyecto de factura conforma y destaca la seria restricción crediticia y que afecta al país y además provocó la merma de la actividad de las PYMES, al tiempo que hace hincapié en la falta de instrumentos adecuados de créditos que inspiren seguridad jurídica provean de fluidez alas transacciones.

Propone la creación de un régimen de factura conformada que confiera mayor certeza al instrumento de la factura comercial mediante su aceptación por el comprador lo que obvia una eventual oposición legal en el momento de su vencimiento y además la dote característica de título ejecutivo.

Explica que el régimen sobre esta materia ha caído en desuso como consecuencia de un excesivo reglamentarismo que obstaculizó su aceptación y difusión. En este proyecto se busca evitar la sub-abundancia de requisitos formales y reforzar la noción de abstracción de títulos.

A tal efecto para permitirle convertirse en un instrumento eficiente de financiamiento se dota a la factura conformada de transmisibilidad a través del endoso. Para facilitar y

estimular la utilización de este instrumento de crédito se lo exime del impuesto a los sellos y de todo otro gravamen a los títulos de crédito, así como de disposiciones fiscales que obstaculicen su utilización, en razón de que su difusión tenderá a ampliar las barreras de imposición general.

La Comisión de Financiamiento, analizó la situación de la banca oficial y en sus conclusiones señaló que debe reestructurarse bajo condiciones de eficiencia y añadió que además debe buscarse y establecerse una especialización de la banca oficial hacia las PYMES ya que muchas de las grandes firmas tienen fondos financieros excedentes o están en mejores condiciones de acceder a los requisitos y exigencias de la banca privada y/u obtener líneas de financiamiento internacional.

En ese sentido, el Banco de la Nación Argentina implementó una serie de líneas de créditos para las PYMES destinadas al capital de trabajo, inversiones, gastos de evolución, compra de tractores y maquinarias, compra de implemento agrícola y gastos de desenvolvimiento empresario.

En el acuerdo rubricado por el gobierno y entidades gremiales de empresarios el Poder Ejecutivo se comprometió a brindar facilidades crediticias para las PYMES.

Así misma la creación de un sistema de obligaciones negociables para el sector que contará con el apoyo de organismos financieros internacionales, quedó establecido en el acta firmada el 2-9-1991 entre empresarios y autoridades nacionales.

La intervención de este sector tiene tanto aspectos positivos como negativos.

"El lado negativo de manifiesta es razón de que muchas empresas del sector tienden a integrarse al tramo informal del mercado de trabajo. Esto nos conduce a la evasión impositiva, la no adecuación de las leyes laborales y la falta de agremiación sindical. En definitiva, son empresas que alteran las leyes de juego del mercado institucionalizado, lo que provoca la queja de las grandes firmas, que ven esta situación como una transferencia de recursos implícitos en favor del sector que nos ocupa. La movilidad laboral refleja la faz positiva de la intervención de la pequeñas y medianas empresas en el contexto del mercado de trabajo de lo que se trata, en definitiva, es de alcanzar una mejor reasignación de los recursos humanos, ya se trate de obreros calificados como no calificados."

En el primero de los casos nos referimos a la posibilidad que tienen de abandonar su trabajo

en una empresa grande, tal vez con cierta estabilidad pero sin posibilidades de progreso, para ingresar a un emprendimiento de menor envergadura pero con posibilidades de desarrollo personal. Tal decisión afectará en mayor medida a los jóvenes trabajadores para quien la antigüedad no reviste importancia. En lo que refiere a obreros no calificados, la movilidad laboral se insinúa con mayor intensidad en el plano de las PYMES.

El tema de la multiplicidad de funciones que tiene el trabajador de la empresa pyme, suele tornarse conflictivo en las discusiones gremio-empresa. En lo general, este fenómeno no se presenta en las grandes firmas. El tipo de organización de trabajo en las PYMES, que permite la polifuncionalidad, deriva en beneficios tales como ingresos más elevados y capacitación diversificada, esto último mejora la posición del empleado en el mercado de trabajo.

Acciones, se caracterizan por representar la participación patrimonial o de capital de un accionista dentro de la organización a la que pertenece.

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

Bonos, representa al instrumento expreso y redactado en la forma de una promesa incondicional, certificada, en la cual el prestatario promete pagar una suma especificada en una futura fecha determinada, en unión a los intereses a una tasa determinada y en fechas determinadas. Cuando una sociedad anónima tiene necesidad de fondos adicionales a largo plazo se ve en el caso de tener que decidir entre la emisión de acciones adicionales del capital o de obtener préstamo expidiendo evidencia del adeudo en la forma de bonos. La emisión de bonos puede ser ventajosa si los actuales accionistas prefieren no compartir su propiedad y las utilidades de la empresa con nuevos accionistas. El derecho de emitir bonos se deriva de la facultad para tomar dinero prestado que la ley otorga a las sociedades anónimas. El tenedor de un bono es un acreedor; un accionista es un propietario. Debido a que la mayor parte de los bonos tienen que estar respaldados por activos fijos tangibles de la empresa emisora, el propietario de un bono posiblemente goce de mayor protección a su

inversión, el tipo de interés que se paga sobre los bonos es, por lo general, inferior a la tasa de dividendos que reciben las acciones de una empresa.

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

La importancia del arrendamiento es la flexibilidad que presta para la empresa ya que no se limitan sus posibilidades de adoptar un cambio de planes inmediato o de emprender una acción no prevista con el fin de aprovechar una buena oportunidad o de ajustarse a los cambios que ocurran e el medio de la operación. El arrendamiento se presta al financiamiento por partes, lo que permite a la empresa recurrir a este medio para adquirir pequeños activos. Por otra parte, los pagos de arrendamiento son deducibles del impuesto como gasto de operación, por lo tanto la empresa tiene mayor deducción fiscal cuando toma el arrendamiento. Para la empresa marginal el arrendamiento es la única forma de financiar la adquisición de activo. El riesgo se reduce porque la propiedad queda con el arrendado, y éste puede estar dispuesto a operar cuando otros acreedores rehúsan a financiar la empresa. Esto facilita considerablemente la reorganización de la empresa.

2.2.2 .Teorías de la capacitación

Según Drucker (2012), la capacitación se sustenta en un marco teórico que intenta ejercer su influencia en la constitución de los propósitos, de acuerdo con los valores y objetivos de la organización.

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

Sin embargo, el desarrollo tecnológico y organizacional va dejando atrás la vigencia de esas teorías, por lo que también puede decirse que cada teoría nueva es, en cierto modo, una

adaptación de la anterior, intentando así "acomodarse" a las nuevas circunstancias y exigencias.

"Estamos entrando en la sociedad del conocimiento. El recurso económico básico ya no es el capital, ni los recursos naturales, ni el trabajo, sino que es y seguirá siendo el conocimiento. En esta sociedad el trabajador del conocimiento tendrá un papel protagónico".

Modelos Teóricos de la capacitación.

Las acciones de capacitación tienen como objetivo el mejoramiento de las habilidades de los recursos humanos, y buscan un mejor adiestramiento con la finalidad de incrementar conocimientos, cambiar actitudes y desarrollar las cualidades del trabajador. Es decir generar procesos de cambio para cumplir las metas de la organización. La capacitación se sustenta en un marco teórico que intenta ejercer su influencia en la constitución de los propósitos, de acuerdo con los valores y objetivos de la organización.

Los diversos enfoques de la capacitación, en la historia cada una de ellas han estado dirigidas a relevar diferentes niveles o áreas de la organización. Se han hecho explícitos sus propósitos y objetivos centrales, y puede decirse que han gozado, en su momento, de un éxito relativo.

Sin embargo, el desarrollo acelerado de la tecnología y de los principios organizacionales va dejando atrás la vigencia de esas teorías, por lo que también puede decirse que cada teoría nueva es, en cierto modo, una adaptación de la anterior, intentando así "acomodarse" a las nuevas circunstancias y exigencias.

Teoría neoclásica	Teoría conductista	Teoría sistemática
El propósito del entrenamiento es lograr la eficiencia.	El propósito del entrenamiento es proporcionar a directivos, gerentes y supervisores y las técnicas necesarias para dirigir y motivar a los subordinados, a fin de que éstos satisfagan sus necesidades y expectativas.	Hacer que los miembros de la organización interioricen sus obligaciones y cumplan voluntariamente sus compromisos.
Teoría Clásica	Teoría humanista	Teoría Estructuralista
Incrementar los resultados de la organización a través de la planeación.	Generar aprendizajes y formas de comportamiento en el individuo para organizar sus esfuerzos e integrarlo en grupos de trabajo.	Seleccionar los problemas que obstaculizan el desarrollo de los subsistemas de la organización que impiden lograr los objetivos.

Fuente: Vázquez G.

Bajo este panorama podemos captar que la capacitación corresponde a un Principio de una Nueva Cultura Laboral se reconoce su importancia para introducir un cambio de actitudes y conductas que promuevan la creación de una nueva cultura laboral, y para elevar la productividad de los trabajadores y de las empresas, formulando, en materia de educación, capacitación y productividad diversas consideraciones.

Hoy en día, los procesos productivos no sólo requieren de equipos y tecnología de punta compatibles con el aprovechamiento productivo de la mano de obra, sino también de

nuevas formas de gestión, organización y capacitación para el trabajo productivo, las cuales, además de propiciar un uso racional y eficiente de los recursos disponibles en las empresas, así como el respeto al medio ambiente, sean capaces de estimular la capacidad de innovación, el potencial creativo y la superación intelectual de los trabajadores. Además la transformación productiva y organizacional implica que tanto trabajadores como empresarios adquieran y actualicen, permanente y respectivamente, conocimientos, habilidades y destrezas, tanto para el trabajo como para la actividad empresarial.

2.2.3 .Teorías de la rentabilidad

- **Teoría de la Rentabilidad y del Riesgo en el Modelo de Markowitz**

Markowitz avanza con una nueva teoría, indicando que el inversor diversificará su inversión entre diferentes alternativas que ofrezcan el máximo valor de rendimiento actualizado. Para fundamentar esta nueva línea de trabajo se basa en la ley de los grandes números indicando que el rendimiento real de una cartera será un valor aproximado a la rentabilidad media esperada. La observancia de esta teoría asume que la existencia de una hipotética cartera con rentabilidad máxima y con riesgo mínimo que, evidentemente sería la óptima para el decisor financiero racional.

Es por ello, que con esta teoría concluye que la cartera con máxima rentabilidad actualizada no tiene por qué ser la que tenga un nivel de riesgo mínimo. Por lo tanto, el inversor financiero puede incrementar su rentabilidad esperada asumiendo una diferencia extra de riesgo o, lo que es lo mismo, puede disminuir su riesgo cediendo una parte de su rentabilidad actualizada esperada.

- **Teoría de la Rentabilidad y del Riesgo en el Modelo de Mercado de Huarpe**

El modelo de mercado de Sharpe (1963) surgió como un caso particular del modelo diagonal del mismo autor que, a su vez, fue el resultado de un proceso de simplificación que Sharpe realizó del modelo pionero de su maestro Markowitz.

Sharpe consideró que el modelo de Markowitz implicaba un dificultoso proceso de cálculo ante la necesidad de conocer de forma adecuada todas las covarianzas existentes entre cada pareja de títulos. Para evitar esta complejidad, Sharpe propone relacionar la evolución de la rentabilidad de cada activo financiero con un determinado índice, normalmente macroeconómico, únicamente. Este fue el denominado modelo diagonal, debido a que la matriz de varianzas y covarianzas sólo presenta valores distintos de cero en la diagonal principal, es decir, en los lugares correspondientes a las varianzas de las rentabilidades de cada título.

Como se ha indicado, el modelo de mercado es un caso particular del diagonal. Dicha particularidad se refiere al índice de referencia que se toma, siendo tal el representativo de la rentabilidad periódica que ofrece el mercado de valores.

2.3 .Marco Conceptual:

2.3.1 .Definiciones de las micro y pequeñas empresas

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

Es una unidad económica que opera una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que desarrolla actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios, que se encuentra regulada en el TUO (TEXTO UNICO ORDENADO), de la Ley de Competitividad, Formalización y desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente (Dec. Leg. N° 1086).

Aspilcueta, manifiesta que es importante resaltar que, la microempresa no necesita constituirse como persona jurídica, pudiendo ser conducida directamente por su propietario persona individual. Podrá, sin embargo, adoptar voluntariamente la forma de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, o cualquiera de las formas societarias previstas por la ley. Las características que debe reunir una MYPE son las siguientes:

Características de las MYPE:

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

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

Concluye Aspilcueta, que las Mypes, no cuentan con mucha mano de obra fija o estable, disponen de limitados recursos financieros, tienen un acceso reducido a la tecnología, por lo general no separan las finanzas del hogar y las de los negocios, tienen un acceso limitado al sector financiero formal, sobre todo debido a su informalidad.

2.3.2. Definiciones del financiamiento

Financiamiento.com (s.f.), sostienen que el financiamiento es el mecanismo por medio del cual una persona o una empresa obtienen recursos para un proyecto específico que puede ser adquirir bienes y servicios, pagar proveedores, etc. Por medio del financiamiento las empresas pueden mantener una economía estable, planear a futuro y expandirse.

Gimo (s.f.), define al financiamiento como la identificación del origen de los recursos con que se cubren las asignaciones presupuestarias. Por lo mismo son los canales e instituciones bancarias y financieras, tanto internas como externas por cuyo medio se obtienen los recursos necesarios para equilibrar las finanzas públicas. Dichos recursos son indispensables para llevar a cabo una actividad económica, ya que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios.

2.3.3. Definiciones de la capacitación

Genaro (2008). Señala al referirnos al término capacitación, inmediatamente se define como al proceso metodológico de actividades encaminadas a la mejora, incremento y desarrollo de la calidad de los conocimientos, habilidades y actitudes del capital humano, con la finalidad de elevar su desempeño profesional y/o el coeficiente intelectual de una determinada persona o grupo de personas. Así mismo la capacitación, puede definirse como aquel proceso continuo de enseñanza y aprendizaje en el que se desarrollarán las habilidades y destrezas de las personas, proceso de aprendizaje que una vez adquirido servirá les permitirá a las mismas un mejor desempeño de sus actividades habituales.

Reynoso (2001). Expone que, a su vez la capacitación, adquiere el concepto de aquel proceso de aprendizaje al que se somete una persona y/o grupo de personas con el objeto de adquirir y desarrollar la concepción de ideas abstractas mediante la ampliación de procesos mentales y de la teoría para tomar decisiones no programadas. Así también otras teorías manifiestan que la capacitación es el conjunto de conocimientos sobre el puesto que se debe desempeñar de manera eficiente y eficaz.

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

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

2.3.4. Definiciones de la rentabilidad

Elias (2013), la rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o ganancia; por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera mayores ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gastos, un área o departamento de empresa es rentable cuando genera mayores ingresos que costos.

Pero una definición más precisa de la rentabilidad es la de un índice que mide la relación entre la utilidad o la ganancia obtenida, y la inversión o los recursos que se utilizaron para obtenerla.

De forma resumida, la rentabilidad es la capacidad de producir o generar un beneficio adicional sobre la inversión o esfuerzo realizado.

El concepto de rentabilidad puede hacer referencia a: Rentabilidad económica, beneficio comparado con el total de recursos empleados para obtener esos beneficios, rentabilidad financiera, beneficio comparado con los recursos propios invertidos para obtener esos beneficios, rentabilidad social objetivo de las empresas públicas, aunque también perseguida por empresas privadas, el tipo de investigación será cuantitativo, en razón que recogerá información utilizando procedimientos estadísticos e instrumentos de medición sobre las MYPES de la localidad.

III. METODOLOGÍA.

3.1 El tipo y el nivel de la investigación.

3.1.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación es cuantitativo porque la recolección de datos y la presentación de los resultados se han utilizado procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.

3.1.2 Nivel de investigación.

El nivel de investigación es Descriptivo, debido a que sólo se ha limitado a describir las principales características de las variables en estudio.

3.2 Diseño de la investigación.

El diseño de investigación para la elaboración del presente trabajo de investigación es No Experimental – descriptivo.



Dónde:

M = Muestra conformada por las Mypes encuestadas.

O = Observación de las variables: financiamiento, capacitación y rentabilidad.

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

N y Donde:

N = Muestra conformada por las Mypes encuestadas.

Y = Observación de las variables: Financiamiento, capacitación y rentabilidad.

3.3 Población y Muestra

Población

La población está constituida por 20 Micro y Pequeñas Empresas del Sector servicio - rubro hotelería en la ciudad de Pomabamba 2014.

Muestra

Se tomó una muestra de 10 hoteles que representa el 100% de la población, del rubro en estudio.

3.4 Operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional: Indicadores	Escala de medición
Perfil de los propietarios y/o gerentes de las Mypes (variable complementaria)	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
Perfil de las Mypes (Variable complementaria)	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 10 a 15 Más de 15
		Objetivo de las Mypes	Nominal: Maximizar ganancias Dar empleo a la familia Generar ingresos para la familia Otros: especificar
Financiamiento en las Mypes (Variable principal)	Son algunas características relacionadas con el financiamiento de las Mypes	Solicito credito	Nominal: Si No
		Recibio credito	Nominal: Si No
		Monto del crédito solicitado	Cuantitativa: Especificar el monto
		Monto del crédito recibido	Cuantitativa: 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 credito suficiente Insuficiente	Nominal: Si No Nominal: Si No
		Cree que el financiamiento mejora la rentabilidad de su empresa	Nominal: Si No
Capacitación en las Mypes	Son algunas características	Recibió capacitación antes del	Nominal:

(Variable Principal)	relacionadas a la capacitación del personal en las Mypes	otorgamiento del crédito	Si No
		Número de veces que se ha capacitado el personal de gerencia en los dos últimos años	Ordinal: Uno Dos Tres Más 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 Más de tres
		Tipo de cursos en los cuales se capacita el personal de la empresa	Nominal: Inversión del crédito Marketing empresarial Manejo empresarial Otros: especificar
		Considera la capacitación como una inversión	Nominal: Si

			No
		Cree que la capacitación mejora la competitividad de la empresa	Nominal: Si No
Rentabilidad de las Mypes (principal)	Percepción que tienen los propietarios y/o gerentes de las Mypes de la rentabilidad de sus empresas en el año 2014	Cree o percibe a rentabilidad de su empresa ha mejorado en los dos últimos años	Nominal: Si No
		Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por el financiamiento recibido	Nominal: Si No
		Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por la capacitación recibida por Ud. Y su personal	Nominal: Si No
		Cree o percibe que la rentabilidad de su empresa ha mejorado por el financiamiento y la capacitación recibidos	Nominal: Si No

3.5 Técnica e Instrumentos:

Técnica

Es un procedimiento o conjunto de reglas, normas o protocolos, que tienen como objetivo obtener un resultado determinado, ya sea en el campo de la ciencia, de la tecnología, del arte, de la educación o en cualquier otra actividad. En el presente trabajo se aplicó la técnica de la encuesta.

Instrumentos:

Es el medio que se utiliza para conseguir un objetivo determinado, para ello se ha utilizado un cuestionario estructurado.

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados

4.1.1 Respecto a los empresarios

CUADRO N° 01

ITEMS	TABLA N°	COMENTARIOS
<i>Edad</i>	1	El 100% de los representantes legales o Dueños son adultos.
<i>Sexo</i>	2	El 80% son del sexo masculino y el 20 % del sexo femenino.
<i>Grado de Instrucción</i>	3	El 20% tiene secundaria completa, el 50% superior universitaria completa, el 20% superior universitaria incompleta. Y el 10% superior no universitaria incompleta.
<i>Estado civil</i>	4	El 10% es soltero, el 20% casado y el 70% Conviviente.
<i>Profesión u ocupación</i>	5	El 60% universitario y el 40 % son técnicos en alguna profesión.

Fuente: Tablas 01, 02, 03, 04 y 05 (ver Anexo 02).

4.1.2 Respecto a las Mypes

CUADRO N° 02

ITEMS	TABLA N°	COMENTARIOS
<i>Tiempo que se dedica al rubro</i>	6	El 100% se dedica al negocio por más de 03 años
<i>Formalidad de las Mypes</i>	7	El 80% de la mypes encuestadas son formales y el 20% son informales.
<i>Nro. De trabajadores permanentes</i>	8	El 10% no tiene ningún trabajador permanente 30% tres trabajadores y 60% más de tres
<i>Nro. De trabajadores eventuales</i>	9	El 60% no tienen ningún trabajador eventual, el 20% tienen 01 trabajador eventual, el 20% tiene 02 trabajadores eventuales.
<i>Motivo de formación de las Mypes.</i>	10	El 50% se formó para obtener ganancias y el 50% por subsistencia.

Fuente: Tablas 06, 07, 08, 09 y 10 (ver Anexo 02).

4.1.3 Respecto al financiamiento

CUADRO N° 03

ITEMS	TABLA N°	COMENTARIOS
<i>Forma de financiamiento.</i>	11	El 10% financian su actividad con fondos propios y el 90% lo hacen con fondos de
<i>De qué sistema</i>	12	El 60% ha obtenido su crédito de entidades bancarias, el 40 % de no bancarias, el 10% De otros.
<i>Nombre de la institución Financiera</i>	14	El obtuvo su crédito de la banca no comercial siendo estas: Epyme y Cajas Municipales, el Banco crédito. Caja Sullana etc.
<i>Plazo del crédito solicitado (año 2012)</i>	16	El 30% no precisa a que tiempo se le otorgo el préstamo y el 70 % fue de corto plazo.
<i>En que invirtió el crédito</i>	18	50% lo invirtió en capital de trabajo,40% en mejoramiento y/o ampliación de local, 10% en capacitación

Fuente: Tablas 11, 12, 14, 16, 18 (ver Anexo 02).

4.1.4 Respecto a la capacitación

CUADRO N° 04

ITEMS	TABLA N°	COMENTARIOS
<i>Recibe capacitación cuando recibe crédito</i>	19	El 50% no recibieron capacitación para el otorgamiento del préstamo, 20% si lo recibió y el 30% no sabe precisar.
<i>Personal recibió capacitación</i>	22	El 20% manifestaron que su personal si ha recibido alguno, 20% no ha recibido y el 60% No sabe precisar.
<i>La capacitación es una inversión</i>	23	El 100% considera que la capacitación como empresario es una inversión.
<i>La capacitación es relevante para la empresas</i>	24	El 70% considera que la capacitación como empresario es relevante para su empresa, y el 30% no sabe

Fuente: Tablas 19, 22,23,24, (ver Anexo 02).

4.1.5 Respecto a la rentabilidad

CUADRO N° 05

ITEMS	TABLA N°	COMENTARIOS
<i>Financiamiento mejoró la rentabilidad</i>	25	El 70% cree que el financiamiento otorgado mejoro la rentabilidad de su empresa y el 30% no sabe precisar.
<i>Capacitación mejoró la rentabilidad</i>	26	El 60% cree que la capacitación mejoro la rentabilidad de su empresa y el 10% opina que no 30% no sabe precisar.
<i>La rentabilidad mejoró los dos últimos años.</i>	27	El 50% afirma que la rentabilidad de su empresa mejoro en los 02 últimos años y el 10% no sabe precisar y 20 no sabe

Fuente: Tablas 25, 26, 27 (ver Anexo 02).

4.2 Análisis de los resultados

4.2.1 Respecto a los empresarios

a) De las Mypes encuestadas se establece que los representantes legales son personas adultas ya que sus edades oscilan entre 26 y 60 años (ver tabla 01) en un 100%; la edad promedio de los representantes legales de la Mypes estudiadas es de 52 años, 42, 40 años; 41 años y 45 – 64 años respectivamente.

b) El 57% de los representantes legales encuestados son del sexo masculino (ver tabla 02),

c) El 20% de los microempresarios encuestados tienen grado de instrucción secundaria completa (ver tabla 03); el 50% tienen grado de instrucción de educación superior universitaria, el 20% poseen superior universitaria incompleta y el 10% superior no universitaria completa, respectivamente.

4.2.2 Respecto a las características de las Mypes

a) El 100% de los microempresarios encuestados se dedican hace más de 3 años al rubro de hotelería (Ver tabla N° 06).

4.2.3 Respecto al financiamiento

a) El 60% de las Mypes encuestadas recibieron crédito del sistema bancario (ver tabla N° 12); esto demuestra de las pequeñas empresas siempre cuentan con una entidad financiera los apoya para logara sus objetivos. Y mayormente las cajas municipales apuestan por los Mypes

b) El 40% manifestaron que invirtieron los créditos recibidos en mejoramiento y ampliación de local (ver tabla N° 18) y el 50% en capital de trabajo.

4.2.4 Respecto a la capacitación

a) El 50% de los Representantes de las Mypes en estudio, no recibieron ninguna capacitación previa al otorgamiento de los créditos (ver tabla N° 19)..

b) El 60% de los microempresarios encuestados han recibido una capacitación (ver tabla N° 20 y 21). La mayoría de los encuestados ha recibido una capacitación para mantenerse actualizados.

c) El 80% de los microempresarios encuestados ha recibido capacitación en otros cursos no especificados (ver tabla N° 21). Esto quiere decir que los trabajadores si son capacitados pero no especificaron en que cursos.

4.2.5 Respecto a la rentabilidad

a) El 60% de los microempresarios encuestados dijeron que los créditos que obtuvieron si mejoraron la rentabilidad de sus empresas (ver tabla N° 25).

b) El 50% de los microempresarios encuestados manifestaron que la capacitación si mejoró la rentabilidad de sus empresas (ver tabla N° 26,).

V. CONCLUSIONES

5.1 Respecto a los empresarios

Del 100% de los representantes legales de las Mypes encuestados: el 100% son adultos, el 80% es de sexo masculino y el 50% tiene superior universitaria completa, el 20% secundaria. 20% superior universitaria incompleta.

5.2 Respecto a las características de las Mypes

Las principales características de las Mypes del ámbito de estudio son: el 100% se dedica al negocio por más de 03 años respectivamente, el 80% de las empresas son formales, no 60% no tiene ningún trabajador permanente, el 20% tiene 01 trabajador eventual y el 50% se formaron por subsistencia y 50% también por ganancia.

5.3 Respecto al financiamiento

Los empresarios encuestados manifestaron que respecto al financiamiento, sus Mypes tienen las siguientes características: el 60% obtuvo su crédito de las entidades bancarias, y 50% las Mypes recibieron el crédito de cajas municipales.

5.4 Respecto a la capacitación

Los empresarios encuestados manifestaron que las principales características de la capacitación de sus Mypes son: el 100% considera que la capacitación del personal es una inversión para empresa. el 70% considera que la capacitación como empresario es relevante para su empresa. Y el 60% de las Mypes recibió más capacitación el año 2012.

5.5 Respecto a la rentabilidad

El 70% cree que el financiamiento otorgado mejoro la rentabilidad de su empresa, el 57% cree que la capacitación mejoro la rentabilidad de su empresa y el 70% afirma que la rentabilidad de su empresa mejoro en los 02 últimos años.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Referencias bibliográficas

Benavides, C. (2012). La calidad y productividad en el sector hotelero andaluz, (Citada en mayo del 12). Disponible desde:

<http://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/5049/Tesis%20Doctoral%20de%20Carlos%20Guillermo%20Benavides%20Chic%C3%B3n.pdf?sequence=1>

Butterworth, T. (2013) “La industria hotelera está en el apogeo de la revolución del servicio al cliente”. Disponible desde: http://www.hosteltur.com/118230_industria-hotelera-esta-apogeo-revolucion-servicio-al-cliente.html

Cabrera, A. (2011). “Análisis de mercado para la implementación de un hotel en el destino Guayaquil”, Disponible desde:

<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/19015/1/Articulo%20de%20tesis%20de%20grado%20de%20Antonella%20Cabrera.pdf>

Chaparro, C. (2009). “El negocio hotelero en el Perú ha iniciado un despegue realmente arrollador”. Disponible desde: <http://www.larepublica.pe/23-03-2008/el-boom-hotelero>

Chacaltana, J. (2005). Consultado el 15 de de 2012, Disponible desde : <http://www.consorcio.org/CIES/html/pdfs/pm0324.pdf>.

Delgado, L. (2013). Ocupación en hoteles de lujo en Perú llega al 90% anual citada el (20 de octubre). Disponible desde: <http://gestion.pe/economia/canatur-ocupacion-hoteles-lujo-peru-llega-al-90-anual-2078963>

Ferruz, L. (2000). La rentabilidad y el riesgo. España: [citada 2011 Oct. 12].

Disponible en: <http://ciberconta.unizar.es/LECCION/fin010/000F2.HTM>

García, E. (2011). Diagnóstico de la competitividad del Perú, Disponible desde: http://gcg.universia.net/pdfs_revistas/articulo_179_1301298918203.pdf

Guerra, M. (2010). Estudio hecho para el hotel Libertador Hotels, Resorts & Spas sobre la Inversiones Nacionales. Disponible desde: http://www.libertador.com.pe/wp-content/uploads/2012/08/MEMORIA_LIBERTADOR_2010.pdf

León, J. (2013) citada el 9 sept, Disponible en: WWW.ELCOMERCIO.PE <http://elcomercio.pe/peru/lima/piura-solo-16-hospedajes-estan-categorizados-noticia-1628933>

López, E. (2012). “Análisis de la estructura de la industria hotelera. Caso: hoteles de negocios en la ciudad de Toluca” (Citada Dic del 12), Disponible desde: http://mingaonline.uach.cl/scielo.php?pid=S0718-64282012000200006&script=sci_arttext

Mitnik, F., Descalzi, R., & Ordoñez, G. (13 de Abril de 2010). Consultado el 15 de Marzo de 2012, de www.cinterfor.org: Disponible desde: <http://www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/publ/mitnik/pdf/cap1.pdf>

Montero, M. (2010) la nueva ciudad top del turismo corporativo y hoteles de lujo citada el 22 de noviembre, Disponible desde: <http://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2010/11/22/lima-la-nueva-ciudad-top-del-turismo-corporativo-y-hoteles-de-lujo/>

Páez, A. (2010). Disponible desde: http://www.esan.edu.pe/cgi-bin/mt/mt-cp.cgi?4 mode=view&blog_id=11&id=25

Quispe, M. (2012). “el 40% de inversión hotelera está en el centro del Perú”, Disponible desde: <http://www.larepublica.pe/24-12-2012/el-40-de-inversion-hotelera-esta-en-el-centro-del-peru>

Ramón, A. (2009). Impacto de la globalización en la industria hotelera, Disponible desde: http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/10083/5/Ram%C3%B3n%20Rodr%C3%ADguez,%20Ana%20Bel%C3%A9n_4.pdf

Sánchez, J. (2007). El sector hotelero en Galicia desde el punto de vista de la competencia. Disponible desde:

[http://www.google.com.pe/search?](http://www.google.com.pe/search?hl=es&q=teorias+de+la+rentabilidad+economica&start=0&sa=N)

[hl=es&q=teorias+de+la+rentabilidad+economica&start=0&sa=N](http://www.consellogalegodacompetencia.es/estudios/est_14_2007_EE_sector_hotelero.es.pdf)

http://www.consellogalegodacompetencia.es/estudios/est_14_2007_EE_sector_hotelero.es.pdf

T. News (2011). El sector hotelero iberoamericano registró avances importantes en los últimos años disponibles desde: Disponible desde:

<http://www.sunnytravelnews.com.ar/index.php/hoteles/2555-el-sector-hoteleroiberoamericano-registro-avances-imortantes>

Trigoso, M. (2012). Disponible desde: http://gestion.pe/empresas/piura-se-alista-albergar-su-primer-hotel-cinco-estrellas-2012638?href=nota_rel

Vásquez, G. (18 de Enero de 1997). Consultado el 15 de Abril de 2012, Disponible desde: [htt://www.azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num11y12/doc14.htm#Enrique%20Vásquez%20Garatachea](http://www.azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num11y12/doc14.htm#Enrique%20Vásquez%20Garatachea).

Yaurivilca, E, Taype U (2009). Pre-factibilidad para la instalación de un hospedaje para turistas que experimentarán en la provincia de Tarma. Disponible desde: <http://coneccof.pe.tripod.com/investigacion5.htm>

ANEXO 01

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE CANTABILIDAD

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, la capacitación y la rentabilidad de las Mypes del sector servicios - Rubro hoteles de la Provincia de Pomabamba 2014**”.

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

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

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 No Universitaria Completa.....Superior No Universitaria Incompleta..... Superior Universitaria Completa.....

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

1.5 Profesión.....**Ocupación**.....

II PRINCIPALES CARACTERISTICAS DE LAS MYPES

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

2.2 La Mype es formal: Sí.....No.....La Mype es informal: Sí.....No.....

2.3Número de trabajadores permanentes.....Número de trabajadores eventuales.....

2.4 La Mype se formó para obtener ganancias: Si..... No.....La Mype se formó por subsistencia (sobre vivencia): Sí.....No.....

III. DEL FINANCIAMIENTO DE LAS MYPES:

3.1 Cómo financia su actividad productiva: Con financiamiento propio (autofinanciamiento): Si.....No.....Con financiamiento de terceros: Sí.....No.....

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

Que tasa interés mensual paga.....

Entidades no bancarias (especificar el nombre de las entidades no bancarias).....Qué tasa de interés mensual paga.....

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

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

Las entidades bancarias.....Las entidades no bancarias.....los prestamistas usureros.....

3.3 En el año 2011: Cuántas veces solicitó crédito.....A qué entidad financiera.....Le otorgaron el crédito solicitado.....El crédito fue de corto plazo.....el crédito fue de largo plazo.....Qué tasa de interés mensual pagó.....Los créditos otorgados fueron en los montos solicitados: Si...Monto Promedio Otorgado.....No...,

3.4 En el año 2012: Cuántas veces solicitó crédito.....A qué entidad financiera (especificar).....Le otorgaron el crédito solicitado: Sí.....

Monto Promedio Otorgado.....No.....El crédito fue de corto plazo: SíNo.....

El crédito fue de largo plazo.: Sí.....No.....,....Qué tasa de interés mensual pagó.....Los créditos otorgados fueron en los montos solicitados: Si...No...,

3.5 En qué fue invertido el crédito financiero que obtuvo: Capital de trabajo (%)

.....

Mejoramiento y/o ampliación del local (%).....Activos fijos (%).....

Programa de capacitación (%).....Otros - Especificar:.....%.....

IV DE LA CAPACITACIÓN A LAS MYPES:

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

4.2 Cuántos cursos de capacitación ha tenido Ud. en 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: 2013.....2012.....

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

Si..... No.....Considera Ud. que la capacitación de su personal es relevante para su empresa: Si..... No.....

4.7. En qué temas se capacitaron sus trabajadores: Gestión Empresarial.....

Manejo eficiente del microcrédito..... Gestión

Financiera..... Prestación de mejor servicio al cliente.....Otros: especificar.....

V. DE LA RENTABILIDAD DE LAS MYPES:

5.1 Cree que el financiamiento otorgado ha mejorado la rentabilidad de su empresa:

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

5.2 Cree que la capacitación mejora la rentabilidad empresarial: Si.....No.....

5.3 Cree Ud. que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los 2 últimos años:

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

5.4 Cree Ud. que la rentabilidad de su empresa ha disminuido en los 2 últimos años

Sí.....No.....

Anexo N° 02

1. Respecto a los empresarios

TABLA N° 01

Edad de los representantes legales de las MYPES

Edad (años)	Frecuencia	Porcentaje
26 – 60 (Adulto)	10	100%
18 – 25 (Joven)	0	0%
Total	10	100%

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

El 100% de los representantes legales o dueños 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.

Del 100% de los encuestados, el 80% son del sexo masculino y el 20% del sexo femenino.

TABLA N° 03**Grado de instrucción de los representantes legales de las MYPES**

Grado de Instrucción	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	0	0%
Primaria completa	0	0%
Primaria incompleta	0	0%
Secundaria completa	2	20%
Secundaria incompleta	0	0%
Superior univ. completa	5	50%
Superior univ incompleta	2	20%
Superior no univ completa	0	0%
Superior no univ incompleta	1	10%
Total	10	100%

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

Del 100% de los encuestados, el 50% tienen superior universitaria completa, el 20% secundaria completa y el 20% superior universitaria incompleta y el 10% superior universitaria incompleta

TABLA N° 04**Estado civil de los representantes legales**

Estado civil	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	1	10%
Casado	2	20%
Convivien-	7	70%
Divorciado	0	0%
Otros	0	0%
Total	10	100%

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

Del 100% de los encuestados; el 10% es soltero, el 20% casado y el 70% conviviente.

TABLA N° 05

Profesión u ocupación de los representantes legales

Profesión u ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Universitaria	6	60%
Técnico	4	40%
Total	10	100,00%

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

Del 100% de los encuestados; el 60% son universitarios y el 40% son técnicos en alguna profesión.

2. Respecto a las características de las Mypes

TABLA N° 06

¿Hace cuánto tiempo se dedica al sector y rubro empresarial?

Tiempo del negocio	Frecuencia	Porcenta-
01 año	0	0%
02 años	0	0%
03 años	0	0%
Más de 03 años	10	100%
Total	10	100%

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

El 100% se dedica al negocio por más de 03 años.

TABLA N° 07

Formalidad de las Mypes

Formalidad de las Mypes	Frecuencia	Porcentaje
Formal	8	80%
Informal	2	20%
Total	10	100%

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

Del 100% de los encuestados; el 80% de la mypes encuestadas son formales y el 20% son in- formales.

TABLA N° 08

Número de trabajadores permanentes de las Mypes

N° de trabajadores	Frecuencia	Porcenta-
Ninguno	1	10%
1 Trabajador	0	0%
2 Trabajadores	0	0%
3 Trabajadores	3	30%
Más de 3 trabajadores	6	60%
Total	10	100%

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

Del 100% de los encuestados, el 10% no tiene ningún trabajador permanente, el 30% él tiene 3 trabajadores y el 60 % Mas de 3 trabajadores.

TABLA N° 09**Número de trabajadores eventuales de las Mypes**

N° de trabajadores	Frecuencia	Porcenta-
Ninguno	6	60%
1 Trabajadores	2	20%
2 Trabajadores	2	20%
Más de 3 trabajadores	0	0%
Total	10	100%

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

Del 100% de los encuestados, el 60% no tienen ningún trabajador eventual, el 20% tienen 01 trabajador eventual, el 20% tiene 02 trabajadores eventuales.

TABLA N° 10**Motivos de formación de las Mypes**

Formación por:	Frecuencia	Porcentaje
Obtención de ganancias	5	50%
Subsistencia	5	50%
Total	10	100%

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

Del 100% de los encuestados, el 50% se formó para obtener ganancias y el 50% por subsistencia.

3. Respeto al financiamiento

TABLA N° 11

¿Cómo financia su actividad productiva ?

Su financiamiento es	Frecuencia	Porcentaje
Financiamiento propio	1	10%
Financiamiento de terceros	9	90%
Total	10	100%

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

Del 100% de los encuestados el 10% financian su actividad con fondos propios y el 90% lo hacen con fondos de terceros.

TABLA N° 12

Si el financiamiento es de terceros: ¿De qué tipo de entidades financieras ha obtenido los créditos?

Institución Financiera	Frecuencia	Porcentaje
Entidades bancarias	6	60%
Entidades no bancarias	4	40%
Usureros	0	0%
Otros	1	10%
Total	10	100%

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

Del 100% de los encuestados, el 60% ha obtenido su crédito de entidades bancarias, el 40% de no bancarias, el 10% de otro

TABLA N° 13**¿Qué entidades financieras otorga mayores facilidades para la obtención del crédito?**

Facilidades del crédito	Frecuencia	Porcentaje
Entidades bancarias	7	70%
Entidades no bancarias	0	0%
Usureros	0	0%
No precisa	3	30%
Total	10	100%

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

Del 100% de los encuestados, el 70% indicó que las entidades bancarias dan mayores facilidades para la obtención de créditos, y el 30% no sabe precisa.

TABLA N° 14**En el año 2011: ¿Cuántas veces solicito crédito**

Cuántas veces solicito crédito	Frecuencia	Porcentaje
Ninguna	0	0%
1 vez	0	0%
2 veces	4	40%
3 veces	0	0%
Más de 3 veces	6	60%
Total	10	100%

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

Del 100% de los encuestados que recibieron crédito en el año 2011, el 40% solicito crédito 2 veces, 60% más de 3 veces.

TABLA N° 15

En el año 2011: ¿A qué entidad financiera solicito el crédito?

Entidad financiera	Frecuencia	Porcentaje
No precisa	1	10%
Edipyme	1	10%
CrediScotia	2	20%
Bco. Crédito	1	10%
Usureros	0	0%
Cajas Municipales	5	50%
Total	10	100%

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

Del 100% de los encuestados que recibieron crédito en el año 2011, el 10% no precisa la entidad a quién solicito crédito, 10% Edpyme Confianza, 20% a Crediscotia, 10% al Banco de Crédito, 50% a cajas municipales.

TABLA N° 16

En el año 2012: ¿A qué tiempo fue el crédito solicitado?

Tiempo del crédito	Frecuencia	Porcentaje
No precisa	4	40%
Corto Plazo	1	10%
Largo Plazo	5	50%
Total	10	100%

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

Del 100% de los encuestados que recibieron crédito en el año 2011 el 40% no precisa a que tiempo fue el crédito solicitado y el 10% a corto plazo.y el 50% a largo plazo.

TABLA N° 17**En el año 2012: ¿Cuánto es el monto del crédito solicitado?**

Monto del crédito	Frecuencia	Porcentaje
No precisa	4	40%
De S/.100.00 a S/.500.00	1	10%
Más de S/.550.00	5	50%
Total	10	100%

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

Del 100% de los encuestados que recibieron crédito en el año 2011 el 10% indica que su crédito solicitado estuvo en el rango de S/100.00 a S/ 500.00, el 50% estuvo por encima de S/ 500.00 y el 40% no sabe precisar.

TABLA N° 18**¿En qué fue invertido el crédito financiero que obtuvo?**

En qué fue invertido el crédito	Frecuencia	Porcentaje
No precisa	0	0%
Capital de trabajo	5	50%
Mejoramiento y/o ampliación del	4	40%
Activos fijos	0	0%
Programa de capacitación	1	10%
Otros	0	0%
Total	10	100%

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

Del 100% de los encuestados que recibieron crédito en el 2011 y 2012, 50% lo invirtió en capital de trabajo, 40% en mejoramiento y/o ampliación de local, 10% en capacitación.

4. Respecto a la capacitación

TABLA N° 19

¿Recibió usted capacitación para el otorgamiento del crédito financiero?

Recibió capacitación	Frecuencia	Porcentaje
No precisa	3	30%
Si	2	20%
No	5	50%
Total	10	100%

Fuent

e: Encuesta aplicada a los representantes legales de las Mypes en estudio.

Del 100% de los encuestados el 50% no recibieron capacitación para el otorgamiento del préstamo, 20% si lo recibió y el 30% no sabe precisar.

TABLA N° 20

¿Cuántos cursos de capacitación ha tenido usted en los últimos dos años?

N° cursos de capacitación en los 2 últimos años en	frecuencia	Porcentajes
Ninguno	1	10%
Uno	5	50%
Dos	3	30%
Tres	1	10%
Más de cuatro		0%
Total	10	100%

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

Del 100% de los encuestados, el 10% no ha recibido curso de capacitación, 50% un curso, 30% dos cursos.10 % tres cursos.

TABLA N° 21

Si tuvo capacitación: ¿En qué tipo de cursos participó usted?

Tipo de curso	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	4	40%
Inversión del crédito financiero	0	0%
Manejo empresarial	4	40%
Administración de recursos humanos	0	0%
Marketing empresarial		0%
Otros	2	20%
Total	10	100%

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

Del 100% de los encuestados el 40% ha participado en curso de manejo empresarial, 20% en otros cursos y el 40% no precisa.

TABLA N° 22

El personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?

Recibió algún tipo de capacitación	Frecuencia	Porcentaj
No precisa	6	60%
Si	2	20%
No	2	20%
Total	10	100%

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

Del 100% de los encuestados, el 20% manifestaron que su personal si ha recibido alguno, 20% no ha recibido y el 60% no sabe precisar.

TABLA N° 23

¿Considera usted que la capacitación como empresario es una inversión?

La capacitación es una inversión	Frecuencia	Porcentaje
No precisa	0	0
Si	10	100%
No	0	0
Total	10	100%

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

Del 100% de los encuestados, el 100% considera que la capacitación como empresario es una inversión.

TABLA N° 24

¿Considera usted que la capacitación como empresario es relevante para su empresa?

La capacitación es relevante	Frecuencia	Porcentaj
No precisa	3	30%
Si	7	70%
No	0	0%
Total	10	100%

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

Del 100% de los encuestados el 70% considera que la capacitación como empresario es relevante para su empresa, y el 30% no sabe precisar.

5. Respecto a la rentabilidad

TABLA N° 25

¿Cree usted que el financiamiento otorgado ha mejorado la rentabilidad de su empresa?

El financiamiento otorgado ha mejorado la rentabilidad	Frecuencia	Porcentaje
No precisa	3	30%
Si	7	70%
No	0	0%
Total	10	100%

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

Del 100% de los encuestados el 70% considera que la capacitación como empresario ha mejorado su rentabilidad para su empresa, y el 30% no sabe precisar.

TABLA N° 26

¿Cree usted que la capacitación ha mejorado la rentabilidad de su empresa?

La capacitación ha mejorado	Frecuencia	Porcentaj
No precisa	3	30%
Si	6	60%
No	1	10%
Total	10	100%

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

Del 100% de los encuestados el 60% considera que la capacitación ha mejorado la rentabilidad, y el 30% no sabe precisar y 10%no piensa que ha mejorado.

TABLA N° 27

¿Cree usted que la rentabilidad de su empresa ha mejorado en los últimos dos años?

	Frecuencia	Porcentaj
No precisa	2	20%
Si	7	70%
No	1	10%
Total	10	100%

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

Del 100% de los encuestados, el 70% afirma que la rentabilidad de su empresa mejoro en los 02 últimos años y el 20% no sabe precisar y el 10% no cree.

Matriz de consistencia

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA		
Caracterización Del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mypes del sector servicios-rubro hoteles, del distrito de Pomabamba. 2014	FORMULACION ¿Cuáles son las principales características del financiamiento la capacitación y la rentabilidad de las Mypes del sector servicios rubro hoteles, del distrito de Pomabamba, 2014?	GENERAL Describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mypes del sector servicios-rubro hoteles, del distrito de Pomabamba, 2014	Financiamiento	Bancos Intereses	Crédito Entidades financieras Tasas de interés Monto del crédito Trabajadores permanentes Recibe capacitación Nro. de Capacitados Trabajadores eventuales Es importante la capacitación Mejoro la rentabilidad Mejoro la rentabilidad de su empresa gracias a la capacitación	TIPO Y NIVEL Cuantitativo Descriptivo	POBLACION La población estará conformada por propietarios de las Mypes del sector servicios-rubro hoteles de la provincia de Pomabamba, 2014.	INSTRUMENTO Cuestionario de preguntas
		ESPECIFICOS	Capacitación	Personal Cursos de capacitación Trabajadores			MUESTRA	
		Describir las principales características de los representantes legales de las Mypes en el ámbito de estudio	Rentabilidad	Financiamiento Capacitación Año de mejorar Rentabilidad	Mejora la rentabilidad de su empresa gracias al financiamiento	DISEÑO	TECNICA	ANALISIS DE DATOS
		Describir las					No experimental Transversal Retrospectivo Descriptivo	Se aplicara la técnica de la encuesta

principales características de las Mypes en el ámbito de estudio

Describir las principales características del financiamiento en el ámbito de estudio

Describir las principales características de la capacitación en el ámbito de estudio

Describir las principales características de la rentabilidad en el ámbito de estudio

los datos se utilizara como soporte el programa Excel y para el procedimiento de los datos el software SPSS (Programa estadístico)

